

CALIU RURAL A LA GARROTXA



MEMÒRIA DE SOSTENIBILITAT

SEGONS EL CODI DE GESTIÓ SOSTENIBLE

2015-2016

ÍNDEX

1. ASPECTES GENERALS DE L'ORGANITZACIÓ.....	3
2. ASPECTES GENERALS DE LA MEMÒRIA DE SOSTENIBILITAT.....	10
3. VECTOR ECONÒMIC	11
3.1. Ús de recursos locals (2.1 – 2.9)	11
3.2. Gestió empresarial (3.1 – 3.7).....	17
3.3. Sistemes de Gestió (4.1 – 4.2).....	18
3.4. Màrqueting responsable (5.1 - 5.2).....	19
3.5. Tecnologies de la informació i la comunicació (6.1 – 6.4).....	20
3.6. Innovació (7.1 – 7.3).....	22
3.7. Objectius de millora.....	23
4. VECTOR AMBIENTAL.....	24
4.1. Política ambiental (8.1).....	24
4.2. Gestió de l'aigua (9.1 – 9.3).....	24
4.3. Gestió de residus (10.1 – 10.5).....	26
4.4. Contaminació acústica (11.1 – 11.2).....	26
4.5. Contaminació lumínica (12.1 – 12.2).....	26
4.6. Gestió de l'energia (13.1 – 13.2).....	27
4.7. Degradació del sòl (14.1 – 14.3).....	29
4.8. Contaminació de l'aire (15.1 – 15.4).....	29
4.9. Integració de les persones treballadores (16.1 – 16.2).....	29
4.10. Innovació ambiental (17.1 – 17.3).....	29
4.11. Integració de l'entorn (18.1 – 18.2).....	30
4.12. Conservació de l'entorn (19.1 – 19.2).....	30
4.13. Objectius i/o accions de millora en l'àmbit ambiental.....	31

5. VECTOR SOCIAL.....	32
5.1. Grups d'interès (20.1 – 20.3).....	32
5.2. Condicions sociolaborals dels treballadors i les treballadores (21.1 – 21.17).....	32
5.3. Participació de les persones treballadores (22.1 – 22.5).....	35
5.4. Igualtat d'oportunitats (23.1 – 23.6).....	35
5.5. Formació de les persones treballadores (24.1 – 24.7).....	36
5.6. Comunitat (25.1 – 25.9).....	36
5.7. Cooperació Inter empresarial (26.1 – 26.8).....	36
5.8. Satisfacció del col·lectiu client (27.1 – 27.9).....	37
5.9. Empreses proveïdores (28.1 – 28.7).....	37
5.10. Competència (29.1 – 29.2).....	38
5.11. Objectius i/o accions de millora.....	38

1. ASPECTES GENERALS DE L'ORGANITZACIÓ (1.1 – 1.13)

1.1. Declaració de la direcció

Ens satisfà presentar la tercera Memòria de Responsabilitat Social de CALIU RURAL A LA GARROTXA, mitjançant la qual informem del nostre desenvolupament en l'àmbit econòmic, social i mediambiental, i mostrem aquells aspectes més rellevants dels anys 2015-2016.

L'objectiu d'aquesta memòria és que es converteixi en un instrument de comunicació i diàleg que permeti satisfer les expectatives d'informació dels nostres grups d'interès, i al mateix temps posi en valor la tasca que desenvolupem en matèria de responsabilitat social. L'elaboració bianual d'aquest document també ha de servir com a guia de millora continua a partir de la qual podrem comprovar el nivell del compliment dels nostres objectius, i avaluar els nostres progressos i també els nostres punts dèbils en matèria laboral, social, ambiental i econòmica.

Aquesta memòria, ha estat realitzada d'acord a l'aplicació del Codi de Gestió Sostenible de la Garrotxa i el Collsacabra, el qual es basa en la Guia G3 del Global Reporting Initiative (GRI), i pretén, en la mesura de les nostres possibilitats, contribuir a la implantació del desenvolupament sostenible en la societat, i donar a conèixer amb transparència i comparabilitat els assoliments obtinguts amb el bon fer, professionalitat i dedicació de tota la plantilla que formem part del projecte de CALIU RURAL A LA GARROTXA.

Fèlix Castanyer Santanach
Gerent de Caliu Rural a La Garrotxa

1.2. Descripció dels principals impactes, risc i oportunitats

La nostra empresa ofereix allotjaments rurals independents per grups de persones, a Can Ventura o a Casa Prat; i també habitacions amb servei d'esmorzar i sopar a Casa Prat, depenent sempre de la demanda. La capacitat màxima és de 15 places a cada casa.

Creiem que les nostre principals oportunitats són:

- Que tant Can Ventura com Casa Prat estan situades dins el casc antic de Sant Feliu de Pallerols, que forma part del Parc Natural de la Zona Volcànica de La Garrotxa. Això les dota d'una situació privilegiada per poder envoltar-se de la història de la vila i de la comarca i també de la natura que hi ha arreu (senders, bicicarril, fonts, ...). Estem acreditats com a Punt d'Informació del Parc cosa que ens permet atendre, informar i guiar el visitant de totes les rutes, activitats, ... que poden fer a tota la comarca.
- En l'aspecte econòmic tenim molt clar utilitzar productes i serveis del territori i informar als nostres clients dels processos de producció d'alguns dels productes així com organitzar-los visites a alguna empresa de la zona (Cooperativa La Fageda, Aigües de Sant Aniol, Formatges de Mas Farró,...)
- El fet de que les dues cases estiguin adherides a la Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS) ens ha ajudat molt en l'aspecte ambiental, hem portat a terme un estudi de gestió i estalvi de subministres (aigua, gas i electricitat), ens hem educat i intentem educar els clients en la pràctica del reciclatge i la reutilització de materials, hem informat a la treballadora dels processos de millora ambiental hem portat i que portem a terme i , evidentment, lluitem per preservar les riqueses naturals i culturals de la nostre propietat.
- En l'àmbit social ens beneficiem de que el nostre principal grup d'interès és el client de Barcelona i de la seva àrea metropolitana, que per la proximitat els permet fer escapades de cap de setmana i cerquen precisament el tipus d'estada tranquil·la, còmode i en plena natura que nosaltres els podem oferir. Tenim resolt, doncs, omplir els caps de setmana. Per mitjà d'enquestes i de llibres d'opinions i suggeriments, a més del que ens diuen els propis clients ens fem una idea de la seva satisfacció i ens permet millorar en el que no fem prou bé. Fem una reunió mensual (socis, gerent, treballadora) per tal d'anar d' anar aportant idees, suggeriments, .. i així fer que tots ens sentim participes d'aquesta empresa. Intentem cooperar amb empreses de la comarca per tal de complementar l'estada dels nostres clients amb activitats.
- Hem aconseguit omplir alguna habitació entre setmana, sobretot en clients estrangers i en senderistes jubilats. Això ha estat possible gràcies al portal Booking, que ens aporta el 90 % de les estades entre setmana, que abans no teníem.

Els riscos que se'ns poden donar:

- Tot i que sembla que estem sortint de la crisi, els clients busquen preu i ens intenten convèncer perquè els baixem el preu de l'estada, però no ens és viable ja que cada vegada les despeses són més grans per l'augment, sobretot, dels subministres (aigua, gas, electricitat,...).
- El nombre d'allotjaments de Turisme Rural ha crescut molt a la nostra comarca, fent que hi hagi molta més competència. L'ocupació es reparteix entre més allotjaments, som tots empreses petites i necessitem d'una ocupació molt elevada per fer front als costos.

Coses a millorar:

- En l'aspecte econòmic ens cal millorar la gestió empresarial per tal d'analitzar quantitativament els resultats de l'activitat i així poder planificar estratègies a curt i llarg termini. També ens cal millorar en noves tecnologies de la informació i aprendre a comunicar-nos més eficaçment tant amb clients com amb proveïdors. Ja hem resolt el tema de tenir una bona base de dades de clients, mitjançant la intranet de la nova pàgina web, podem portar una bona gestió i un millor servei de telèfon i correu electrònic. Ens cal, però, millorar el tema de les xarxes socials, Facebook, Twiter,...per apropar-nos més als nostres clients.
- El nostre repte és buscar nous tipus de client sobretot per omplir més entre setmana (Reunions d'empreses, públic estranger, algun gremi que faci festa entre setmana, senderistes jubilats, rodatges de pel·lícules, reportatges fotogràfics,...). També ens cal aprendre més mecanismes per analitzar la satisfacció del client i les coses que troba a faltar perquè l'estada sigui perfecte. En la perfecció trobarem la diferència però ens queda molt camí per recórrer. Hem de millorar la cooperació Inter empresarial, tot i que ho anem treballant ens queda anar a veure moltes empreses de la zona per oferir-los fer packs d'estada + activitat o perquè siguin proveïdores d'algun producte.

Les Memòries de Sostenibilitat segons el Codi de Gestió Sostenible que hem redactat al 2012 i al 2014 ens han ajudat molt per analitzar el funcionament i la gestió de la nostra empresa. Creiem que continuar amb la redacció de les memòries ens continuarà ajudant en la millora de la nostra gestió.

