

**Turisme  
Garrotxa**



**Memòria de sostenibilitat  
Turisme Garrotxa  
2010**

## Índex

1.	Declaració de la direcció.....	7
1.1	Descripció dels principals impactes, riscos i oportunitats.....	8
2.	Perfil i estructura.....	9
2.1	Dades bàsiques de l'organització.....	9
2.2	Òrgans de govern i organigrama de l'organització.....	9
2.3	Principals línies d'actuació.....	11
2.4	Mercats on opera l'organització.....	12
3.	Abast de la memòria.....	12
3.1	Abast i cobertura de la memòria, i cicle de presentació de les memòries.....	12
3.2	Procés de definició del contingut de la memòria.....	12
3.3	Limitacions de l'abast o cobertura de la memòria.....	13
3.4	Tècniques de mesura per realitzar els càlculs, hipòtesis i altres per obtenir els indicadors.....	13
3.5	Procediments implantats per evitar conflictes d'interessos en els màxims òrgans de decisió de l'organització.....	14
3.6	Procediment de determinació de la capacitat i experiència exigible a les persones representants dels màxims òrgan de govern.....	14
4.	Indicadors.....	14
4.1	Indicadors econòmics.....	14
4.1.1	Ús de recursos locals.....	14
4.1.2	Compres i transports del territori / total de compres i transports realitzats o utilitzats.....	14
4.1.3	Gestió empresarial. Missió i pla estratègic.....	15
4.1.4	Existència de processos de planificació i gestió pressupostària.....	15
4.1.5	Existència d'indicadors sobre variables que afectin estratègicament l'organització.....	16
4.1.6	Sistemes de gestió. Existència de processos que garanteixin la qualitat dels productes o serveis.....	16
4.1.7	Existència de sistemes de control i registres dels resultats que garanteixin la traçabilitat dels productes o serveis.....	16
4.1.8	Màrqueting responsable. Existència d'una persona o departament responsable dels continguts de la informació sobre productes o serveis.....	17
4.1.9	Realització d'accions per promoure l'ús responsable i segur dels productes i serveis.....	17
4.1.10	Noves tecnologies de la informació. % de recursos destinats a NTIC / tota inversió de l'empresa.....	17
4.1.11	% De persones treballadores que utilitzen NTIC / total plantilla.....	17
4.1.12	Innovació. Nous productes o serveis oferts al mercat.....	17
4.1.13	Objectius de millora.....	17
4.2	Indicadors ambientals.....	17
4.2.1	Política ambiental.....	18
4.2.2	Gestió de l'aigua.....	18
4.2.3	Residus.....	19
4.2.4	Gestió de l'energia.....	19
4.2.5	Integració ambiental dels treballadors i treballadores.....	20
4.2.6	Conservació de l'entorn.....	20

4.2.7	Objectius de millora.....	20
4.3	Indicadors socials.....	21
4.3.1	Grups d'interès.....	21
4.3.1.1	Definició d'un mapa dels grups d'interès de l'organització.....	21
4.3.1.2	Fluxos relacionals existents entre l'organització i els grups d'interès.....	22
4.3.1.3	Existència d'una sistemàtica de valoració de la satisfacció dels grups d'interès.....	21
4.3.2	Condicions sociolaborals dels treballadors i les treballadores.....	22
4.3.2.1	% De personal amb contracte fix / total plantilla.....	22
4.3.2.2	Relació entre el salari més baix i el salari més alt.....	23
4.3.2.3	Existència d'igualtat salarial dona / home per a una mateixa categoria professional.....	23
4.3.2.4	Índex de permanència del personal a l'empresa.....	23
4.3.2.5	Índex de baixes laborals.....	23
4.3.2.6	Existència de mesures de conciliació de la vida laboral i personal.....	23
4.3.3	Participació de les persones treballadores.....	24
4.3.3.1	Nombre de reunions de caràcter informatiu amb les persones treballadores de l'empresa .....	24
4.3.3.2	Accions per promoure la participació, la consulta i la negociació amb el personal en l'organització de l'empresa.....	24
4.3.4	Igualtat d'oportunitats.....	24
4.3.4.1	% De contractacions obertes / contractacions anuals.....	24
4.3.4.2	% De contractacions amb discriminació positiva a col·lectius desfavorits / total de contractacions.....	24
4.3.4.3	% De contractes parcials / total de contractacions anuals.....	24
4.3.4.4	Existència de contractes amb empreses d'inserció laboral.....	24
4.3.4.5	% D'homes i dones dins la plantilla.....	24
4.3.4.6	% De llocs de responsabilitat ocupats per dones / total de llocs de responsabilitat.....	25
4.3.5	Formació de les persones treballadores.....	25
4.3.5.1	Inversió destinada a la formació laboral.....	25
4.3.5.2	Existència d'una metodologia d'avaluació de la formació.....	25
4.3.5.3	Categoria professional de les persones que reben formació.....	25
4.3.5.4	Llocs coberts per promoció interna.....	25
4.3.6	Comunitat.....	25
4.3.6.1	Existència de compromisos amb la comunitat local a través de definicions de polítiques i objectius.....	26
4.3.6.2	Adaptació de la identitat cultural i a les tradicions del territori on s'ubica l'organització.....	26

4.3.6.3	Prestació d'equipaments a la comunitat.....	26
4.3.6.4	Participació en comissions d'organització d'actes socials o culturals vinculats al territori.....	26
4.3.6.5	Proporcionar informació als grups d'interès sobre els valors del territori.....	26
4.3.7	Cooperació interempresarial.....	26
4.3.7.1	Nombre d'associacions sectorials a les qual pertany l'organització.....	26
4.3.7.2	Nombre d'associacions sectorials del territori a les qual es pertany.....	26
4.3.7.3	Nombre de fòrums de caràcter públic als quals pertany l'organització.....	26
4.3.7.4	Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarial.....	26
4.3.7.5	Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarial dins el territori.....	27
4.3.7.6	Nombre de convenis de pràctiques amb entitats de formació.....	27
4.3.8	Satisfacció del col·lectiu client.....	27
4.3.8.1	Existència de mecanismes per al manteniment de la confidencialitat amb el col·lectiu client.....	27
4.3.8.2	Existència de mecanismes que permetin conèixer els nivells de satisfacció del col·lectiu client.....	27
4.3.8.3	Nombre de queixes registrades durant l'any.....	27
4.3.8.4	Nombre de litigis o reclamacions formals per part del col·lectiu client.....	27
4.3.8.5	Proporció anual de clients fidelitzats.....	27
4.3.8.6	Existència de mecanismes de comunicació amb els clients.....	27
4.3.8.7	Informació al client sobre la correcta utilització dels béns i serveis oferts.....	28
4.3.9	Empreses proveïdores.....	28
4.3.9.1	Existència de criteris de selecció d'empreses proveïdores i productes (socials i mediambientals).....	28
4.3.9.2	Termini mitjà de pagament a les empreses proveïdores.....	28
4.3.9.3	% d'empreses proveïdores locals / total d'empreses proveïdores.....	28
4.3.10	Objectius de millora.....	28
5.	Validació.....	28

*La comarca dels volcans*  
**Turisme  
Garrotxa** 

## 1. Declaració de la direcció

La sostenibilitat és un concepte que Turisme Garrotxa ha cuidat des del moment mateix de la seva creació, l'any 1996. Els estatuts de l'entitat, l'essència dels quals no ha variat al llarg dels darrers anys, recalquen que la tasca de l'associació era "l'impuls d'un turisme sostenible i de qualitat a la comarca de la Garrotxa".

Turisme Garrotxa treballa per a la millora de la competitivitat dels seus socis i membres oferint serveis d'informació, orientació, assessorament, formació, promoció de l'oferta turística, disseny de productes turístics i suport a la comercialització.

Turisme Garrotxa promou, representa i coordina, de forma participativa, un model de desenvolupament turístic sostenible arrelat al territori, que combina el respecte pel medi ambient amb les necessitats i expectatives de les entitats, empreses i municipis que reben els seus serveis.

Aquesta atenció per a la sostenibilitat es va fer encara més palesa a partir de 2001, amb l'aplicació de la Carta Europea de turisme sostenible, un procés que ha suposat el desenvolupament d'un gran nombre d'actuacions que responen a aquest criteri.

Turisme Garrotxa no concep cap altre model de desenvolupament turístic que no presti una atenció prioritària a la sostenibilitat del territori, des del punt de vista més ampli possible.

Turisme Garrotxa basa la seva activitat en l'existència d'un territori amb una combinació de característiques que el fan únic. És per això que Turisme Garrotxa necessita la preservació de la natura d'aquest territori, la recuperació de la seva cultura i el foment de la seva societat.

En definitiva, el desenvolupament turístic d'aquesta comarca passa –i ha de passar– pel desenvolupament sostenible de la seva natura, cultura i societat.



## 1.1 Descripció dels principals impactes, riscos i oportunitats

Turisme Garrotxa té per objectiu aconseguir impactes positius en els serveis que ofereix, en l'equip humà, en les empreses proveïdores, en la comunitat i en l'entorn natural.

La qualitat dels seus serveis està basada en el compliment de les expectatives dels clients, per tal d'aconseguir que quedin satisfets, i assegurar així, l'èxit a llarg termini de l'entitat. Així mateix, i d'acord amb l'objectiu dels seus serveis, intenta ser en tot moment una entitat proactiva a l'hora de contribuir al desenvolupament sostenible del territori.

En el concepte de responsabilitat social, és prioritari el benestar de l'equip humà, i s'emprenen iniciatives per a promoure el desenvolupament laboral i personal dels treballadors, així com, per oferir un clima laboral agradable i fomentar la participació i comunicació. La igualtat d'oportunitats, la flexibilitat horària i la formació són altres aspectes fonamentals en la política de Turisme Garrotxa.