1.3. Nom de l'organització i dades bàsiques

Nom comercial de l'empresa: CALIU RURAL A LA GARROTXA

Nom fiscal: Fèlix Castanyer Santanach

NIF: 46673320H

Web: www.caliurural.com

Correu electrònic: info@caliurural.com

Telèfons: 972444845 / 648103735

Establiments que gestiona:



CAN VENTURA (C/ del Puig, 15 de Sant Feliu de Pallerols)

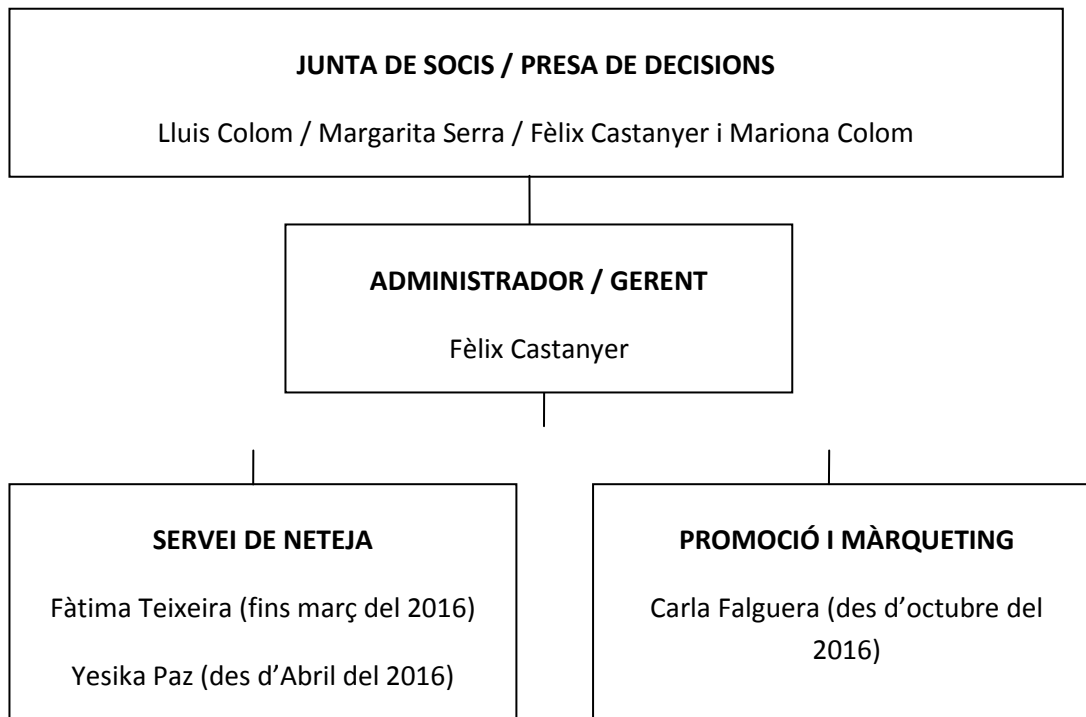


CASA PRAT (Plaça del Firal, 24 de Sant Feliu de Pallerols)

1.4. Principals activitats (% participació) productes i/o serveis i variacions significatives respecte anys anteriors

La principal activitat de Caliu Rural a La Garrotxa és la d'allotjament rural independent a Can Ventura i la de casa de poble compartida a Casa Prat. Mirem de que els clients tinguin el màxim confort i serveis dins les cases i els assessorem del que poden fer fora. En el cas de Casa Prat també oferim el servei d'esmorzars i sopars. No hi ha hagut variacions significatives respecte anys anteriors.

1.5. Organigrama de l'organització



En Fèlix, que és el gerent, és el que s'encarrega de les reserves i de posar en marxa les cases i de que tot funcioni; actualment l'ajuda la Yesika amb la neteja de les dos cases i hem apostat per la promoció i el màrqueting de les cases, així com tenir al dia les xarxes socials, per això comptem des d'aquest mes d'octubre amb la Carla Falguera.

1.6. Localització de l'organització

L'organització es porta des de casa nostra, que és on tenim el despatx, al c/ del Puig, 36 de Sant Feliu de Pallerols, tot i que la majoria de vegades estem a una casa o altre. Can Ventura al c/ del Puig número 15 o a Casa Prat a la Plaça del Firal número 24, les dues a Sant Feliu de Pallerols.

1.7. Nombre de països on opera l'organització

Estem en algun cercador de França, Holanda, Itàlia i Portugal per mirar si captem algun client d'altres països (de França ja n'hem tingut algun). A banda d'aquestes petites actuacions en publicitat no operem ni desenvolupem activitats significatives en altres països.

1.8. Naturalesa de la propietat i forma jurídica

FÈLIX CASTANYER SANTANACH, és autònom i gestiona les 2 cases. Tot i que, com que veníem d'una societat que era de 4 socis (Caliu Rural a la Garrotxa, SL), aquests socis continuen a l'activitat, per assessorar i ajudar amb el que calgui. Està tot pactat en un contracte d'acord privat.

Can Ventura és de propietat familiar, tot i així, l'empresa paga un lloguer per la gestió de l'activitat. Casa Prat és propietat dels Srs. Vives de Cuadras, l'empresa també paga un lloguer en aquests per la seva gestió.

1.9. Mercats on opera l'organització

Operem sobretot a Catalunya, la majoria dels nostres clients són de Barcelona o de la seva àrea metropolitana i els proveïdors són bàsicament de La Garrotxa i algun de la resta de la província de Girona i Barcelona. Tot i això, operem també amb el resta d'Espanya i ja hem tingut clients de Múrcia, Andalusia, Madrid, Castella i Lleó i País Basc.

Recentment fem publicitat en algun portal Francès i ja hem tingut els primers clients.

El públic que tenim és bàsicament familiar, sobretot matrimonis o parelles amb nens de fins a 10 anys, o bé famílies senceres (avis, fills, nets, ...). Volem potenciar a que vinguin les empreses a fer convencions per omplir entre setmana, però tot just ho comencem a treballar.

Comencem a notar un augment de clients estrangers o senderistes jubilats catalans entre setmana, les reserves les fan principalment pel portal de Booking.

1.10. Dimensions de l'organització

Caliu Rural a La Garrotxa, SL és una empresa petita, la seva plantilla consta del Gerent a jornada completa, una treballadora amb una jornada de 30 h/setmanals i una col·laboradora en publicitat, màrqueting i xarxes socials.

La seva xifra de negoci (total vendes brutes) ha estat de 67.544,13 € el 2015 i 64.688,55 € fins a finals d'octubre del 2016, sembla que va bé l'any, ja que encara falten 2 mesos per tancar-lo i hi ha el període de nadal que se sol facturar més.
El passat any 2014 van estar de 68.831,00 €.

Podem veure que s'ha mantingut més o menys igual entre el 2014 i 2015; encara no ha acabat l'any 2016, però les perspectives són bones i sembla que hi haurà un augment significatiu entre el 2015 i el 2016.

1.11. Canvis significatius produïts a l'organització durant el període cobert a la memòria

Hem canviat el personal de neteja i els hem ampliat contracte de 20 a 30h setmanals. A partir d'octubre del 2016 col·laborem amb la Carla Falguera, que ens farà tot el relacionat amb promoció, màrqueting i xarxes socials.

1.12. Premis i reconeixements rebuts durant el període cobert

Casa Prat segueix formant part de la Carta Europea de Turisme Sostenible.

1.13. Valor monetari de sancions i multes significatives i nombre de sancions per incompliment de lleis normatives, especificant el vector al qual fa referència

No hem tingut cap sanció ni multa.



2. ASPECTES GENERALS DE LA MEMÒRIA DE SOSTENIBILITAT (1.14 – 1.25)

La present, és la tercera memòria de sostenibilitat que redactem, i compren l'activitat realitzada per l'empresa durant els anys 2015 i 2016.

El cicle de presentació de la memòria de sostenibilitat serà biennal.

Els continguts d'aquesta memòria són conseqüència de la reflexió i l'aposta per la millora contínua realitzada per la direcció (i els treballadors) de CALIU RURAL A LA GARROTXA, tenint en compte els objectius i els valors de l'empresa.

La informació recollida en aquesta memòria fa referència a tota l'activitat de l'empresa, i no té limitacions d'abast o cobertura.

La persona de contacte per qüestions relatives a la present memòria de sostenibilitat és FÈLIX CASTANYER SANTANACH (info@caliurural.com).

L'eina que s'ha utilitzat per a determinar les tècniques de mesura per a realitzar els càlculs, hipòtesis i altres per obtenir els indicadors, ha estat el Codi de Gestió Sostenible (www.garrotxalider.com). Al final de la present memòria s'adjunten les taules d'indicadors del Codi de Gestió Sostenible i les taules d'equivalència d'aquests amb els del Global Reporting Initiative.

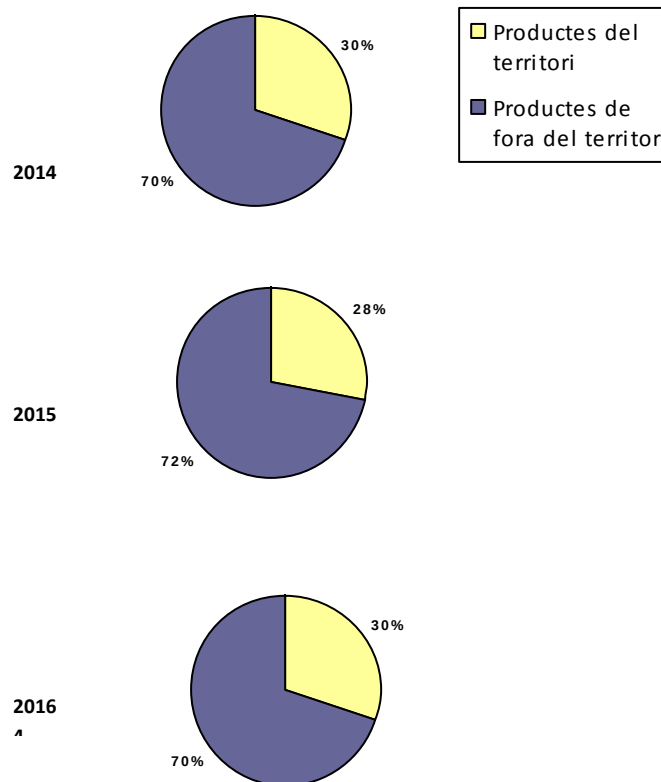
Aquesta memòria ha estat verificada per la Fundació Privada Garrotxa Líder, com a coordinadora de la implantació del Codi de Gestió Sostenible, i propietària de la marca "Gestió Sostenible de la Garrotxa i el Collsacabra".



3. VECTOR ECONÒMIC

Ús de recursos locals (2.1 – 2.9)

1. Compra de matèries primeres i productes produïts al territori / total compres realitzades (2.1)



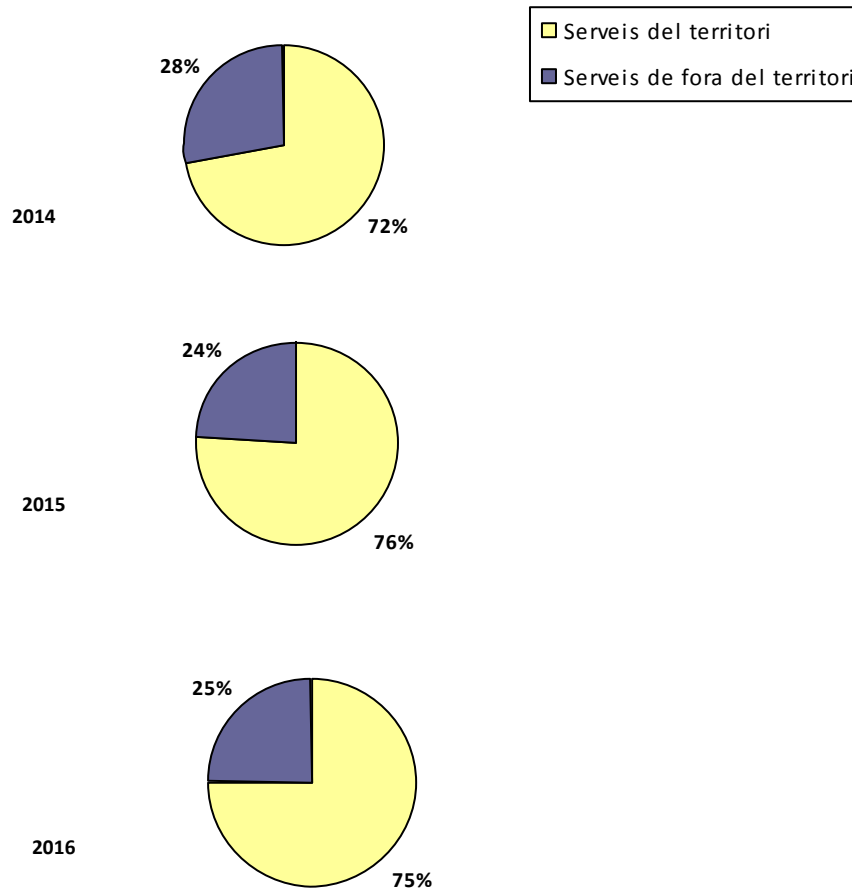
Sempre donem preferència a els productes produïts al territori, però a excepció d'algun producte alimentari els altres no es produeixen a La Garrotxa (Productes de neteja, tèxtils per les cases, ...). Hem observat que respecte al 2012 hem comprat més productes produïts al territori.

2. Compra de matèries primeres i productes produïts al territori amb segells o distintius de qualitat / total de compres realitzades (2.2)

La **Cooperativa La Fageda**, on comprem iogurts, flams, ..., ha estat posicionada entre les 25 empreses més responsables de tot l'Estat, segons el rànquing Monitor de Reputación Corporativa (Merco 2011).

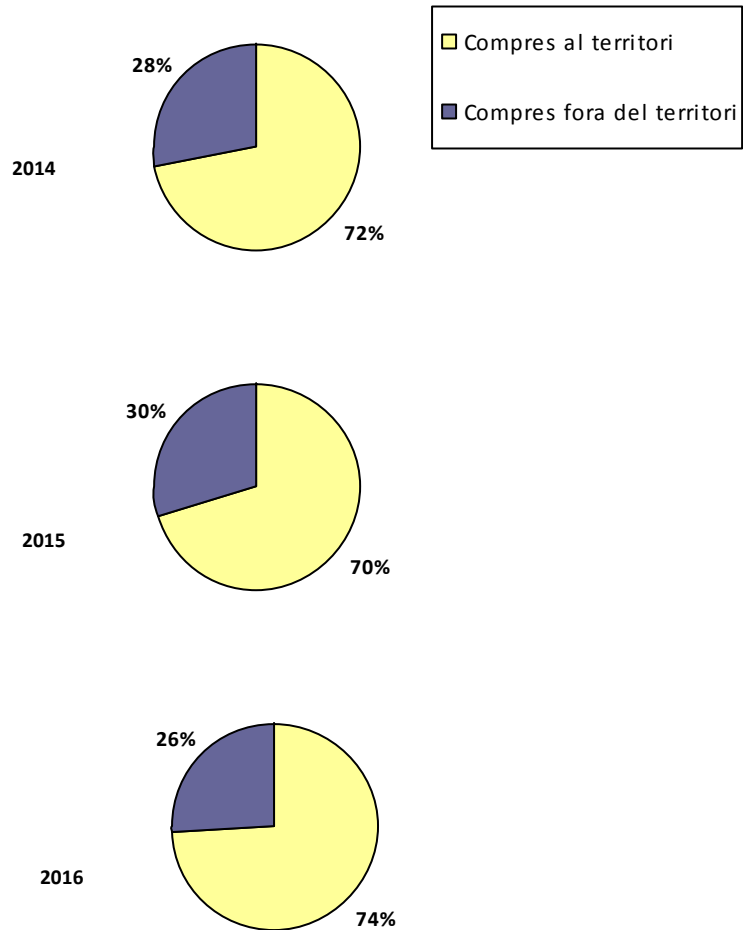
L'**Aigua de Sant Aniol** ha guanyat en 3 ocasions el premi "Superior Taste Award", atorgat per l' "Internacional Taste & Quality Institute" (ITQ Taste Award), que reconeix cada any els millors productes alimentaris internacionals. També utilitzen un envàs de vidre no retornable que ha estat guardonat amb el prestigiós premi Laus que s'atorga als millors treballs de disseny a nivell mundial.

3. Serveis professionals contractats al territori / total serveis contractats (2.3)



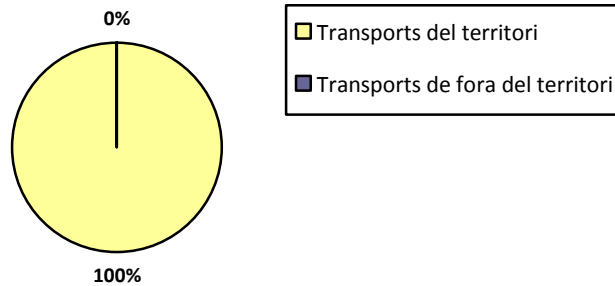
La majoria de serveis de professionals són d'empreses del territori (servei d'assessorament i gestoria, serveis d'informàtics,...). Només hi ha algun portal web que no és del territori.

4. Compres realitzades al territori / total de compres (2.4)



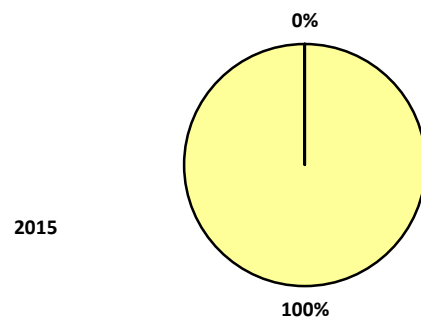
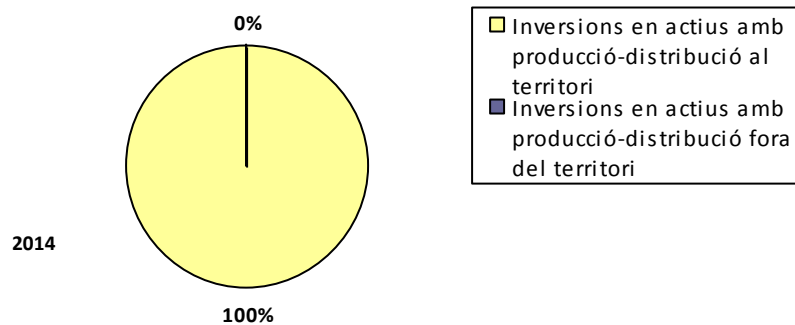
Pràcticament totes les compres les realitzem al territori, a excepció de les de subministres (llum, telèfon, gas,...) que representen un 30% de les compres. Ens hem mantingut força igual que al 2014.

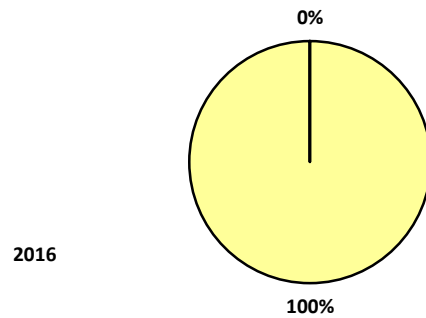
5. Transports utilitzats sobre la base del territori / total transports utilitzats (2.5)



No utilitzem gairebé mai els serveis de transport, però quan els hem necessitat, ja sigui per missatgeria com pel trasllat dels clients hem utilitzat empreses de la comarca (Transports Pau, Taxitour Garrotxa,...).

6. Inversions en actius fixos amb producció i o distribució al territori / total inversions realitzades (2.6)



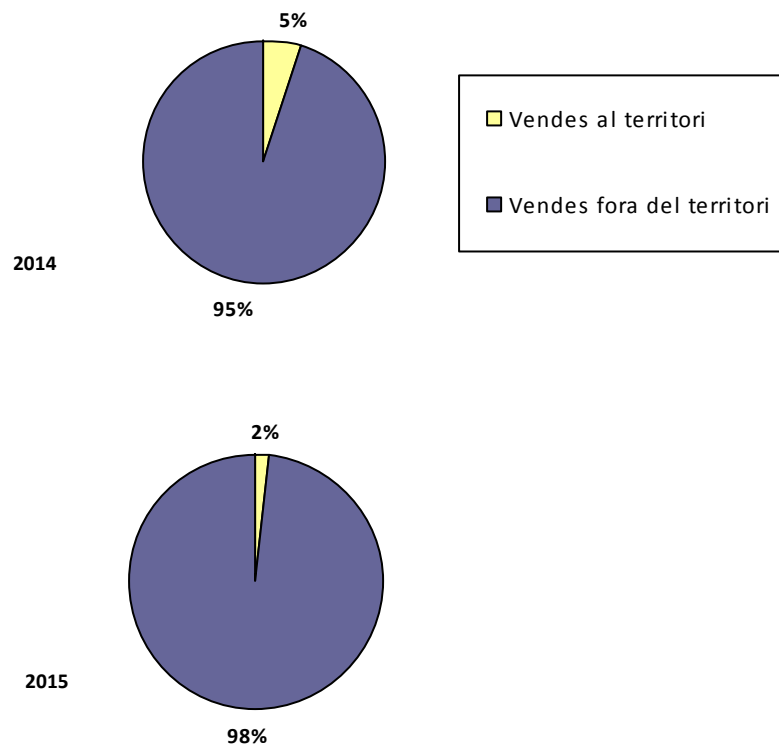


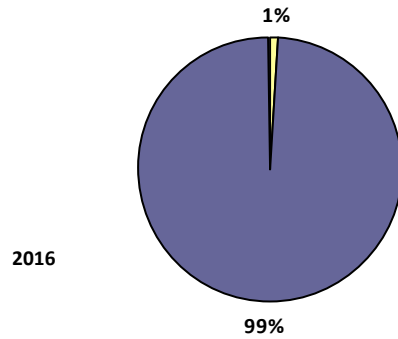
Durant el 2014 vam fer una inversió important a CAN VENTURA (teulat + plaques solars,...), que ho han fet totalment industrials de la comarca. No hem fet cap més inversió important durant els any 2015 i 2016.