En el cas de la relació amb les empreses proveïdores, aquesta sempre es basa en criteris d'honestedat, comunicació i informació, i s'adquireixen productes i serveis locals, sempre que és possible.

Respecte a la comunitat i l'entorn natural, és precisament l'objectiu de Turisme Garrotxa el que millor descriu els impactes que els genera l'entitat, doncs, es treballa per a incidir en el teixit socioeconòmic vinculat al turisme de la Garrotxa i zones limítrofes, i fomentar una cultura en les organitzacions que garanteixi un desenvolupament sostenible, en el marc de la Carta Europea de Turisme Sostenible. Per tant, Turisme Garrotxa és una entitat que està directament implicada amb el desenvolupament de l'entorn i de la societat del seu territori.

No obstant això, també cal tenir en compte, els riscos que assumeix Turisme Garrotxa, que bàsicament recauen en les dificultats d'aconseguir finançament, tant per al manteniment de l'estructura com per al desenvolupament del pla d'actuacions.

L'any 2010 va ser, a aquest nivell, un nou any de continuïtat respecte el 2009 i 2008, en què es va engegar un procés de reflexió estratègica perquè el sector turístic de la Garrotxa pogués encarar el futur amb garanties. Es tractava de millorar la fórmula de Turisme Garrotxa per fer-la més potent i permetre que gaudís d'un suport més ampli de tots els implicats.

Les conclusions foren que s'havia de basar en enfortir l'associació a dos nivells. En primer lloc per aconseguir que les decisions de l'assemblea poguessin tenir el màxim suport polític i social fora de l'associació. Es tractava que les decisions més estratègiques que es poguessin prendre en el seu si es veiessin assumides per un consell de les persones que tenen més pes pel que fa al sector turístic i polític de la comarca, cosa que va desembocar en la creació d'un Consell Consultiu. I en segon lloc, es volia millorar l'eficàcia de les línies de treball actual i establir una col·laboració més estreta amb tots els serveis tècnics de la comarca que tractessin temes de turisme.

Al mateix temps, es va posar sobre la taula la necessitat de garantir la viabilitat de l'associació a nivell econòmic, per la qual cosa es va encetar un procés de treball, durant el qual una comissió va formular la proposta de futur a la Junta i a l'Assemblea, segons la qual en un termini de tres anys el 66% dels ingressos haurien de provenir del sector públic, i el 33% del privat.

**Assemblea General**

<b>Presidència</b> Andreu Teixidor de Ventós	<b>Vicepresidència</b> Gerard Xifra	<b>Secretaria</b> Josep M. Prats	<b>Tresoreria</b> Jordi Güell
<b>Socis públics:</b> Aj. Argelaguer: Josep Dorca Aj. Besalú: Maria Fauró Aj. Beuda: Anna Vayreda Aj. Castellfollit de la Roca: Moisès Coromina Aj. La Vall d'en Bas : Miquel Calm Aj. La Vall de Bianya: Jordi Valverde Aj. Les Planes d'Hostoles: Neus Sau Aj. Les Preses: Miquel Costa Aj. Maià de Montcal: M. Carme Alsina Aj. Mieres: Sebastià Vila Aj. Montagut i Oix: Antoni Xifre Aj. Olot: Fina Soler Aj. Riudaura: Rosa Codina Aj. Sales de Llierca: Llorenç Quintana Aj. Sant Aniol de Finestres: Sílvia Palahí Aj. Sant Feliu de Pallerols: Mariona Colom Aj. Sant Ferriol: Josep Masmitjà Aj. Sant Jaume de Llierca: Zaida Vilanova Aj. Sant Joan les Fonts: Anna Serra Aj. Santa Pau: Andreu Teixidor Aj. Tortellà: Ramon Bañón Consell Comarcal de la Garrotxa: Jordi Güell PNZVG: Josep M. Prats Consorti de l'Alta Garrotxa: Inès Carrillo		<b>Socis privats:</b> Ass. Hostaleria de la Garrotxa: Francesc Coll Ass. Hostaleria de la Garrotxa: Ferranda Cos Ass. Hostaleria de la Garrotxa: Gerard Xifra Ass. Turisme Rural Garrotxa: David Muñoz Ass. Allotjaments Rurals: Marc Dérégniaux Agrupació de Cases de Colònies: Josep Gómez Asss de Càmpings la Garrotxa: Joan Masoliver A.Cat. Empreses Senderisme: Gonçal Portabella Ass. Activitats Turístiques: Toni Colom Verd Volcànic: Mireia Tresserras ATIC: Manel Serra A.Turisme Comerç Vall d'en Bas: Isabel Morera Centre Sostenibilitat Territorial: Raül Valls	

**Junta de Govern**

<b>Presidència</b> Andreu Teixidor de Ventós	<b>Vicepresidència</b> Gerard Xifra	<b>Secretaria</b> Josep M. Prats	<b>Tresoreria</b> Jordi Güell	<b>vocalies</b>
				Fina Soler Mariona Colom Maria Fauró Ferranda Cos David Muñoz Francesc Coll Josep Gómez

**Gerència**

Turina Serra  
tserra@turismegarrotxa.com  
(persona de contacte per a qüestions referents a la memòria de sostenibilitat)

**Equip tècnic**

Montse Padrosa (AODL)      David Curós  
mpadrosa@turismegarrotxa.com      dcurros@turismegarrotxa.com

**Auxiliar administrativa**

Marta Ralita  
mralita@turismegarrotxa.com

**Brigada Pla d'Ocupació**  
(via Consell Comarcal)

Per tant, el 2010 es va cloure amb els dos principals resultats del procés de reflexió estratègica en marxa, i treballant d'una forma clara en la viabilitat econòmica del futur de l'associació.

## 2 Perfil i estructura

### 2.1 Dades bàsiques de l'organització

Nom: Turisme Garrotxa (Associació la Garrotxa Terra d'Acolliment Turístic)

Adreça: Av. Onze de Setembre, 22, 2a planta

Localitat: 17800 Olot

NIF G17484916

Forma jurídica: Associació privada sense afany de lucre

Nombre de persones treballadores: 4

Telèfon: 972 27 16 00

Fax: 972 27 16 66

Correu electrònic: [info@turismegarrotxa.com](mailto:info@turismegarrotxa.com)

Web: [www.turismegarrotxa.com](http://www.turismegarrotxa.com)

Total pressupost any 2010: 95.322,23 €



Les persones treballadores no participen de la titularitat de l'entitat, i tampoc en reben dividends, ja que els beneficis es reinverteixen en la pròpia associació.

## 2.3 Principals línies d'actuació

Turisme Garrotxa treballa per a la millora de la competitivitat dels seus socis i membres oferint serveis d'informació, orientació, assessorament, formació, promoció de l'oferta turística, disseny de productes turístics i suport a la comercialització.

Finalment, s'encarrega de l'assessorament a emprenedors del sector turístic, impulsa la comercialització a través d'acords amb agències de viatges, i manté acords de col·laboració amb entitats que li permeten desenvolupar un pla d'actuació extens i divers.

Turisme Garrotxa promou, representa i coordina, de forma participativa, un model de desenvolupament turístic sostenible arrelat al territori, que combina el respecte pel medi ambient amb les necessitats i expectatives de les entitats, empreses i municipis que reben els seus serveis.

Les línies estratègiques de Turisme Garrotxa són:

- 1) Promocionar l'entorn, la cultura, la societat, les activitats i els serveis turístics de la Garrotxa.
- 2) Adequar permanentment el catàleg de serveis oferts als membres de l'associació.
- 3) Establir mecanismes de coordinació de l'oferta turística de la Garrotxa.
- 4) Reelaborar el model organitzatiu, personal i social de Turisme Garrotxa.

D'aquestes quatre línies estratègiques es desprenen totes les actuacions.

Turisme Garrotxa dóna suport a l'atorgament d'acreditacions de qualitat, com l'acreditació d'empreses com a Punts d'Informació, l'acreditació d'empreses amb la Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS) o l'acreditació d'empreses amb el Codi de Gestió Sostenible de la Garrotxa i el Collsacabra.

A nivell de comunicació externa, edita la guia Tot Garrotxa, el mapa turístic, el mapa d'Itinerància (en col·laboració amb l'Editorial Alpina), el fulletó de les visites guiades Descobreix la Garrotxa!, fa publicitat a una revista de viatges, envia i proporciona informació turística a tothom qui li'n demana, assisteix a fires –tan genèriques com especialitzades-, atén mitjans de comunicació, viatges de familiarització, viatges de periodistes i també viatges de coneixement del territori. Assisteix a workshops i coordina el manteniment de la senyalització d'Itinerància.

Pel què fa a la comunicació interna, edita un butlletí semestral i organitza col·loquis sempre que sorgeixin temes d'interès.

En referència a la comunicació online externa, és present a Internet a turismegarrotxa.com i a diverses xarxes socials i edita un butlletí per als visitants. A nivell intern, disposa d'un sistema de gestió de continguts del web i edita un butlletí setmanal, el Flaixos.

Pel què fa a la formació, coorganitza el Curs de Coneixement de la Garrotxa el Curs d'Atenció al Client, les sessions de formació permanent, el viatge de formació i la iniciativa Planta't a Internet. A més, ofereix descomptes en cursos i jornades.

Pràcticament totes les actuacions que desenvolupa Turisme Garrotxa s'emmarquen en la Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS), un document marc que s'aplica

des de 2001 per al desenvolupament d'un turisme sostenible i de qualitat a la comarca de la Garrotxa.