7. Oferta de productes locals en els processos de distribució i comercialització / total de productes distribuïts i comercialitzats (2.7)

No distribuïm ni comercialitzem productes, oferim serveis. Quan els clients ens demanen on anar a comprar sempre els indiquem que comprin en el comerç local, mai en grans superfícies.

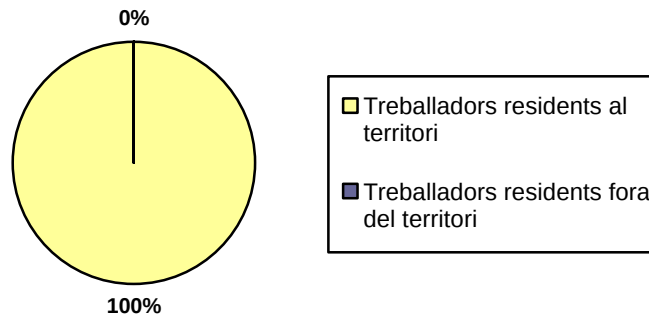
8. Percentatge de vendes d'una organització fora del territori / respecte total del vendes (2.8)





La majoria de clients són de fora del territori, per tant, les nostres vendes també ho són. No hem variat massa en aquests dos anys.

9. Percentatge de treballadors residents al territori / total de la plantilla (2.9)



El total de la plantilla és del mateix poble, de Sant Feliu de Pallerols. A finals del 2016 hem incorporat a la Carla, que és d'Olot.

Gestió empresarial (3.1 - 3.7)

Mirem de portar un exhaustiu control de les nostres despeses i ingressos, un seguiment periòdic de la previsió de reserves, així com una anàlisi de les tendències del mercat i la competència.

Elaborem un pressupost a principis d'any segons les despeses que hem tingut en l'any anterior. Mirem de dipositar en el seu compte el percentatge de facturació adequat per a cobrir totes les despeses bàsiques necessàries per a desenvolupar la seva activitat, més un romanent destinat a millores i manteniment.

A més, mensualment ens reunim els socis i analitzem els comptes i parlem de com poder ser més eficients.

D'altra banda, en referència a la tendència del mercat sabem que en general la nostra comarca té durant gairebé tot l'any un turisme de proximitat. L'estiu i la tardor són les temporades de més activitat turística, on es barregen per ordre d'importància el turista català, el nacional i l'estranger.

En quan a la competència i concurrència, es procura mantenir una col·laboració, sobretot essent membres de les associacions on es pertany per l'activitat, amb objectiu de millorar conjuntament la captació de clients turístics que es desplacin a la zona.

Un dels punts febles de la competència és que cada vegada som més cases, i a vegades algunes sense estar donades d'alta també ofereixen els seus serveis. Un dels punts forts i que ens diferencia de la competència és que les nostres cases tenen capacitat per a 15 persones i uns amplis espais comuns per poder gaudir sense estar estrets (cuina, menjador, piscina climatitzada i sala de jocs, jacuzzi, jardí, sala audiovisuals,...). Hi ha poques cases amb aquesta capacitat, serveis i amplitud d'espais i això ens ho valoren molt els clients que son grups grans i normalment repeteixen.



Sistemes de Gestió (4.1 - 4.2)

Creiem que per garantir la qualitat del nostre servei és bàsic portar un bon control de les reserves, analitzar molt bé les enquestes de satisfacció i les opinions i suggeriment dels clients, anar fent millores a les cases i, evidentment, controlar els costos (control de les lectures dels consums de subministres, ...).

D'altra banda, també garantim la qualitat del nostre servei a través d'una atenció personalitzada i permanent al client, i així, poder resoldre o donar resposta a qualsevol incidència o requeriment de manera immediata.

L'acreditació de les cases amb la Carta Europea de Turisme Sostenible, requeria algunes pautes en la gestió de la qualitat, com són el Protocol d'actuacions pel bon funcionament de totes les instal·lacions, o el procediment per informar als clients sobre les característiques de l'establiment i l'entorn turístic comarcal. Ja les apliquem i ens van molt bé.



Màrqueting responsable (5.1 – 5.2)

Caliu Rural a La Garrotxa garanteix que tota la informació que publica és transparent, específica, precisa, està actualitzada i no crea falses expectatives als clients o altres col·lectius relacionats amb la seva activitat.

Majoritàriament s'exposa la informació a través de la xarxa, via web pròpia, d'associacions on s'està implicat, o d'altres webs privades d'inclusió sota pagament o gratuïtes. A nivell promocional imprès, queda limitat a les publicacions que les associacions de que es forma part porten a terme. Revistes com el Tot Garrotxa, el mapa comarcal, o díptics o tríptics associatius. Aquesta informació impresa, les associacions acostumen a renovar-la anualment.

Òbviament es deixen targetes pròpies a disposició del client, doncs és un sector on el boca a boca, pot tenir una importància realment profitosa.

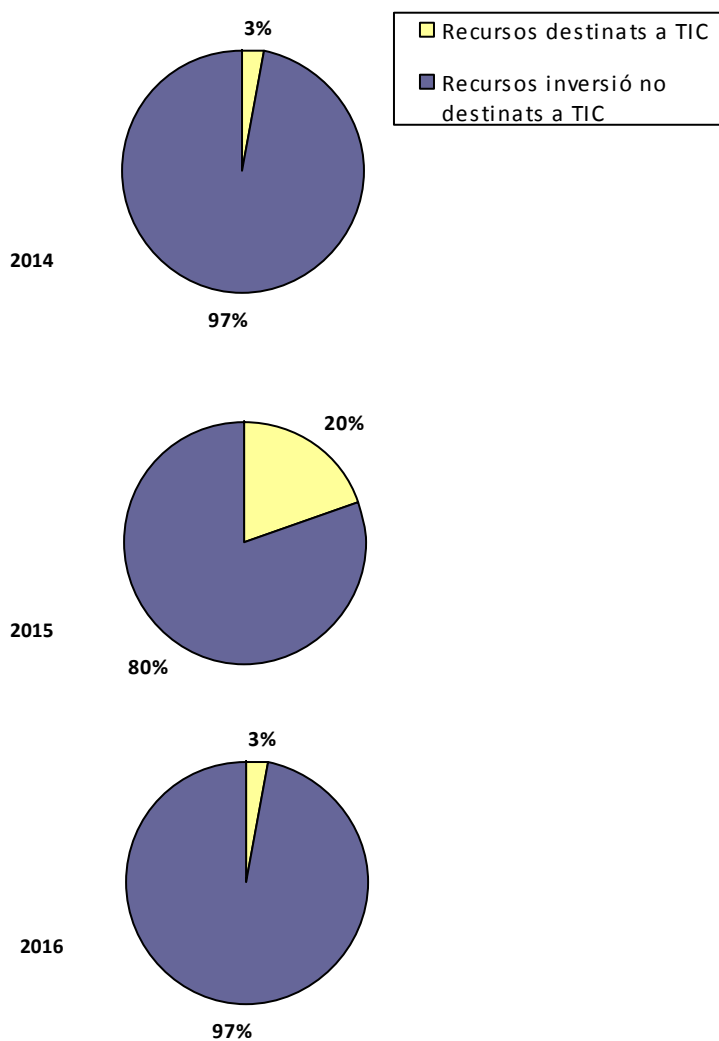
La web s'ha anat modificant canviant fotos per tal d'anar-la posant al dia i millorant en la mesura del possible, i actualitzant el calendari d'ocupació de la web pròpia en un termini màxim de 24 hores des de la confirmació de les reserves.

El número de registre de l'establiment, les diverses acreditacions, el vincle amb les associacions, o l'adhesió a l'arbitratge de consum, doten a l'establiment d'una millor seguretat davant els clients que acaben contractant els serveis, i que no han pogut contrastar abans la veracitat i qualitat del producte que oferim.



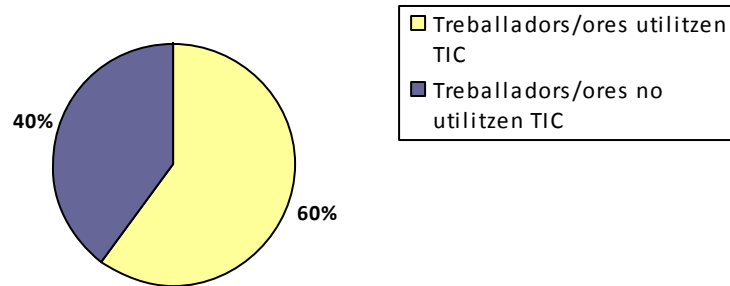
Tecnologies de la informació i la comunicació

10. Percentatge de recursos destinats a TIC / total inversió de l'empresa (6.1)



El 2015 vam fer una despesa en posar wifi i antenes a les cases per tal que s'agafes el wifi a tots els espais de la casa. Durant el 2016 no hem destinat masses recursos en noves tecnologies de la informació i la comunicació. Aquest % petit és bàsicament de millores en la web i en portals corporatius.

11. Percentatge de persones treballadores que utilitzen TIC / total plantilla (6.2)

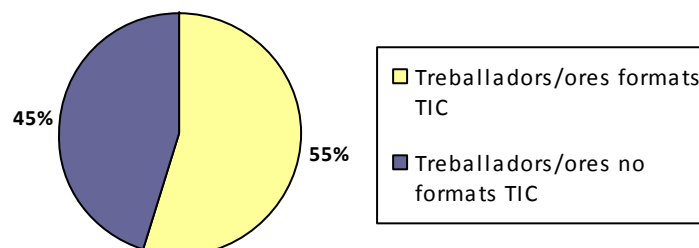


Fa servir les noves tecnologies el gerent, que és el que porta la gestió de les reserves, i la Carla, que porta la web i tota la publicitat.

12. Tipologia de les TIC utilitzades per l'organització (6.3)

Les noves tecnologies emprades actualment són la web, intranet, el correu electrònic, portals corporatius,...

13. Percentatge de persones treballadores formades en TIC / total plantilla (6.4)

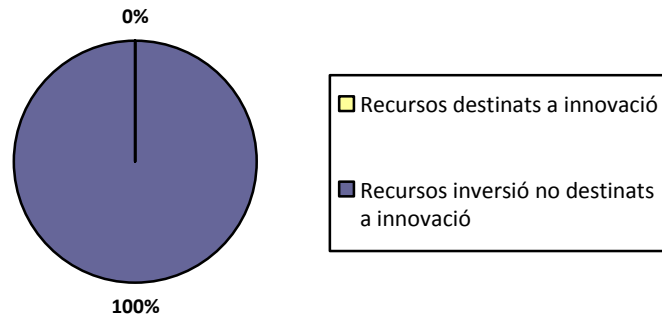


El gerent es va formant contínuament en noves tecnologies i la Carla també.



Innovació

14. Percentatge de recursos destinats a innovació / total inversió de l'empresa (7.1)



No hem invertit en innovació aquests anys.

15. Nous productes o serveis oferts en el mercat (7.2)

No hem introduït cap producte ni servei nou durant els anys 2015 i 2016.

16. Nous processos definits i/o implantats a l'organització (7.3)

No hem introduït cap producte ni servei nou durant els anys 2015 i 2016.

Objectius i/o accions de millora en l'àmbit econòmic

Ens cal millorar la gestió interna de l'empresa, és a dir, fer un estudi de tots els proveïdors que ens poden servir de la comarca, mirar preus i qualitats i quedar-nos amb els que ens afavoreixin més.

Hem de buscar noves fórmules de marketing i nous canals per arribar al nostre client potencial (centres excursionistes, llocs on es formin grups d'amics, empreses per fer convencions,...).

Una altre acció per atraure nous clients és crear noves ofertes i packs d'allotjament i activitats amb altres empreses de la comarca, sempre mirant de desestacionalitzar la demanda.



4. VECTOR AMBIENTAL

Política ambiental (8.1)

Com qualsevol activitat econòmica, Caliu Rural genera un impacte ambiental.

Pretenem que amb les petites i grans accions aplicades en el nostre negoci, com la reducció de consums, i l'eficiència energètica, l'impacte en el nostre entorn proper sigui el mínim.

Potenciem mitjançant la comunicació a les persones del nostre entorn, i als nostres clients, amb la suma de petites accions individuals en el dia a dia, com s'aconsegueixen els grans canvis en la millora del medi ambient.

Les mesures aplicades, han estat en l'estalvi d'aigua i energia, gestió dels residus, contaminació acústica, contaminació lumínica, contaminació del sòl, contaminació de l'aire i en la integració en l'entorn.

Ens ha ajudat molt a crear una política ambiental la Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS)

Gestió de l'aigua (9.1 - 9.3)

En la gestió de l'aigua a Caliu Rural hem aplicat una sèrie de mesures que fomenten l'estalvi d'aigua :

- Safareig de recollida de l'aigua de pluja i de la muntanya per a ús de regadiu a Casa Prat.
- Cisternes de wàter de doble descàrrega.
- Dispositius per estalvi d'aigua a les aixetes dels banys i cuina.
- Electrodomèstics de baix consum d'aigua.
- Informació als clients de les intencions de consumir el mínim.
- Manteniment continuat de les instal·lacions per evitar pèrdues d'aigua.

Podem veure com les accions preses per l'estalvi d'aigua han donat els seus fruits.

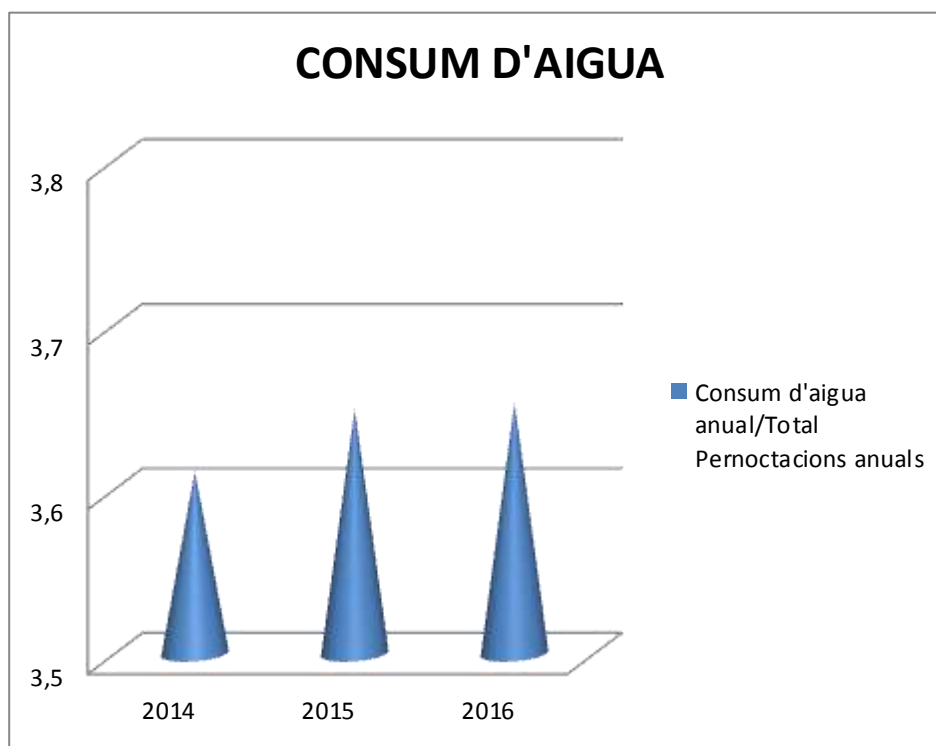
Segons la taula ja es veu que s'ha mantingut durant els anys 2014, 2015 i el que portem de 2016. Com que ja vam fer les mesures que calia a partir del 2012, les disminucions grans de consum van estar del 2012 al 2014, ara es manté més estable el consum.

Consum d'aigua en litres:

2014	2015	2016
538	529	515

Total Pernotacions:

2014	2015	2016
149	145	141



Gestió de residus (10.1 – 10.5)

Prioritzem la minimització davant de la reutilització i el reciclatge. L'empresa utilitza parament de la llar de vidre i evita fer servir parament d'un sol ús, utilitza envasos retornables i aplica paper reciclat en la documentació. En el mateix sentit, sempre s'escullen productes i materials ambientalment respectuosos i prioritàriament amb qualitat ambiental certificada mitjançant ecoetiquetes.

Fem recollida selectiva en origen dels residus amb contenidor en el poble (vidre, paper i cartró, plàstics, llaunes i briks).

Els residus orgànics procedents de la cuina i/o de l'hort són tractats a la mateixa finca mitjançant el procés de compostatge casolà.

La resta de residus recuperables (residus especials, vidre pla, ferralla, oli de la cuina, etc.) es porten a la deixalleria municipal.

Els residus no reciclables ni recuperables es dipositen en un dels contenidors de rebuig del poble.

Contaminació acústica (11.1 – 11.2)

No es produeix contaminació acústica. Avisem als nostres clients que respectin el descans dels veïns que hi pugui haver.

Contaminació lumínica (12.1 – 12.2)

Compliment de la normativa vigent en tots els punts de llum. Evitar llums exteriors de difusió vertical i totes les lluminàries amb protecció.

Gestió de l'energia (13.1 – 13.2)

Les fonts d'energia que utilitzem són:

L'elèctrica, per a la il·luminació, motors, bombes, cuina i electrodomèstics. I el gas natural, per a la calefacció i l'aigua calenta. Des de principis del 2015 també utilitzem l'energia solar a Can Ventura, per a l'escalfament de l'aigua calenta tant de la piscina climatitzada com de la de tota la casa.

Mesures aplicades per a la reducció de consums energètics:

L'enllumenat exterior i interior, gairebé en la seva totalitat són amb bombetes electròniques de baix consum. El control de l'encesa i apagada de la il·luminació exterior es realitza de manera automàtica mitjançant detectors crepusculars. En els corredors i passadissos hi han instal·lats detectors de presència amb temporitzador, així s'evita que quedin les llums enceses innecessàriament. I els electrodomèstics tenen el grau d'eficiència energètica "A".

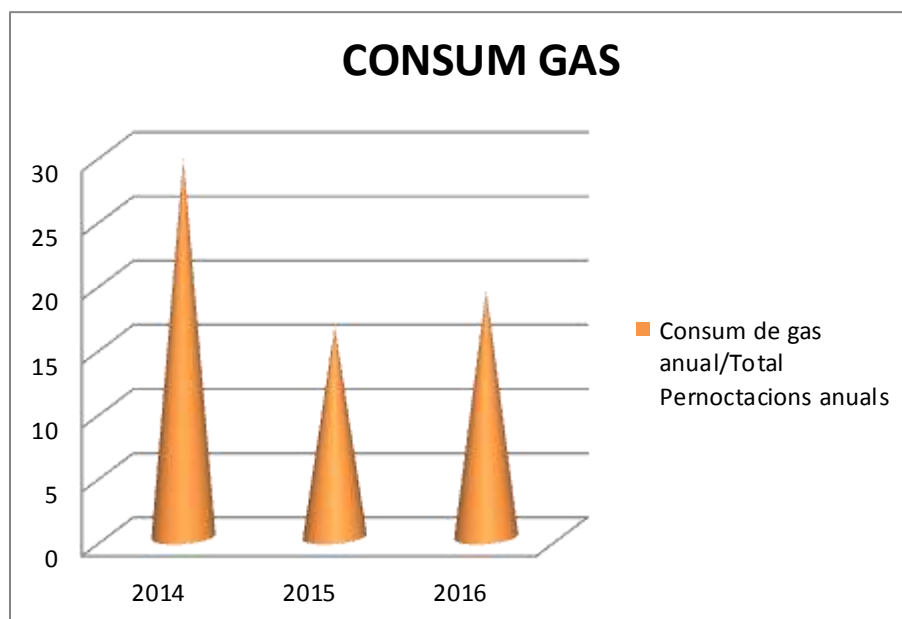
Unes hores abans que arribin els clients a la casa encenem les llars de foc, així la casa s'escalfa amb el foc i ens ajuda a estalviar molt de gas natural. A més, als clients els encanta arribar i veure la llar de foc encesa.