## **2.4 Mercats on opera l'organització**

A nivell de prestació de serveis als agents del territori, Turisme Garrotxa opera a la comarca de la Garrotxa i a les zones limítrofs, mentre que a nivell de visitants de la comarca, Turisme Garrotxa opera a diversos punts de l'Estat espanyol, i a diversos països europeus, mercats que varien any a any en funció de les accions promocionals a les quals s'estima oportú de participar, i entre les quals n'hi ha de dirigides al gran públic i de dirigides a segments específics, com el senderista.

## **3 Abast de la memòria de sostenibilitat**

### **3.1 Abast i cobertura de la memòria, i cicle de presentació de les memòries de sostenibilitat**

Aquesta memòria abasta la totalitat d'activitats desenvolupades per Turisme Garrotxa durant l'any 2010, i és la tercera de les memòries de sostenibilitat anuals.

### **3.2 Procés de definició del contingut de la memòria de sostenibilitat**

Per tal d'elaborar aquesta memòria s'ha utilitzat el Codi de Gestió Sostenible de la Garrotxa i el Collsacabra (CGS) que és una eina impulsada per la Fundació Privada Garrotxa Líder a partir de l'any 2005, i que té per objectiu promoure la implantació de polítiques de gestió socialment responsables a les organitzacions públiques i privades d'aquest territori com a fórmula per contribuir al seu creixement equilibrat i sostenible.

El CGS ha estat revisat a través d'un procés participatiu o multistakeholder entre finals de 2008 i principis de 2009, en el qual s'ha previst que la majoria d'indicadors mantinguin correspondència o equivalència amb un o més indicadors de compliment de RSE proposats per la Guia G3 de Global Reporting Initiative, màxim estàndard internacional en l'elaboració d'eines per fer memòries de sostenibilitat, amb l'objectiu d'afavorir la comparabilitat de les empreses del territori adherides al CGS amb qualsevol altra organització de la resta del món, independentment del seu sector d'activitat o dimensió.

Per a determinar els aspectes inclosos en la memòria s'han tingut en compte els grups d'interès de Turisme Garrotxa, entenent per grups d'interès aquelles persones, col·lectius o institucions que es veuen afectades per l'organització o la seva activitat i que poden incidir en el seu funcionament i el desenvolupament. Per aquest motiu, es considera necessari saber què esperen de l'entitat cadascun d'aquests grups i quines són les seves prioritats, opinions i expectatives.

Els principals grups d'interès identificats són: els òrgans de govern, els treballadors i treballadores, les empreses proveïdores, els socis, les empreses adherides, les empreses solament associades als gremis, els visitants de la Garrotxa, els mitjans de comunicació, i la comunitat/territori.

### **3.3 Limitacions de l'abast o cobertura de la memòria de sostenibilitat**

Existeixen limitacions de l'abast i cobertura de la memòria en certs impactes ambientals generats pel servei de Turisme Garrotxa, degut a que l'entitat s'allotja a la seu del Consell Comarcal de la Garrotxa, i per tant, comparteix amb aquesta institució la responsabilitat dels impactes que es generen en aspectes com el consum energètic, consum d'aigua i gestió de residus.

### **3.4 Tècniques de mesura per realitzar els càlculs, hipòtesis i altres per obtenir els indicadors**

El sistema de càlcul utilitzat en els indicadors s'ha extret de la nova versió del Codi de Gestió Sostenible de la Garrotxa i el Collsacabra (CGS).

### **3.5 Procediments implantats per evitar conflictes d'interessos en els màxims òrgans de decisió de l'organització**

En el capítol III i IV dels estatuts de Turisme Garrotxa, corresponent als òrgans de gestió i govern, s'enumera com a tals l'Assemblea i la Junta, i es determina per a cadascun d'ells la composició, les funcions, la durada del mandat, les competències, el règim de les sessions i les majories en les votacions.

Així doncs, a través dels Estatuts queda regularitzat el procediment en la presa de decisions de l'entitat, per bé que resta pendent la redacció d'un reglament intern que desenvolupi d'una forma més detallada els preceptes recollits als estatuts.

### **3.6 Procediment de determinació de la capacitació i experiència exigible a les persones representants dels màxims òrgan de govern**

Els procediments d'elecció dels membres dels diversos òrgans de govern de Turisme Garrotxa garanteixen la capacitació i experiència de tots els seus membres.

En el cas de l'Assemblea, és cada soci qui determina quina és la millor persona de la seva organització que la pot representar. En el cas de la Junta, és l'Assemblea de Turisme Garrotxa la que elegeix les 6 persones del sector públic i les 6 del sector privat amb més vots rebuts d'entre tots els candidats.

## **4. Indicadors**

Turisme Garrotxa, partint d'una missió i d'un pla estratègic perfectament definits, desenvolupa un seguit d'accions que, en el seu vessant econòmic intenten ser el màxim de coherents possible amb l'estratègia de la CETS, des de la prioritització de l'ús de productes i proveïdors locals –no sempre possible atesa la mancança d'alguns d'aquests elements al territori-, al fet de tenir ben definits els procediments per executar les accions més habituals, a dur un control d'alguns dels principals aspectes que incideixen directament a l'entitat, en fer una aposta radical per un màrqueting responsable, i en prioritzar les actuacions en l'àmbit de les NTIC.

## 4.1 Indicadors econòmics

### 4.1.1 Ús de recursos locals

#### Compres i transports del territori / total de compres i transports realitzats o utilitzats

El **48%** de la despesa en compres i transports ha estat a **proveïdors locals**, i el **52%** a proveïdors de fora la Garrotxa, incloent la despesa efectuada amb empreses prestatàries de serveis inexistents a la comarca, com ara caixes d'estalvis, telefonia, correus, rotatives... De nou s'han tornat a invertir les proporcions respecte l'any anterior. Malgrat que la prioritat per Turisme Garrotxa són els proveïdors locals, en alguns casos, per l'especificitat del producte o servei a contractar, cal fer-ho amb proveïdors externs.

### 4.1.2 % Treballadors residents al territori / total de la plantilla

Turisme Garrotxa tenia, l'any 2010, 4 treballadors, tres dels quals residien a Olot i un fora de la comarca. En percentatges, podem dir que el **75% dels treballadors resideixen al mateix municipi on té la seu l'entitat**.

### 4.1.3 Gestió empresarial

#### Missió i pla estratègic

La missió de Turisme Garrotxa, d'ençà del procés de reflexió estratègica de l'any 2008, és la següent:

"Turisme Garrotxa és una associació privada sense afany de lucre integrada principalment per representants del sector turístic privat i públic de la Garrotxa.

Turisme Garrotxa treballa per a la millora de la competitivitat dels seus socis i membres oferint serveis d'informació, orientació, assessorament, formació, promoció de l'oferta turística, disseny de productes turístics i suport a la comercialització.

Turisme Garrotxa promou, representa i coordina, de forma participativa, un model de desenvolupament turístic sostenible arrelat al territori, que combina el respecte pel medi ambient amb les necessitats i expectatives de les entitats, empreses i municipis que reben els seus serveis."

Aquest mateix pla estratègic defineix 4 línies estratègiques a desenvolupar entre 2008 i 2011:

- 1) Promocionar l'entorn, la cultura, la societat, les activitats i els serveis turístics de la Garrotxa.
- 2) Adequar permanentment el catàleg de serveis oferts als membres de l'associació.
- 3) Establir mecanismes de coordinació de l'oferta turística de la Garrotxa.
- 4) Reelaborar el model organitzatiu, personal i social de Turisme Garrotxa.

A partir de 2012 és previst encetar un nou procés de reflexió estratègica.

#### 4.1.4 Existència de processos de planificació i gestió pressupostària

Des de gerència es controla de forma periòdica l'evolució del pressupost. També es disposa d'un assessor comptable extern que supervisa, juntament amb la gerent, el pressupost i la tresoreria.

La Junta es manté informada de tots aquests aspectes cada 6 mesos.

#### 4.1.5 Existència d'indicadors sobre variables que afectin estratègicament l'organització

Turisme Garrotxa disposa de diverses fonts de dades que utilitza per a prendre decisions relacionades amb actuacions concretes. En són un exemple les estadístiques del web també aporten una informació prou valuosa per conèixer el perfil dels visitants potencials de la Garrotxa i les seves preferències. En funció d'alguns dels paràmetres que recullen aquestes estadístiques, s'adapten, es milloren o es canvien parts del web.

Un altre cas serien les estadístiques de la xarxa de Punts d'Informació, que és una de les fonts d'informació més importants de què disposa Turisme Garrotxa, ja que permet observar dades comparatives des de 2001 sobre l'evolució dels visitants informats a la Garrotxa, en les que s'observen fenòmens com l'evolució de l'estacionalitat dels fluxos turístics. També són d'utilitat les queixes i suggeriments rebuts pels Punts d'Informació que tractin d'algun tema sobre el qual Turisme Garrotxa tingui alguna responsabilitat. En els casos en què es detecta que el client té raó, s'adopten les mesures necessàries per resoldre la incidència o millorar el servei. Les queixes i suggeriments referents a altres temes, es deriven a l'organisme corresponent.

Malgrat que no es tracta de cap font de dades a l'ús, l'existència de la taula de tècnics de turisme permet copsar la percepció dels tècnics municipals a nivell de cooperació relacionada amb l'estratègia turística de la Garrotxa.

També són d'especial importància les dades que aporten els estudis de mercat –bé contractats des de Turisme Garrotxa, bé des de les altres dues comarques integrants d'Itinerànnia, o bé proporcionats per tercers (Centres de Promoció de Catalunya a l'Exterior), i totes aquelles dades fornides per entitats com Turisme de Catalunya, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona o la Cambra de Comerç de Girona (calendari de vacances escolars d'arreu d'Europa), que ajuden a la presa de decisions de Turisme Garrotxa i del sector turístic en general.

#### 4.1.6 Sistemes de gestió

##### Existència de processos que garanteixin la qualitat dels productes o serveis

Turisme Garrotxa disposa de diversos procediments:

- Administració -factures, reserves, dietes
- Alta
- Baixa
- Comissions
- Cooperació Leader Plus
- Famtrips i presstrips
- Fires
- Juntetes-assamblees-reunions
- Accés FTP Itinerànnia
- Redacció Flaixos

- Socis i material editat
- Tramesa informació
- Ús invitacions Descobreix la Garrotxa
- Viatges coneixement del territori
- Workshops
- Itinerànnia al Google Earth

#### **4.1.7 Existència de sistemes de control i registres dels resultats que garanteixin la traçabilitat dels productes o serveis**

Existeixen diversos sistemes de control i registre:

- Registre de material promocional enviat a les fires
- Registre de material promocional cedit a les empreses
- Registre de les estadístiques de visites al web
- Registre dels formularis de contacte enviats des del web
- Registre de les reserves de visites guiades fetes des del backoffice
- Registre de les estadístiques de visitants a la xarxa de Punts d'Informació
- Registre de les queixes i suggeriments rebuts per la xarxa de Punts d'Informació
- Enquestes de satisfacció als participants als viatges de coneixement del territori

#### **4.1.8 Màrqueting responsable**

##### **Existència d'una persona o departament responsable dels continguts de la informació sobre productes o serveis**

Una comissió formada per la totalitat dels tècnics de turisme dels diversos municipis de la Garrotxa que en disposen, coordinada i supervisada des de Turisme Garrotxa, és el fòrum de debat sobre els continguts sobre la Garrotxa que es difonen a través de la principal publicació que edita l'entitat, la guia Tot Garrotxa.

##### **4.1.9 Realització d'accions per promoure l'ús responsable i segur dels productes i serveis**

El web i la guia Tot Garrotxa incorporen consells de visita al Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa i a l'Espai d'Interès Natural de l'Alta Garrotxa, que emfatitzen el civisme en diversos aspectes de la visita en ambdós espais.

#### **4.1.10 Noves tecnologies de la informació**

##### **% De recursos destinats a NTIC / tota inversió de l'empresa**

A banda del centenar d'hores de recursos humans que s'han dedicat a desenvolupar algunes accions sense costos externs, com l'enviament de butlletins o l'actualització del web, durant l'any 2010 s'han invertit un **0,59% del pressupost del pla d'actuacions a les NTIC**. De totes maneres cal fer notar que l'any 2010 des de Turisme Garrotxa es van començar a gestionar dos projectes relacionats amb les NTIC finançats pel Consell Comarcal de la Garrotxa, el routing d'Itinerànnia i la Xarxa de Punts Digitals d'Informació Turística, que van suposar una gran inversió econòmica en aquest àmbit.

##### **4.1.11 % De persones treballadores que utilitzen NTIC / total plantilla**

El **100% dels treballadors** de Turisme Garrotxa **utilitzen les NTIC**.

#### 4.1.12 Innovació

##### Nous productes o serveis oferts al mercat

L'any 2010 no es va crear cap servei nou, però es va començar a treballar en la creació de dos nous serveis, el routing d'Itinerànnia i la Xarxa de Punts Digitals d'Informació Turística, amb la previsió d'activar-los durant el 2011.

#### 4.1.13 Objectius de millora

En l'àmbit de la gestió econòmica de Turisme Garrotxa, s'han establert els següents objectius de millora:

- Participar activament en el procés de renovació de la Carta Europea de Turisme Sostenible 2011-2016.
- Invertir més recursos econòmics en noves tecnologies.

### 4.2 Indicadors ambientals

Turisme Garrotxa és una entitat singular en un aspecte que afecta directament aquesta memòria de sostenibilitat, que és la seva ubicació. Les dependències de l'associació es troben situades en un local cedit pel Consell Comarcal. Això implica que Turisme Garrotxa no controla directament bona part dels indicadors d'aquest apartat, a banda que molts no li són d'aplicació per diversos motius.

Els que es ressenyen a continuació són indicadors parcialment extrets de la Memòria de Sostenibilitat de la Fundació Garrotxa Líder de l'any 2010.

Amb tot, Turisme Garrotxa disposa d'una eina que, tot i que no té una translació directa als indicadors ambientals de l'associació mateixa, sí que té uns efectes molt concrets sobre la comarca i el seu model de desenvolupament: la Carta Europea de Turisme Sostenible.

Aplicant aquesta estratègia de desenvolupament turístic, que es basa en el foment d'un turisme sostenible, de qualitat i respectuós amb el medi ambient, Turisme Garrotxa difon i fomenta uns valors molt determinats sobre el respecte cap al medi ambient, valors que incideixen d'una forma directa o indirecta tot el sector turístic, i que d'ençà de l'any 2009 comparteixen una vintena d'empreses turístiques acreditades amb la CETS.

#### 4.2.1 Política ambiental

Turisme Garrotxa, consegüent amb els valors que difon a les organitzacions del seu àmbit d'actuació, desenvolupa la seva activitat seguint els criteris d'oficina verda.

Turisme Garrotxa assumeix un compromís amb el medi ambient, en el qual es reflecteix la seva intenció de respectar-lo en el disseny i realització dels seus serveis, i la voluntat d'anar més enllà del que estableix la normativa vigent. Per això, Turisme Garrotxa estableix, declara i assumeix els següents principis en l'àmbit de la Gestió Ambiental:

- L'organització adoptarà mecanismes que afavoreixin l'estalvi energètic en el si de l'activitat i establirà indicadors de mesura que li permetin analitzar resultats i fixar-se objectius de millora a mitjà i llarg termini.
- L'organització afavorirà en el si de la seva activitat la reducció, el reciclatge i la reutilització de materials.

- L'organització fomentarà la participació, informació i formació dels treballadors i les treballadores en els processos de millora ambiental de l'activitat.
- L'organització establirà una política de compres que prioritzi la qualitat i el respecte al medi ambient (adquisició de productes biodegradables, reciclables o reutilitzables) i que doni prioritat als productes i als serveis locals.

El fet que Turisme Garrotxa desenvolupi la seva activitat en unes instal·lacions i despatxos ubicats a la seu del Consell Comarcal de la Garrotxa, condiona que les dades que es puguin recollir respecte al consum energètic, d'aigua i de generació de residus no siguin significatives, degut a que aquestes dades fan referència al consum total de l'edifici. No obstant, aquest any s'ha iniciat un procés de redacció d'una política ambiental comuna amb les diferents entitats presents a l'edifici per tal d'establir mecanismes de control de consums, així com indicadors d'avaluació de les millores ambientals que es puguin desenvolupar.

#### 4.2.2 Gestió de l'aigua

El consum d'aigua no és un aspecte ambiental significatiu en l'activitat de Turisme Garrotxa, degut a que el consum prové dels sanitaris i les tasques de neteja de les instal·lacions. Aquesta aigua prové de la xarxa pública, i les aigües residuals que es generen són d'origen domèstic i es destinen a la xarxa pública de sanejament.

No obstant això, es disposa de mesures per a l'estalvi d'aigua en les aixetes que hi ha instal·lades a les piques dels lavabos.

Mesures adoptades

- Aixetes amb polsador

#### 4.2.3 Gestió de residus

Un altre impacte ambiental derivat de l'activitat de Turisme Garrotxa és la generació de residus, bàsicament de paper i tòners. Per aquest motiu, es prioritza la reducció de la quantitat generada i la millora de la seva gestió aplicant mesures de reutilització i reciclatge.

Mesures adoptades

- Contenedors per a la selecció del paper i plàstic
- Impressió a doble cara i a dues pàgines per cara
- Reutilització de tòners
- Predeterminació de les impressores en qualitat econòmica
- Reutilització de material de classificació i arxiu
- Comunicació interna via correu electrònic

#### 4.2.4 Gestió de l'energia

El consum d'energia a les oficines de Turisme Garrotxa es destina principalment a la il·luminació, a la calefacció, a l'aire condicionat i als equipaments informàtics.

Totes les lluminàries de l'oficina són de fluorescents tubulars que ofereixen una bona relació entre consum i flux lluminós. La il·luminació de les instal·lacions es veu afavorida per la gran quantitat d'obertures a l'exterior i una orientació òptima que permet aprofitar molt bé la llum del sol.

La climatització de les oficines es realitza mitjançant un sistema de bombes de calor amb fan-coils. És un sistema de fàcil instal·lació que permet disposar de calefacció a

l'hivern i refrigeració a l'estiu, amb uns consums molt menors que les instal·lacions d'aire condicionat i calefacció amb radiadors.

En els banys es disposa d'interruptors amb temporitzadors.

A la part superior de l'edifici del Consell Comarcal de la Garrotxa, on s'ubiquen les dependències de Turisme Garrotxa, hi ha instal·lades, des de l'any 2003, 18 plaques fotovoltaïques de 160W. Aquestes plaques s'utilitzen per a l'autoabastiment energètic de l'edifici els dies laborables, aportant fins a un 4,2% de l'energia consumida. Els caps de setmana, l'energia produïda passa a la xarxa elèctrica, cosa que reporta un benefici econòmic que permet reduir aproximadament un 15% la despesa elèctrica ordinària de l'edifici.

Mesures adoptades

- Llumínaries de fluorescents tubulars
- Sistema de temporització en els llums dels banys
- Climatització amb fan-coils
- Hibernació de pantalles dels ordinadors

Contaminació de l'aire

Respecte a les emissions de CO<sup>2</sup>, la Fundació, ha establert durant aquest any 2010 indicadors de mesura que li permetran analitzar els resultats d'emissions de CO<sup>2</sup> en la mobilitat, tant laboral com de desplaçament al lloc de treball de les persones que formen part de la plantilla laboral.