Vam fer una inversió molt important a Can Ventura, fent el teulat nou per tal de aïllar-lo al màxim i posant-hi plaques solars per a l'escalfament de l'aigua, això s'ha notat moltíssim en l'estalvi d'energia de gas principalment.

Hem vist que vigilant i aplicant totes aquestes mesures, hem estalviat molt de gas, sobretot a partir del 2015 amb la inversió abans esmentada; d'electricitat s'ha mantingut més estable el consum, ja que la davallada important, com en el cas de l'aigua, va ser del 2012 al 2014. A partir del proper any, amb el teulat nou i les plaques solars es notará molt més aquest estalvi.

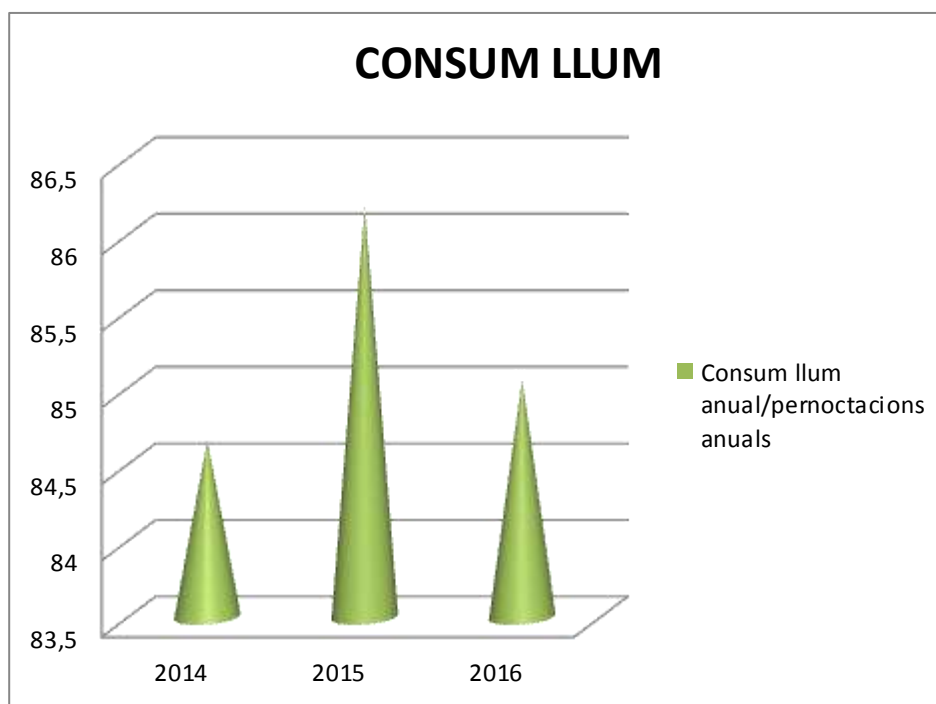
Consum de gas en m³:

2014	2015	2016
3.825	3.331	2.986



Consum de llum en m2:

2014	2015	2016
12.613	12.582	11.992



Degradació del sòl (14.1 – 14.3)

No és una activitat especialment contaminant. Tot i això, fem servir productes biodegradables, ens cuidem bé del jardí i de l'hort, sense fertilitzants ni productes químics.

Contaminació de l'aire (15.1 – 15.4)

Pràcticament no tenim contaminació de l'aire, ara bé, mirem d'utilitzar els aerosols el mínim possible, de treballar amb proveïdors ambientalment correctes i conscienciem al client mitjançant els plafons informatius de comportament mediambiental que tenim a les cases.

Integració ambiental de les persones treballadores (16.1 – 16.2)

Fem reunions periòdicament on es comenten els objectius i mesures aplicades, i si hi ha algun canvi aprofitem les reunions per parlar-ne. Els treballadors i treballadores també aprofiten aquests moments per suggerir canvis o noves mesures o fer comentaris al respecte.

Innovació ambiental (17.1 – 17.3)

Pel que fa a la innovació ambiental, hem actualitzat els cartells informatius de Can Ventura per conscienciar els clients, i n'hem posat a Casa Prat, hem canviat totes les bombetes per bombetes de baix consum, hem posat detectors de moviment en els llums dels espais comuns,...

Com hem comentat, hem posat plaques solars amb un acumulador a Can Ventura.

La inversió en matèria ambiental és difícilment quantificable perquè sobretot requereix d'hores personals que els propis propietaris destinem a la finca, exemptes de remuneració específica.

Integració de l'entorn (18.1 – 18.2)

L'activitat de Caliu Rural està situada dins el **Parc Natural de la Zona Volcànica de La Garrotxa**, la qual cosa, tractant-se d'una activitat de turisme rural, ens aporta un valor afegit importantíssim, de manera que un dels nostres principals objectius és el d'integrar-nos i conservar el nostre entorn.

Així doncs, fomentem la integració i conservació de l'entorn a través d'una política d'ús de matèries primeres pròpies o locals, de l'aprofitament sostenible de l'entorn i de la protecció del paisatge.

En la restauració i rehabilitació de les cases hem tingut sempre en compte l'entorn, respectant la seva construcció i fisonomia inicial.

Conservació de l'entorn (19.1 – 19.2)

Per a nosaltres tot l'entorn són espais a protegir i cuidar, perquè estem convençuts de la necessitat de preservar el medi, i al mateix temps, per al nostre negoci suposa un dels principals al·licients que atreuen els clients.

A casa prat tenim un hort ecològic, que ens abasteix de productes de temporada.

Oferim informació als clients per tal que tinguin un comportament respectuós amb el medi natural local.

Objectius i/o accions de millora en l'àmbit ambiental

Poder quantificar amb més detalls la fitxa dels consums d'aigua de xarxa i d'aigua recuperada.

Continuar col·laborant amb el Parc Natural amb tot el que fa referència a la Carta Europea de Turisme Sostenible, a Casa Prat.

Aïllar millor les obertures de les 2 cases perquè no s'escapi tant l'energia.

Seguir treballant per difondre el consum responsable, el reciclatge, la conserva de l'entorn, l'estalvi d'energia,... entre els nostres clients.



5. VECTOR SOCIAL

Grups d'interès

- 17. Definició d'un mapa dels grups d'interès de l'organització (20.1), dels fluxos relacionals existents entre l'organització i els grups d'interès (20.2) i existència d'una sistemàtica de valoració de la satisfacció dels grups d'interès (20.3)**

Grups d'interès	Fluxos relacionals organització – grups interès	Sistemàtica de valoració de la satisfacció
Clients	Telèfon, correu electrònic, atenció personalitzada...	Enquesta de valoració de la satisfacció, llibre d'opinions i comunicació verbal.
Proveïdors	Telèfon, correu electrònic	Comunicació verbal.
Treballadors	Telèfon, correu electrònic, reunions periòdiques	Comunicació verbal.
Associacions	Telèfon, correu electrònic, reunions periòdiques, atenció personalitzada...	Comunicació verbal.
Administracions públiques	Telèfon, correu electrònic, atenció personalitzada...	Comunicació verbal.

Condicions sociolaborals dels treballadors i les treballadores

- 18. Percentatge de personal amb contracte fix / total plantilla (21.1) i amb contracte temporal (21.2)**

L'empresa té dos treballadors actualment, la Yesika, que té un contracte indefinit de jornada completa i en Fèlix, que treballa com autònom, a jornada completa.

- 19. Relació entre el salari més baix i el salari més alt (21.3)**

La relació entre el salari més baix i el salari més alt és de **1,14**.

20. Existència d'igualtat salarial dona / home per a una mateixa categoria professional (21.4)

No podem mirar la igualtat salarial, ja que la categoria professional no és la mateixa, la Yesika és l'encarregada de la neteja i en Fèlix és el gerent. Tot i això, la relació entre el salari de l'un i de l'altre és, com hem vist abans, de només 1,14. Podríem dir que existeix igualtat entre homes i dones.

21. Índex de permanència del personal a l'empresa (21.5)

La Yesika està amb nosaltres des del mes d'abril d'aquest 2016, agafa el lloc de la Fàtima, que estava treballant amb nosaltres des que vam obrir l'empresa, ara fa 12 anys. En Fèlix fa 9 anys que n'és el gerent.

22. Nombre de baixes voluntàries i/o acomiadaments / total plantilla (21.6)

A principis d'aquest any hi ha hagut la baixa de la Fàtima, ha trobat feina a un altre sector que la motiva més i ha deixat la feina. No hi ha hagut altres baixes ni acomiadaments.

23. Índex d'absentisme laboral (21.7) i índex d'absentisme laboral justificat (21.8)

No hi ha absentisme laboral no justificat i el justificat és ben bé quan el treballador està de baixa per malaltia.

24. Nivell de satisfacció a la feina (21.9)

Per les reunions que hem fet amb el personal ens sembla que el grau de satisfacció a la feina és molt alt, però no fem enquestes per valorar-ho quantitativament.

25. Nombre de queixes registrades per la plantilla i nombre de respostes donades. Índex de reacció (21.10)

No hem tingut cap queixa per part de la plantilla.

26. Nombre d'accidents i malalties professionals. Índex d'incidència (21.11)

No hem tingut accidents laborals i tampoc malalties laborals.

27. Inversió i despesa per persona en temes de salut, higiene en el treball i ergonomia més enllà de la llei (21.12)

Les despeses que hem tingut aquests 2014 i 2015 en Prevenció de riscos laborals són de 250,00 € cada any.

28. Acords per beneficis socials (21.13)

No tenim acords per beneficis socials com assegurances mèdiques o plans de jubilacions. Som una empresa molt petita, amb només un treballador indefinit i un treballador autònom, difícilment podem arribar a fer acords amb altres empreses en benefici del treballador. En tot cas hauríem de fer-ho com a tot el col·lectiu de cases de Turisme Rural de La Garrotxa (a través de l'Associació).

29. Existència d'una definició de trams salarials i de nivells professionals coneguts per tota la plantilla (21.14)

No tenim definits els trams salarials segons els nivells professionals.