#### **4.2.5 Integració ambiental dels treballadors i treballadores**

Turisme Garrotxa disposa de la política ambiental publicada, i es podria considerar que és motiu suficient per assegurar-ne la difusió entre l'equip humà, però la realitat ens indica que, sense una participació directa en la seva elaboració i sense una revisió periòdica, aquesta pot esdevenir a la llarga obsoleta i desconeguda.

De manera que, creiem necessari realitzar i programar noves actuacions per millorar la integració del personal en els aspectes de gestió mediambientals.

Mesures adoptades

- Formació ambiental dels treballadors i treballadores

#### **4.2.6 Integració a l'entorn**

D'acord amb la seva missió, internament a Turisme Garrotxa també es treballa per contribuir a la millora del medi ambient, aplicant diverses mesures per minimitzar els possibles impactes derivats dels serveis i instal·lacions. Així, a part de les mesures exposades en els apartats anteriors, també s'han establert criteris de compra responsable i de selecció de proveïdors, segons les bones pràctiques ambientals de l'oficina i els criteris de responsabilitat social.

Mesures adoptades

- Compra de paper Xerox Recycled ISO 14001 i EMAS Environmental Management System, fabricat amb fibres reciclades 100%. Està certificat amb la garantia "Àngel Blau", marca Alemanya concebuda per distingir els productes amb baixa incidència sobre el medi ambient durant el seu cicle de vida, i amb l'etiqueta "Nordic Ecolabel", que garanteix un baix nivell d'emissions durant la producció del paper.

- Material d'enquadració de metall.

#### 4.2.7 Objectius de millora

En l'àmbit de la gestió medi ambiental de Turisme Garrotxa, s'han establert els següents objectius de millora:

- Establir una política ambiental comú amb les diferents entitats presents a l'edifici on s'ubiquen les oficines de la Fundació Garrotxa Líder.
- Dissenyar i implementar mesures per afavorir la minimització de l'emissió de gasos a l'atmosfera
- Documentar i fer un seguiment de la gestió ambiental en les compres.

### 4.3 Indicadors socials

La cura pel vessant social de les accions de Turisme Garrotxa es fa palesa de forma transversal en el desenvolupament del pla d'actuacions de l'associació.

#### 4.3.1 Grups d'interès

##### 4.3.1.1 Definició d'un mapa dels grups d'interès de l'organització

Turisme Garrotxa té dos grups socials d'interès molt diferenciats. Per una banda, l'intern (els seus socis i empreses adherides), i per l'altra l'extern (els visitants de la comarca, tan els actuals com els potencials). Cadascun d'aquests dos grans grups es podria dividir en subgrups.

Els principals grups d'interès que té identificats Turisme Garrotxa són, a nivell intern: els òrgans de govern, els treballadors i treballadores, les empreses proveïdores, els socis, les empreses adherides i les empreses solament associades als gremis; i a nivell extern: els visitants de la Garrotxa, els mitjans de comunicació, els operadors turístics i la comunitat/territori.

Grup d'Interès	Canal de comunicació	Periodicitat	Sistemàtica de valoració
Òrgans de govern Assemblea Junta de govern	Reunions Reunions	Anuals Mensuals	Actes Focus Group i/o entrevistes Focus Group i/o entrevistes
Treballadors i treballadores	Correu electrònic Reunions col·lectives Xarxes socials	Periòdic Discrecionals Discrecional	Entrevista amb la direcció
Empreses proveïdores	Telefònic Correu electrònic Correu ordinari Xarxes socials	Discrecional Discrecional Puntual Discrecional	
Socis	Reunions Jornades Xerrades i conferències Butlletins	Discrecionals Puntuals Puntuals	Focus Group i/o entrevistes

	Xarxes socials	Setmanal/trimestral Discrecional	
Empreses adherides	Reunions Jornades Xerrades i conferències Butlletins Xarxes socials	Discrecionals Puntuals Puntuals Setmanal/trimestral Discrecional	
Empreses solament associades als gremis	Jornades Xerrades i conferències Butlletí	Puntuals Puntuals Setmanal	
Visitants de la Garrotxa	Web Xarxes socials Butlletí Publicacions Telefònic Correu ordinari Correu electrònic Punts d'Informació	Permanent Discrecional Trimestral Permanent Puntual Puntual Puntual Permanent	Estadístiques de visites       Nombre de persones informades
Mitjans de comunicació	Correu electrònic Telefònic Rodes de premsa Presstrips Xarxes socials	Puntual Puntual Puntuals Puntuals Discrecional	Nombre de presstrips atesos
Operadors turístics	Famtrips Workshops	Puntuals Puntuals	Nombre de famtrips atesos Nombre de contactes efectuats
Comunitat/territori	Jornades Xarxes socials	Puntuals Discrecional	Focus Group i/o entrevistes

#### 4.3.1.2 Fluxos relacionals existents entre l'organització i els grups d'interès

En el cas del grup d'interès intern, Turisme Garrotxa s'hi relaciona a través de l'enviament de butlletins informatius i de l'organització d'Assemblees altres accions més puntuals, com sessions informatives, el viatge de formació, les sessions de formació permanent., les taules de treball. A banda, de reunions que es puguin mantenir de forma individual o col·lectiva amb persones d'aquest col·lectiu per a tractar temes puntuals, sense descuidar els mitjans comunicació locals, que ajuden a difondre les accions de Turisme Garrotxa entre la població local.

En el cas del grup d'interès extern, Turisme Garrotxa s'hi relaciona mitjançant el web (donant ressò a les fotografies i vídeos dels visitants), les xarxes socials –l'únic mitjà

que permet un feedback, a part dels formularis de contacte del web-, un butlletí informatiu, atenent periodistes i operadors turístics, assistint a workshops i fent ús i col·laborant amb els mitjans comunicació d'àmbit nacional i estatal.

Les xarxes socials ajuden a mantenir un contacte permanent amb part del grup d'interès intern i extern, ja que no tots els seus membres hi són presents.

#### **4.3.1.3 Existència d'una sistemàtica de valoració de la satisfacció dels grups d'interès**

En el cas del grup d'interès intern, la seva satisfacció no s'analitza d'una forma sistemàtica, sinó que és el contacte directe amb el sector el que permet detectar la major part de conflictes.

#### **4.3.2 Condicions sociolaborals dels treballadors i les treballadores**

##### **4.3.2.1 % De personal amb contracte fix / total plantilla**

El 25% del personal té contracte d'Agent per a l'Ocupació i el Desenvolupament Local, modalitat de contractació a través de la qual la Generalitat de Catalunya assumeix la major part del sou, però que implica que l'agent contractant sigui un ens local públic. En aquest cas, un soci de Turisme Garrotxa com és Consell Comarcal de la Garrotxa, va arribar a un acord amb Turisme Garrotxa pel qual contractava una persona per a l'equip tècnic de l'associació, i la cedia a Turisme Garrotxa, pagant l'associació el percentatge corresponent a l'aportació local.

El **75%** restant de la plantilla té **contracte indefinit**. En tots els casos és a temps complet.

##### **4.3.2.2 Relació entre el salari més baix i el salari més alt**

La retribució salarial de les persones treballadores de Turisme Garrotxa es regeix per les condicions establertes en el conveni de Personal Laboral del Consell Comarcal de la Garrotxa, de manera que existeix una definició clara i per escrit dels diferents trams salarials per categoria professional, a l'abast de tothom, segons la qual no existeix discriminació per raó de gènere. La relació entre el salari base dels homes respecte el de les dones per una mateixa categoria professional és igual a 1.

D'altra banda, la relació entre el salari més alt i el salari més baix és d'una proporció de 2,71 propera a la mitjana dels països més desenvolupats de la Unió Europea i indica un nivell de cohesió social dins l'organització prou satisfactori.

##### **4.3.2.3 Existència d'igualtat salarial dona / home per a una mateixa categoria professional**

Turisme Garrotxa aplica el conveni del Consell Comarcal de la Garrotxa en matèria de sous i salaris, que no fa distincions salarials entre sexes per a una mateixa categoria professional.

##### **4.3.2.4 Índex de permanència del personal a l'empresa**

A 31 de desembre de 2010, el 25% del personal feia més de 10 anys que treballava a Turisme Garrotxa, un 25% en feia més de 5 i un 50% menys de 5.

#### 4.3.2.5 Índex de baixes laborals

No es van produir cap baixa laboral durant l'any 2010

#### 4.3.2.6 Existència de mesures de conciliació de la vida laboral i personal

La flexibilitat horària és una de les mesures principals que s'apliquen per a conciliar la vida laboral i personal. També ho són la selecció dels dies concrets de treball a algunes fires, les dates de vacances...

Mesures de conciliació de la vida personal i laboral	% Persones que se n'han beneficiat
Horari de 37 hores setmanals, concentrat majoritàriament al matí	100%
Flexibilitat de l'horari laboral	100%
Flexibilitat espacial	100%
Permisos per assumptes propis no justificables	100%
Permisos (maternitat, mort o malaltia greu de familiars, trasllat de domicili, funcions sindicals i per adopció)	0%
Reduccions de jornada (per atenció de menors o de persones amb disminució física o psíquica, lactància...)	0%
Llicències per estudis i assumptes propis, i excedències	0%
Servei de cuina (Consell Comarcal de la Garrotxa)	50%
Formació	75%

#### 4.3.3 Participació de les persones treballadores

##### 4.3.3.1 Nombre de reunions de caràcter informatiu amb les persones treballadores de l'empresa

Tot i que no es realitzen reunions específiques sobre temes laborals, els treballadors de Turisme Garrotxa tenen la possibilitat d'obtenir aquesta informació a través de diverses vies: gerència, administració...

##### 4.3.3.1 Accions per promoure la participació, la consulta i la negociació amb el personal en l'organització de l'empresa

La participació dels treballadors de Turisme Garrotxa en la presa de decisions que afecten l'organització de l'entitat és elevada, i es materialitza en reunions periòdiques durant les quals s'aborden tots aquests temes.

#### 4.3.4 Igualtat d'oportunitats

##### 4.3.4.1 % De contractacions obertes / contractacions anuals

Durant l'any 2010 no es va produir cap contractació.

#### **4.3.4.2 % De contractacions amb discriminació positiva a col·lectius desfavorits / total de contractacions**

Durant l'any 2010 no es va produir cap contractació.

#### **4.3.4.3 % De contractes parcials / total de contractacions anuals**

Durant l'any 2010 no es va produir cap contractació.

#### **4.3.4.4 Existència de contractes amb empreses d'inserció laboral**

Durant l'any 2010 no es va signar cap contracte d'aquestes característiques.

#### **4.3.4.5 % D'homes i dones dins la plantilla**

La plantilla de Turisme Garrotxa estava formada, l'any 2010, per un **75% de dones** i un 25% d'homes. Comptabilitzant les persones contractades en el marc del Pla d'Ocupació pel Consell Comarcal de la Garrotxa, un 50 % eren dones i un 50 % homes.

Pel què fa als òrgans de govern, les dades són les següents:

Junta: 59% homes / 42% dones

Assemblea: 65% homes / 35% dones

#### **4.3.4.6 % De llocs de responsabilitat ocupats per dones / total de llocs de responsabilitat**

Els dos llocs de responsabilitat (presidència i gerència) estan ocupats, respectivament, per un home i una dona. Per tant, el **50% dels llocs de responsabilitat de Turisme Garrotxa està ocupat per un home i el 50% restant per una dona.**

#### **4.3.5 Formació de les persones treballadores**

##### **4.3.5.1 Inversió destinada a la formació laboral**

L'any 2010 es va assistir a 7 cursos i/o jornades de formació gratuïtes. David Curós va assistir a 4 activitats, Montse Padrosa a 5, i Turina Serra a 7.

##### **4.3.5.2 Existència d'una metodologia d'avaluació de la formació**

No s'aplica cap metodologia concreta per a mesurar la qualitat de la formació rebuda, més enllà de participar a les enquestes proporcionades pels organitzadors de cada curs o jornada.

##### **4.3.5.3 Categoria professional de les persones que reben formació**

Les persones que poden rebre la formació són la totalitat dels treballadors de l'entitat: la gerent, els tècnics de l'associació i l'administrativa.

##### **4.3.5.4 Llocs coberts per promoció interna**

La reduïda dimensió de l'estructura de Turisme Garrotxa (quatre llocs de treball) fa que mètodes com la promoció interna per cobrir vacants no siguin aplicables al cas, sinó

que en cas d'haver de cobrir una vacant es recorre a mètodes de selecció de personal tradicionals.

#### **4.3.6 Comunitat**

##### **4.3.6.1 Existència de compromisos amb la comunitat local a través de definicions de polítiques i objectius**

La Carta Europea de Turisme Sostenible marca, precisament, que cal tenir present la població local en el desenvolupament del turisme. Es aquest sentit, Turisme Garrotxa col·labora amb associacions de veïns o entitats excursionistes aportant premis en espècies per als sortejos o per a les activitats que aquestes entitats realitzen. També participa a la Fira de Sant Iluc (Olot) per donar a conèixer l'associació entre la població local, i sempre que sorgeix l'oportunitat insereix articles divulgatius en publicacions de caire local, i dóna suport al Consorci per a la Normalització Lingüística oferint invitacions gratuïtes per a visites guiades a les parelles lingüístiques.

##### **4.3.6.2 Adaptació de la identitat cultural i a les tradicions del territori on s'ubica l'organització**

Turisme Garrotxa és, per definició, una entitat que promou un turisme sostenible i de qualitat a la comarca de la Garrotxa. Per tant, la identitat cultural i les tradicions del territori són, de fet, les bases de la seva actuació, elements sense els quals l'existència de Turisme Garrotxa no tindria cap sentit.

##### **4.3.6.3 Prestació d'equipaments a la comunitat**

Turisme Garrotxa va cedir, l'any 2010, la pantalla de televisió a diversos ajuntaments de la Garrotxa per a la seva utilització en exposicions.

##### **4.3.6.4 Participació en comissions d'organització d'actes socials o culturals vinculats al territori**

Turisme Garrotxa és present a la Taula de Pessebres d'Olot, en la qual es debat sobre l'organització de la Mostra de Pessebres d'Olot.

##### **4.3.6.5 Proporcionar informació als grups d'interès sobre els valors del territori**

Per definició, en totes les seves accions Turisme Garrotxa divulga els valors identitaris del territori, en especial entre els grup d'interès extern (visitants actuals i potencials de la comarca), però també entre els grups d'interès intern, organitzant sessions de formació permanent entre els equipaments acreditats com a Punts d'Informació.

#### **4.3.7 Cooperació interempresarial**

##### **4.3.7.1 Nombre d'associacions sectorials a les qual pertany l'organització**

Malgrat que no són exactament associacions, Turisme Garrotxa forma part del Club de Turisme Actiu de Turisme de Catalunya, i és present al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona (a través del Conseller de Turisme del Consell Comarcal de la Garrotxa, càrrec que també ocupa el President de Turisme Garrotxa).

##### **4.3.7.2 Nombre d'associacions sectorials del territori a les qual es pertany**

Per bé que tampoc són pròpiament associacions, Turisme Garrotxa també pertany a la Taula de Turisme d'Olot i a la Taula de Turisme de Santa Pau.

#### **4.3.7.3 Nombre de fòrums de caràcter públic als quals pertany l'organització**

Turisme Garrotxa és un fòrum, un punt de trobada entre sector públic i sector privat, de manera que Turisme Garrotxa és, ella mateixa, l'espai de trobada de tots dos sectors. de la taula de tècnics de turisme de les comarques gironines.

#### **4.3.7.4 Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarials**

El màxim exponent de programa de cooperació interempresarial i interterritorial és la xarxa de senders Itinerànnia, en la qual participen tres comarques i diverses empreses turístiques a nivell de comercialització. Itinerànnia disposa d'un Comitè de Pilotatge format pels responsables de promoció turística de les tres comarques participants, que es reuneix de forma periòdica per debatre tot allò relacionat amb la xarxa de senders.

#### **4.3.7.5 Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarials dins el territori**

L'acreditació d'empreses com a Punts d'Informació o amb el Codi de Gestió Sostenible de la Garrotxa i el Collsacabra són dues accions de cooperació interempresarial a les quals Turisme Garrotxa dóna ple suport, i impliquen la cooperació de desenes d'empreses per a la consecució d'uns objectius comuns.

#### **4.3.7.6 Nombre de convenis de pràctiques amb entitats de formació**

Turisme Garrotxa procedeix a la signatura de convenis de pràctiques amb les universitats cada vegada que algun estudiant s'interessa per fer una estada d'aprenentatge. En concret, durant l'any 2010 es van acollir una persona en període de pràctiques.

#### **4.3.8 Satisfacció del col·lectiu client**

##### **4.3.8.1 Existència de mecanismes per al manteniment de la confidencialitat amb el col·lectiu client**

S'aplica, com és preceptiu, la llei de protecció de dades de caràcter personal.

##### **4.3.8.2 Existència de mecanismes que permetin conèixer els nivells de satisfacció del col·lectiu client**

Per una banda, els equipaments acreditats com a Punts d'Informació disposen d'unes bústies de suggeriments, els quals es gestionen i es tramiten per tal de donar resposta a totes les apreciacions fetes pels visitants.

Per l'altra, existeix un registre de queixes i suggeriments de socis i empreses adherides.

##### **4.3.8.3 Nombre de queixes registrades durant l'any**

Durant l'any 2010 es van rebre 40 queixes i/o suggeriments a la xarxa de Punts d'Informació del Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa, la majoria relacionats amb deficiències en la senyalització d'itineraris o sobre equipaments turístics.

TIPUS DE SUGGERIMENTS	TOTAL	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Sense dades	1							1			
Activitats turístiques	20	1	4	2	2	3	2	5		1	
Altres	67	6	4	5	10	7	5	10	6	6	8
Equipaments turístics	118	5	2	19	18	22	16	7	8	12	9
Millores comarcals	26	7	8	2	1		2	4	2		
Publicacions	55	13	12	6	4	5	5	6	1	1	2
Seguretat	7	1		1			2	3			
Senyalització i itineraris	201	31	16	24	18	14	30	16	11	21	20
Transport i comunicacions	29	8	4	5		1	4	3	2	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>524</b>	<b>72</b>	<b>50</b>	<b>64</b>	<b>53</b>	<b>52</b>	<b>66</b>	<b>55</b>	<b>30</b>	<b>42</b>	<b>40</b>

#### 4.3.8.4 Nombre de litigis o reclamacions formals per part del col·lectiu client

Turisme Garrotxa no ha tingut mai cap litigi amb cap soci ni empresa adherida més enllà de l'impagament d'algunes quotes, ni tampoc n'ha tingut mai cap amb cap visitant.

#### 4.3.8.5 Proporció anual de clients fidelitzats

Al llarg de 2010 es van registrar 8 altes i 2 baixes d'empreses.

#### 4.3.8.6 Existència de mecanismes de comunicació amb els clients

Tal com ja s'ha apuntat anteriorment, la comunicació amb els clients depèn en gran mesura de cada cas, però cal destacar la multiplicitat de canals a través dels quals es comunica Turisme Garrotxa.