30. Índex de baixes laborals (21.15)

Durant el 2015 va haver-hi una baixa d'1 mes per una operació i el 2016 no hem tingut cap baixa laboral.

30. Existència de mesures per a una millor organització del temps (21.16)

A Caliu Rural mirem de conciliar la vida laboral i personal de manera que en períodes de menys feina tenim flexibilització horària i de jornada laboral. En canvi, hi ha alguns dies puntuals durant l'any que hi ha saturació de feina, llavors si que s'han de fer totes les hores i a l'hora que toquen. En general és una feina que es pot compaginar molt bé amb la vida personal.

31. Existència d'un acord/conveni entre l'organització i les persones treballadores que reculli les condicions sociolaborals (21.17)

No tenim cap conveni on recullin les condicions sociolaborals dels treballadors.

Participació de les persones treballadores

32. Nombre de reunions de caràcter informatiu amb les persones treballadores de l'empresa (22.1)

Fem sis reunions l'any, cada dos mesos aproximadament, tot i això, la comunicació amb la treballadora és constant.

33. Nombre de persones treballadores que participen en processos de consulta i recollida d'idees (22.2)

La persona treballadora participa en els processos de consulta i de recollida d'idees i no cal dir que el gerent també.

34. Accions per promoure la participació, la consulta i la negociació amb el personal en l'organització de l'empresa (22.3)

Ens reunim cada dos mesos i sempre escoltem el que ens hagi de dir la treballadora.

35. Grau de participació de les persones treballadores en la titularitat de l'empresa (22.4)

Només tenim una treballadora, ja que el gerent també és soci de l'empresa. Aquesta treballadora participa amb l'organització de l'empresa.

36. Grau de participació de la plantilla en els dividends de l'empresa (22.5)

La treballadora no percep dividends, el gerent sí ja que és soci de l'empresa.

Igualtat d'oportunitats (23.1 – 23.6)

Hem ampliat el contracte de la Fàtima, que actualment l'ocupa la Yesika, de mitja jornada a jornada completa durant el 2016.

La plantilla està formada per una dona que es dedica al servei de neteja amb un contracte indefinit a jornada completa i per un home que és el gerent i soci de l'empresa que és autònom. Per tant el 50 % son homes i el 50 % dones. No hi ha cap dona ocupant llocs de responsabilitat.

Formació de les persones treballadores (24.1 – 24.7)

El gerent ha participat en varies jornades que s'han organitzat a la comarca sobre turisme accessible, turisme sostenible, turisme rural, millora de gestió,... en aquests 2015 i 2016. El total d'hores de formació d'aquest anys 2015 i 2016 són 12H. Tot sense cost per l'empresa.

Comunitat (25.1 – 25.9)

Col·laborem amb tot el que podem amb les associacions locals i molt especialment amb l'Ajuntament de Sant Feliu de Pallerols i amb tots els projectes que hi ha iniciats o per iniciar de caire local, de La Vall d'Hostoles o de caire comarcal.

Cooperació Inter empresarial (26.1 – 26.8)

En l'aspecte associatiu, i concretament en relació amb el sector turístic estem associats a Turisme Rural de la Garrotxa, a Turisme Garrotxa, a l'associació de Turisme, Indústria i Comerç de Sant Feliu de Pallerols i som Punt d'Informació Comarcal.

També cooperem amb altres entitats o projectes per al desenvolupament del territori (Projecte remença de La Vall d'Hostoles).

Hem participat en el desenvolupament de projectes com Itinerànnia (una xarxa de camins dins les comarques de la Garrotxa, l'Alt Empordà i el Ripollès), amb La Carta Europea de Turisme Sostenible, i amb el Codi de Gestió Sostenible de la Garrotxa i el Collsacabra.

Satisfacció del col·lectiu client (27.1 – 27.9)

Amb l'aplicació de la Carta Europea, facilitem una enquesta de satisfacció escrita on es puntuen diferents percepcions del client, com la neteja, l'atenció, la informació del Parc Natural, etc., a més, tenim un llibre perquè puguin escriure les opinions, suggeriments o queixes.

En general les percepcions són molt bones, i alguns suggeriments negatius han estat beneficiosos per poder corregir el més ràpid possible alguna anomalia de la casa com que la dutxa perdia aigua, la zona de sofes quedava petita per la capacitat de la casa,...

Tenim unes 10 famílies que ens repeteixen cada any. Els clients repetidors, tant dels que repeteixen cada any com els que havien estat alguna vegada a la casa en aquests 2015 i 2016 ens han representat el 51 % de l'ocupació.

Empreses proveïdores (28.1 – 28.7)

Els criteris bàsics de selecció dels proveïdors són la proximitat i el factor qualitat/preu. Per exemple si necessitem productes de jardineria, i el garden o proveïdor local més proper disposa dels productes que necessitem amb el preu i la qualitat adequats, és lògic que sigui el nostre proveïdor. La proximitat ens permet estalviar-nos desplaçaments innecessaris, guanyant també en rapidesa.

Caliu Rural es subministra de materials i accessoris que no requereixen una excessiva especialització per part dels proveïdors. Normalment estem parlant de l'equipament bàsic d'una vivenda i el seus exteriors. És per això que els productes dels quals ens abastim són fàcilment adquiribles en l'entorn local o com a màxim comarcal.

Com ja hem comentat en apartats anteriors, les empreses proveïdores externes al territori són les de subministres com l'electricitat o la telefonia, pels quals forçosament hem de recórrer a empreses d'àmbit estatal.

En referència a terminis de pagament, les compres o serveis rebuts sempre és paguen al comptat, sigui en efectiu, targeta, o si el proveïdor ho prefereix per domiciliació bancària amb càrrec al nostre compte en el moment que es vulgui a partir de la data del subministrament o servei, pel que les nostres compres no representen cap cost de finançament als nostres proveïdors.

Competència (29.1 – 29.2)

Assolim el compromís de competència lleial amb el mercat i ens comprometem a no realitzar pràctiques monopolístiques ni contra la lliure competència. No tenim cap denúncia per competència deslleial.

Objectius i/o accions de millora en l'àmbit social

Dissenyar una nova fulla de valoració de la satisfacció dels clients més atractiva i amb preguntes noves per així conèixer les seves expectatives i recollir suficient informació per poder millorar.

Avaluar millor les recomanacions dels clients i corregir les possibles deficiències de la nostra actuació.

Participar com fins ara en les associacions locals i sectorials que ens influeixen i que col·laboren a la difusió del nostre municipi i la nostra comarca. Les tres principals son: L'associació de turisme Garrotxa, l'associació de turisme rural de La Garrotxa, i l'associació d'indústria, comerç i turisme de Sant Feliu de Pallerols.

Continuar al costat de l'Ajuntament i de l'associació de l'Esbart de la Vall d'Hostoles en el tema de realització i promoció del projecte remença de la Vall d'Hostoles.

Continuar com a punt d'informació comarcal realitzant el reciclatge que anualment es requereix.



Taula d'indicadors del Codi de Gestió Sostenible

	PÀGINA	INDICADORS CGS
1. Aspectes Generals de l'Organització	3	1.1 Declaració de la direcció
	4	1.2 Descripció dels principals impactes, riscos i oportunitats
	6	1.3 Nom de l'organització i dades bàsiques
	7	1.4 Principals activitats, productes o serveis i variacions significatives respecte anys anteriors
	7	1.5 Organigrama de l'organització
	7	1.6 Localització de l'organització
	8	1.7 Nombre de països on opera l'organització
	8	1.8 Naturalesa de la propietat i forma jurídica
	8	1.9 Mercats on opera l'organització
	8	1.10 Dimensions de l'organització
	8	1.11 Canvis significatius produïts a l'organització durant el període cobert a la memòria
	8	1.12 Premis i reconeixements rebuts durant el període cobert
	9	1.13 Valor monetari de sancions i multes significatives i nombre de sancions per incompliment de lleis i normatives, especificant el vector al qual fa referència
	10	1.14 Període cobert per la memòria
	10	1.15 Any de la memòria més recent
	10	1.16 Cicle de presentació de la memòria
	10	1.17 Persona de contacte per a qüestions relatives a la memòria o al seu contingut
	10	1.18 Procés de definició del contingut de la memòria
	10	1.19 Abast i cobertura de la memòria
	10	1.20 Limitacions de l'abast o cobertura de la memòria
	10	1.21 Tècniques de mesura per realitzar els càlculs, hipòtesis i altres per obtenir els indicadors
	10	1.22 Modificacions d'informacions donades en altres memòries
	10	1.23 Canvis de metodologia d'informació i càlcul utilitzats respecte altres memòries
	34	1.24 Taules d'indicadors
	10	1.25 Verificació de la memòria
	8	1.26 Procediments implantats per evitar conflictes d'interessos en els màxims òrgans de decisió de l'empres
	8	1.27 Procediment de determinació de capacitat i experiència exigible a les persones representants dels màxims òrgans de govern

INDICADORS ECONÒMICS	PÀGINA	INDICADORS CGS
2. Ús de recursos locals	11	2.1 Compra de matèries primeres i productes produïts al territori / total compres realitzades
	11	2.2 Compra de matèries primeres i productes produïts al territori amb segells o distintius de qualitat / total de compres realitzades
	12	2.3 Serveis professionals contractats al territori / total serveis contractats
	12	2.4 Compres realitzades al territori / total de compres
	13	2.5 Transports utilitzats sobre la base del territori / total transports utilitzats
	13	2.6 Inversions en actius fixos amb producció i o distribució al territori / total inversions realitzades
	13	2.7 Oferta de productes locals en els processos de distribució i comercialització / total de productes distribuïts i comercialitzats
	14	2.8 % de vendes d'una organització fora del territori / respecte total de vendes
	14	2.9 % treballadors residents al territori / total de la plantilla