Les fórmules van des de reunions a comunicació per correu electrònic, per via telefònica, per correu ordinari, durant jornades, xerrades, conferències, a través de l'enviament de butlletins, a través del web, mitjançant les xarxes socials, gràcies a diverses publicacions, a través dels Punts d'Informació, en rodes de premsa, i durant l'organització de *presstrips*, *famtrips* i *workshops*.

#### 4.3.8.7 Informació al client sobre la correcta utilització dels béns i serveis oferts

El client final disposa de consells de visita a les publicacions i al web, mentre que als socis i empreses adherides se'ls envien esporàdicament recordatoris als butlletins, tenen l'oportunitat de participar al Curs de Coneixement de la Garrotxa, i poden assistir de forma gratuïta a les sessions de formació permanent que s'organitzen cada any durant les quals s'informa de les darreres novetats en matèria d'informació turística, sempre en el marc de la CETS.

#### 4.3.9 Empreses proveïdores

##### 4.3.9.1 Existència de criteris de selecció d'empreses proveïdores i productes (socials i mediambientals)

Turisme Garrotxa prioritza les empreses del territori, que tinguin un impacte minimitzat, sempre i quan sigui possible, ja que Turisme Garrotxa sovint requereix de proveïdors molt especialitzats, inexistents a la Garrotxa.

##### 4.3.9.2 Termini mitjà de pagament a les empreses proveïdores

Turisme Garrotxa va pagar a una mitjana de **87,73** dies, millorant sensiblement la dada respecte l'any passat, que era de 99 dies, i assolint d'aquesta manera una proposta de millora prevista inicialment pel 2011, que era pagar a 90 dies.

#### 4.3.9.3 % D'empreses proveïdores locals / total d'empreses proveïdores

El **56% dels proveïdors són locals**, mentre que el 44% són de fora la Garrotxa, incloses empreses prestatàries de serveis que no existeixen a la comarca (telefonía, rotatives...). Malgrat que l'objectiu de Turisme Garrotxa és treballar sempre que és possible amb proveïdors locals, enguany la proporció de proveïdors locals ha disminuït respecte l'any anterior per les necessitats puntuals de contractació de productes i serveis que només podien oferir empreses o entitats foranes.

#### 4.3.10 Objectius de millora

En l'àmbit de la gestió social de Turisme Garrotxa, s'han establert els següents objectius de millora:

- Redactar un reglament intern que desenvolupi d'una forma més detallada els preceptes recollits als estatuts

## 5. Validació

Aquesta memòria no ha estat verificada, però cal destacar que Turisme Garrotxa rebrà la marca Gestió Sostenible, fet que porta associat una supervisió de la memòria per part de la Fundació Garrotxa Líder.

## TAULA D'INDICADORS DEL CODI DE GESTIÓ SOSTENIBLE

	PÀGINA	INDICADORS CGS
<b>1. Aspectes Generals de l'Organització</b>	7	1.1 Declaració de la direcció
	8	1.2 Descripció dels principals impactes, riscos i oportunitats
	9	1.3 Nom de l'organització i dades bàsiques
	11	1.4 Principals activitats, productes o serveis i variacions significatives respecte anys anteriors
	10	1.5 Organigrama de l'organització
	9	1.6 Localització de l'organització
	12	1.7 Nombre de països on opera l'organització
	9	1.8 Naturalesa de la propietat i forma jurídica
	12	1.9 Mercats on opera l'organització
	9	1.10 Dimensions de l'organització
	8	1.11 Canvis significatius produïts a l'organització durant el període cobert a la memòria
		1.12 Premis i reconeixements rebuts durant el període cobert
		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
	12	1.14 Període cobert per la memòria
	12	1.15 Any de la memòria més recent
	12	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
	12	1.18 Procés de definició del contingut de la memòria
	12	1.19 Abast i cobertura de la memòria
	13	1.20 Limitacions de l'abast o cobertura de la memòria
	13	1.21 Tècniques de mesura per realitzar els càlculs, hipòtesis i altres per obtenir els indicadors
		1.22 Modificacions d'informacions donades en altres memòries
		1.23 Canvis de metodologia d'informació i càlcul utilitzats respecte altres memòries
	29	1.24 Taules d'indicadors
	28	1.25 Verificació de la memòria
14	1.26 Procediments implantats per evitar conflictes d'interessos en els màxims òrgans de decisió de l'empres	
14	1.27 Procediment de determinació de capacitat i experiència exigible a les persones representants dels màxims òrgans de govern	
<b>2. Ús de recursos locals</b>		2.1 Compra de matèries primeres i productes produïts al territori / total compres realitzades
		2.2 Serveis professionals contractats al territori / total serveis contractats
	14	2.3 Compres realitzades al territori / total de compres
	14	2.4 Transports utilitzats sobre la base del territori / total transports utilitzats
		2.5 Inversions en actius fixos amb producció i o distribució al territori / total inversions realitzades
		2.6 Oferta de productes locals en els processos de distribució i comercialització / total de productes distribuïts i comercialitzats
		2.7 % de vendes d'una organització fora del territori / respecte total de vendes
	14	2.8 % treballadors residents al territori / total de la plantilla

	PÀGINA	INDICADORS CGS
<b>3. Gestió Empresarial</b>	15	3.1 Existència formal de declaració de missió de l'organització
	15	3.2 Existència formal d'un pla estratègic i fixació d'objectius a curt i llarg termini
	15	3.3 Existència de processos de planificació i gestió pressupostària
	15	3.4 Existència d'indicadors sobre variables que afectin estratègicament l'organització
		3.5 Coneixement de les empreses competidores i la seva importància dins el mercat
		3.6 Identificació dels punts forts i els punts febles de la competència i els factors que ens diferencien
<b>4. Sistemes de Gestió</b>	16	4.1 Existència de processos que garanteixin la qualitat dels productes o serveis
	16	4.2 Existència de sistemes de control i registre dels resultats que garanteixin la traçabilitat dels productes
<b>5. Màrqueting Responsable</b>	17	5.1 Existència d'una persona o departament responsable dels continguts de la informació sobre productes o serveis
	17	5.2 Realització d'accions per promoure l'ús responsable i segur dels productes
<b>6. Noves Tecnologies de la Informació</b>	17	6.1 % de recursos destinats a NTIC / total inversió de l'empresa
	17	6.2 % de persones treballadores que utilitzen NTIC / total plantilla
<b>7. Innovació</b>		7.1 % de recursos destinats a innovació/total de la inversió de l'empresa
	17	7.2 Nous productes o serveis oferts en el mercat
<b>8. Política Ambiental</b>	18	8.1 Existència d'una política ambiental i descripció dels impactes més significatius de l'activitat
<b>9. Gestió de l'Aigua</b>		9.1 Metres cúbics d'aigua consumida / unitat de producció
	18	9.2 Mesures d'estalvi d'aigua aplicades
<b>10. Residus</b>		10.1 Quilograms de residus totals / unitat de producció
	19	10.2 Separació en origen dels residus i gestió d'aquests amb gestors autoritzats
		10.3 Quantitat de residus generats per tipus i destins
	19	10.4 Actuacions realitzades per a reduir el volum de residus generats
<b>11. Contaminació acústica</b>		11.1 Diferència entre el soroll produït per l'activitat i els valors límit fixats per la llei
		11.2 Actuacions realitzades per minimitzar l'impacte del soroll produït
<b>12. Contaminació lumínica</b>		12.1 Existència d'enllumenat exterior de l'activitat . Nivell de lux emesos
		12.2 Actuacions realitzades per minimitzar l'impacte de l'enllumenat exterior
<b>13. Gestió de l'energia</b>		13.1 Consum d'energia / unitats de producció
	19	13.2 Actuacions realitzades per a reduir-ne el consum d'energia
<b>14. Contaminació del Sòl</b>		14.1 Existència d'infraestructures per evitar la contaminació del sòl
		14.2 Emmagatzematge correcte dels materials potencialment perillosos
		14.3 Tractament adequat de l'entorn per evitar l'erosió
<b>15. Contaminació de l'aire</b>		15.1 Quilograms de CO <sub>2</sub> llançats a l'atmosfera / unitat de producció
		15.2 Quilograms de cada tipus de gas / unitat de producció
		15.3 Iniciatives per reduir les emissions de gasos d'efecte hivernacle i les reduccions assolides
<b>16. Integració ambiental dels treballadors</b>	20	16.1 Participació del personal: nombre de reunions per formar-los i informar-los al respecte
		16.2 Compliment dels valors límits ambientals d'exposició del personal laboral
<b>17. Innovació ambiental</b>		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
<b>18. Integració de l'entorn</b>		18.1 Ubicació de l'empresa en un entorn adequat per desenvolupar la seva activitat
		18.2 Nombre de mesures adoptades per integrar l'activitat en l'entorn natural
<b>19. Conservació de l'entorn</b>		19.1 Actuacions realitzades per al manteniment, recuperació i promoció d'elements arquitectònics tradicionals de la seva propietat
	20	19.2 Col·laboracions realitzades per al manteniment dels espais naturals