3. Gestió Empresarial		3.1 Existència formal de declaració de missió de l'organització
		3.2 Existència formal d'un pla estratègic i fixació d'objectius a curt i llarg termini
	14	3.3 Existència de processos de planificació i gestió pressupostària
		3.4 Existència d'indicadors sobre variables que afectin estratègicament l'organització
	14	3.5 Existència d'una sistemàtica d'anàlisi de costos per producte o servei
	15	3.6 Coneixement de les empreses competidores i la seva importància dins el mercat
	15	3.7 Identificació dels punts forts i els punts febles de la competència i els factors que ens diferencien
4. Sistemes de Gestió	16	4.1 Existència de processos que garanteixin la qualitat dels productes o serveis
		4.2 Existència de sistemes de control i registre dels resultats que garanteixin la traçabilitat dels productes i/o serveis
5. Màrqueting Responsable	17	5.1 Existència de mecanismes que assegurin la transparència, veracitat i fiabilitat de les accions comercials i de màrqueting
		5.2 Realització d'accions per promoure l'ús responsable i segur dels productes
6. Noves Tecnologies de la Informació	18	6.1 % de recursos destinats a NTIC / total inversió de l'empresa
	18	6.2 % de persones treballadores que utilitzen NTIC / total plantilla
	19	6.3 Tipologia de les NTIC utilitzades per l'organització
	19	6.4 Número de persones formades en NTIC / total de la plantilla
7. Innovació	20	7.1 % de recursos destinats a innovació/total de la inversió de l'empresa
	20	7.2 Nous productes o serveis oferts en el mercat
	20	7.3 Nous processos definits i/o implantats a l'organització

INDICADORS AMBIENTALS	PÀGINA	INDICADORS CGS
8. Política Ambiental	22	8.1 Existència d'una política ambiental i descripció dels impactes més significatius de l'activitat
9. Gestió de l'Aigua		9.1 Metres cúbics d'aigua consumida / unitat de producció
	22	9.2 Mesures d'estalvi d'aigua aplicades
		9.3 Qualitat de l'aigua de sortida i vessament d'aigües residuals segons naturalesa i destí
10. Residus		10.1 Quilograms de residus totals / unitat de producció
	23	10.2 Separació en origen dels residus i gestió d'aquests amb gestors autoritzats
		10.3 Quantitat de residus generats per tipus i destins
	23	10.4 Actuacions realitzades per a reduir el volum de residus generats
		10.5 Quantitat de subproductes utilitzats en relació al total de matèries primeres
11. Contaminació acústica		11.1 Diferència entre el soroll produït per l'activitat i els valors límit fixats per la llei
	23	11.2 Actuacions realitzades per minimitzar l'impacte del soroll produït
12. Contaminació lumínica		12.1 Existència d'enllumenat exterior de l'activitat . Nivell de lux emesos
	23	12.2 Actuacions realitzades per minimitzar l'impacte de l'enllumenat exterior
13. Gestió de l'energia		13.1 Consum d'energia / unitats de producció
	24	13.2 Actuacions realitzades per a reduir-ne el consum d'energia
14. Degradació del Sòl		14.1 Existència d'infraestructures per evitar la contaminació del sòl més enllà de la normativa
		14.2 Emmagatzematge correcte dels materials potencialment perillosos més enllà de la normativa
	24	14.3 Tractament adequat de l'entorn per evitar l'erosió
15. Contaminació de l'aire		15.1 Quilograms equivalents de CO ₂ llançats a l'atmosfera / unitat de producció
		15.2 Quilograms de cada tipus d'emissions atmosfèriques / unitat de producció
	24	15.3 Iniciatives per reduir les emissions atmosfèriques i les reduccions assolides
		15.4 Diferència entre les emissions contaminants generades per l'organització i els valors límit que fixa la normativa
16. Integració ambiental dels treballadors	24	16.1 Participació del personal: nombre de reunions per formar-los i informar-los al respecte
		16.2 Diferència entre els valors límits ambientals d'exposició del personal laboral i els fixats per la normativa

17. Innovació ambiental	25	17.1 Nombre d'actuacions de millora implementades per reduir la repercussió de l'empresa en el medi ambient
		17.2 % d'inversions en matèria ambiental / total d'inversions
		17.3 Definició del cicle de vida dels productes i subproductes de l'empresa
18. Integració de l'entorn	25	18.1 Ubicació de l'empresa en un entorn adequat per desenvolupar la seva activitat
	25	18.2 Nombre de mesures adoptades per integrar l'activitat en l'entorn natural
19. Conser_vació de l'entorn		19.1 Actuacions realitzades per al manteniment, recuperació i promoció d'elements naturals i culturals de la seva propietat
		19.2 Col·laboracions realitzades per al manteniment dels espais naturals i culturals

INDICADORS SOCIALS	PÀGINA	INDICADORS CGS
20. Grups d'Interès	27	20.1 Definició d'un mapa dels grups d'interès de l'organització
	27	20.2 Fluxos relacionals existents entre l'organització i els grups d'interès
	27	20.3 Existència d'una sistemàtica de valoració de la satisfacció dels grups d'interès
21. Condicions sociolaborals dels /les treballadors/es	27	21.1 % de personal amb contracte fix / total plantilla
	27	21.2 % de personal amb contracte temporal / total plantilla
	28	21.3 Relació entre el salari més baix i el salari més alt
	28	21.4 Existència d'igualtat salarial dona / home per a una mateixa categoria professional
	28	21.5 Índex de permanència del personal a l'empresa
	28	21.6 Nombre de baixes voluntàries i/o acomiadaments / total de la plantilla
	28	21.7 Índex d'absentisme laboral
	28	21.8 Índex d'absentisme laboral no justificat
	28	21.9 Nivell de satisfacció a la feina
	28	21.10 Nombre de queixes registrades per la plantilla i nombre de respostes donades. Índex de reacció.
	29	21.11 Nombre d'accidents i malalties laborals. Índex d'incidència
	29	21.12 Inversió i despesa per persona en temes de salut i higiene en el treball i ergonomia més enllà de la llei
	29	21.13 Acords per beneficis socials
	29	21.14 Existència d'una definició de trams salarials i de nivells professionals coneguts per tota la plantilla
	29	21.15 Índex de baixes laborals
		21.16 Existència de mesures per a una millor organització del temps
	30	21.17 Existència d'un acord/conveni entre l'organització i les persones treballadores que reculli les condicions sociolaborals
22. Participació de les persones treballadores	30	22.1 Nombre de reunions de caràcter informatiu amb les persones treballadores de l'empresa
	30	22.2 % de persones treballadores que participen en processos de consulta i recollida d'idees
	30	22.3 Accions per promoure la participació, la consulta i la negociació amb el personal en l'organització de l'empresa
	30	22.4 Grau de participació de les persones treballadores en la titularitat de l'empresa
	30	22.5 Grau de participació de la plantilla en els dividendes de l'empresa
23. Igualtat d'Oportunitats	31	23.1 % de contractacions obertes/contractacions anuals
		23.2 % de contractacions amb discriminació positiva a col·lectius desfavorits / total de contractacions
	31	23.3 % de contractes parcials / total de contractacions anuals
		23.4 Existència de contractes amb empreses i entitats d'inserció laboral
	31	23.5 % d'homes i dones dins la plantilla
	8	23.6 % de llocs de responsabilitat ocupats per dones / total de llocs de responsabilitat
24. Formació de les persones treballadores	31	24.1 Inversió destinada a la formació laboral
	31	24.2 % de personal format en el darrer any/total plantilla
		24.3 Existència d'un pla de formació i d'una metodologia d'avaluació de la formació

		24.4 Nombre d'hores de formació en horari laboral i fora de l'horari laboral, per tipus de formació
	31	24.5 Categoria professional de les persones que reben formació
		24.6 Llocs coberts per promoció interna
		24.7 Desenvolupament professional dels treballadors en el sí de l'empresa. Aprenentatge al llarg de la vida.
25. Comunitat	31	25.1 Existència de compromisos amb la comunitat local a través de definicions de polítiques i objectius
		25.2 integració a la identitat cultural i a les tradicions del territori on s'ubica l'organització
		25.3 % de donacions a projectes d'acció social o cultural / beneficis
		25.4 % de donacions a projectes d'acció social o cultural del territori / total de donacions
		25.5 % de temps per prestació de serveis o personal a col·laboracions socials / l'horari laboral
		25.6 % de temps per prestació de serveis o personal a col·laboracions socials del territori/ total % temps de prestació
		25.7 Prestació d'infraestructures a la comunitat
		25.8 Participació en comissions d'organització d'actes socials o culturals vinculats al territori
		25.9 Proporcionar informació als grups d'interès sobre els valors identitaris del territori
26. Cooperació interempre_sarial		26.1 Nombre d'associacions sectorials a les quals pertany l'organització i pertinença en els òrgans organitzatius i/o consultius
	31	26.2 Nombre d'associacions sectorials del territori a les quals pertany l'organització i pertinença en els òrgans organitzatius i/o consultius
		26.3 Nombre de fòrums de caràcter públic o grups de participació ciutadana als quals pertany l'organització
	31	26.4 Nombre de fòrums de caràcter públic o grups de participació ciutadana del territori als quals pertany l'organització
		26.5 Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarials
	31	26.6 Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarials dins el territori
		26.7 Nombre de convenis de pràctiques amb entitats de formació
		26.8 Nombre de convenis de pràctiques amb entitats de formació del territori
27. Satisfacció col·lectiu client		27.1 Existència de mecanismes per al manteniment de la confidencialitat amb el col·lectiu client
	32	27.2 Existència de mecanismes que permetin conèixer els nivells de satisfacció del col·lectiu client
		27.3 Nombre de queixes registrades durant l'any
		27.4 Nombre de litigis o reclamacions formals per part del col·lectiu client
	32	27.5 Proporció anual de clients fidelitzats
		27.6 Índex de devolucions per manca de qualitat del producte o servei/total de productes o serveis lliurats
	32	27.7 Existència de mecanismes de comunicació amb els clients
		27.8 Informació al client sobre la correcta utilització dels béns i serveis oferts
		27.9 Evidència del compliment dels compromisos contractats amb el col·lectiu client
28. Empreses proveïdores	32	28.1 Existència de criteris de selecció d'empreses proveïdores i productes (socials i mediambientals)
		28.2 Existència d'un sistema de detecció de no conformitats
	32	28.3 Termini mitjà de pagament a les empreses proveïdores
		28.4 Termini màxim de pagament a les empreses proveïdores
		28.5 % d'empreses proveïdores del territori/ total d'empreses proveïdores
		28.6 % de dependència d'empreses proveïdores
		28.7 Nivell de satisfacció de les empreses proveïdores
29. Competència	33	29.1 Existència de compromís de competència lleial amb el mercat
	33	29.2 Nombre de denúncies per competència deslleial guanyades i perdudes