	PÀGINA	INDICADORS CGS
<b>20. Grups d'Interès</b>	21	20.1 Definició d'un mapa dels grups d'interès de l'organització
	22	20.2 Fluxos relacionals existents entre l'organització i els grups d'interès
	22	20.3 Existència d'una sistemàtica de valoració de la satisfacció dels grups d'interès
<b>21. Condicions sociolaborals dels /les treballadors/es</b>	22	21.1 % de personal amb contracte fix / total plantilla
	22	21.2 % de personal amb contracte parcial / total plantilla
	23	21.3 Relació entre el salari més baix i el salari més alt
	23	21.4 Existència d'igualtat salarial dona / home per a una mateixa categoria professional
	23	21.5 Índex de permanència del personal a l'empresa
		21.6 Índex d'absentisme laboral
		21.7 Nivell de satisfacció a la feina
		21.8 Nombre de queixes registrades per la plantilla i nombre de respostes donades. Índex de reacció.
		21.9 Nombre d'accidents i malalties laborals. Índex d'incidència
		21.10 Inversió i despesa per persona en temes de salut i higiene en el treball
		21.11 Acords per cobertura sanitària i plans de jubilació
		21.12 Existència d'una definició de trams salarials i de nivells professionals coneguts per tota la plantilla
	23	21.13 Índex de baixes laborals
	23	21.14 Existència de mesures de conciliació de la vida laboral i personal
<b>22. Participació de les persones treballadores</b>	24	22.1 Nombre de reunions de caràcter informatiu amb les persones treballadores de l'empresa
		22.2 % de persones treballadores que participen en processos de consulta i recollida d'idees
	24	22.3 Accions per promoure la participació, la consulta i la negociació amb el personal en l'organització de l'empresa
	11	22.4 Grau de participació de les persones treballadores en la titularitat de l'empresa
	11	22.5 Grau de participació de la plantilla en els dividendes de l'empresa
<b>23. Igualtat d'Oportunitats</b>	24	23.1 % de contractacions obertes/contractacions anuals
	24	23.2 % de contractacions amb discriminació positiva a col·lectius desfavorits / total de contractacions
	24	23.3 % de contractes parcials / total de contractacions anuals
	24	23.4 Existència de contractes amb empreses d'inserció laboral
	24	23.5 % d'homes i dones dins la plantilla
	25	23.6 % de llocs de responsabilitat ocupats per dones / total de llocs de responsabilitat
<b>24. Formació de les persones treballadores</b>	25	24.1 Inversió destinada a la formació laboral
	25	24.2 % de personal format en el darrer any/total plantilla
	25	24.3 Existència 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
	25	24.5 Categoria professional de les persones que reben formació
	25	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.

	PÀGINA	INDICADORS CGS
<b>25. Comunitat</b>	25	25.1 Existència de compromisos amb la comunitat local a través de definicions de polítiques i objectius
	26	25.2 Adaptació 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
	26	25.7 Prestació d'infraestructures a la comunitat
	26	25.8 Participació en comissions d'organització d'actes socials o culturals vinculats al territori
	26	25.9 Proporcionar informació als grups d'interès sobre els valors identitaris del territori
<b>26. Cooperació interempresarial</b>	26	26.1 Nombre d'associacions sectorials a les quals pertany l'organització
	26	26.2 Nombre d'associacions sectorials del territori a les quals pertany l'organització
	26	26.3 Nombre de fòrums de caràcter públic als quals pertany l'organització
		26.4 Nombre de fòrums de caràcter públic del territori als quals pertany l'organització
	26	26.5 Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarial
	27	26.6 Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarial dins el territori
		26.7 Nombre de convenis de pràctiques amb entitats de formació
	27	26.8 Nombre de convenis de pràctiques amb entitats de formació del territori
<b>27. Satisfacció col·lectiu client</b>	27	27.1 Existència de mecanismes per al manteniment de la confidencialitat amb el col·lectiu client
	27	27.2 Existència de mecanismes que permetin conèixer els nivells de satisfacció del col·lectiu client
	27	27.3 Nombre de queixes registrades durant l'any
	27	27.4 Nombre de litigis o reclamacions formals per part del col·lectiu client
	27	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
	27	27.7 Existència de mecanismes de comunicació amb els clients
	28	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
<b>28. Empreses proveïdores</b>	28	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
	28	28.3 Termini mitjà de pagament a les empreses proveïdores
		28.4 Termini màxim de pagament a les empreses proveïdores
	28	28.5 % d'empreses proveïdores locals / total d'empreses proveïdores
		28.6 % de dependència d'empreses proveïdores
<b>29. Competència</b>		29.1 Existència de compromís de competència lleial amb el mercat
		29.2 Nombre de denúncies per competència deslleial guanyades i perdudes

**TAULA D'INDICADORS TERRITORIALS**

	<b>Pàgina</b>	<b>Indicadors CGS</b>	
<b>1. Economia autòctona</b>	9	1.6	Localització de l'organització
		2.1	Compra de matèries primeres i productes produïts al territori /total compres realitzades
		2.2	Serveis professionals contractats al territori/total serveis contractats
	14	2.3	Materials oficina/consumibles informàtics/total de material d'oficina comprat
	14	2.4	Transports utilitzats sobre la base del territori/total transports utilitzats
		2.5	Inversions en actius fixos amb producció i o distribució al territori/total inversions realitzades
		2.6	Oferta de productes locals en els processos de distribució i comercialització / total de productes distribuïts i comercialitzats
		2.7	% Treballadors residents al territori / total de la plantilla
		28	28.5
<b>2. Innovació</b>		7.1	% de recursos destinats a innovació/total de la inversió de l'empresa
	17	7.2	Nous productes o serveis oferts en el mercat
<b>3. Intercooperació</b>	26	26.2	Nombre d'associacions sectorials del territori a les quals pertany l'organització
		26.4	Nombre de fòrums de caràcter públic del territori als quals pertany l'organització
	27	26.6	Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarials dins el territori
	27	26.8	Nombre de convenis de pràctiques amb entitats de formació del territori
<b>4. Valorització i preservació del paisatge</b>	18	8.1	Existència d'una política ambiental i descripció dels impactes més significatius de l'activitat
		18.1	Ubicació de l'empresa en un entorn adequat per desenvolupar la seva activitat
		18.2	Nombre de mesures adoptades per integrar l'activitat en l'entorn natural
		19.1	Actuacions realitzades per al manteniment, recuperació i promoció d'elements arquitectònics tradicionals de la seva propietat
	20	19.2	Nombre de col·laboracions realitzades per al manteniment dels espais naturals
<b>5. Cohesió social i qualitat de vida</b>	22	21.1	% de personal amb contracte fix
	23	21.3	Relació entre el salari més baix i el salari més alt
	23	21.4	Existència d'igualtat salarial dona/home per a una mateixa categoria professional
	23	21.5	Índex de permanència del personal a l'empresa
		21.7	Nivell de satisfacció a la feina
	23	21.1 4	Existència de mesures de conciliació de la vida laboral i personal
	24	23.1	% de contractacions obertes/contractacions anuals
	24	23.2	% de contractacions amb discriminació positiva a col·lectius desfavorits/total de contractacions
	24	23.4	Existència de contractes amb empreses d'inserció laboral
	24	23.5	% d'homes i dones dins la plantilla
	25	23.6	% de llocs de responsabilitat ocupats per dones/total de llocs de responsabilitat
	25	24.1	Inversió destinada a la formació laboral
	25	24.2	% de personal format en el darrer any
	25	24.5	Categoria professional de les persones que reben formació
<b>6. Foment de la identitat sociocultural</b>	25	25.1	Existència de compromisos amb la comunitat local a través de definicions de polítiques i objectius
	26	25.2	Adaptació a la identitat cultural i a les tradicions del territori on s'ubica l'organització
		25.4	% de donacions a projectes d'acció social o cultural del territori / beneficis
		25.6	% de temps per prestació de serveis o personal a col·laboracions socials del territori/ l'horari laboral
	26	25.7	Prestació d'infraestructures a la comunitat
	26	25.8	Participació en comissions d'organització d'actes socials o culturals vinculats al territori
	26	25.9	Proporcionar informació als Grups d'Interès sobre els valors identitaris del territori

## TAULA D'INDICADORS D'EQUIVALÈNCIA ENTRE EL CODI DE GESTIÓ SOSTENIBLE I EL GRI

	INDICADORS GRI	PÀGINA	INDICADORS CGS
<b>1. Estratègia i anàlisi</b>	1.1	7	1.1 Declaració de la direcció
	1.2	8	1.2 Descripció dels principals impactes, riscos i oportunitats
<b>2. Perfil de l'organització</b>	2.1	9	1.3 Nom de l'organització i dades bàsiques
	2.2	11	1.4 Principals activitats, productes o serveis i variacions significatives respecte anys anteriors
	2.3	10	1.5 Organigrama de l'organització
	2.4	9	1.6 Localització de l'organització
	2.5	12	1.7 Nombre de països on opera l'organització
	2.6	9	1.8 Naturalesa de la propietat i forma jurídica
	2.7	12	1.9 Mercats on opera l'organització
	2.8	9	1.10 Dimensions de l'organització
	2.9	8	1.11 Canvis significatius produïts a l'organització durant el període cobert a la memòria
	2.10		1.12 Premis i reconeixements rebuts durant el període cobert
<b>3. Paràmetres de la memòria</b>	3.1	12	1.14 Període cobert per la memòria
	3.2	12	1.15 Any de la memòria més recent
	3.3	12	1.16 Cicle de presentació de la memòria
	3.4	10	1.17 Persona de contacte per a qüestions relatives a la memòria o al seu contingut
	3.5	12	1.18 Procés de definició del contingut de la memòria
	3.6	12	1.19 Abast i cobertura de la memòria
	3.7	13	1.20 Limitacions de l'abast o cobertura de la memòria
	3.8	12	1.19 Abast i cobertura de la memòria
	3.9	13	1.21 Tècniques de mesura per realitzar els càlculs, hipòtesis i altres per obtenir els indicadors
	3.10		1.22 Modificacions d'informacions donades en altres memòries
	3.11		1.23 Canvis de metodologia d'informació i càlcul utilitzats respecte altres memòries
	3.12	29	1.24 Taules d'indicadors
	3.13	28	1.25 Verificació de la memòria
<b>4. Govern, compromisos i participació dels grups d'interès</b>	4.1	10	1.5 Organigrama de l'organització
	4.2	10	1.5 Organigrama de l'organització
	4.3	10	1.5 Organigrama de l'organització
	4.4	24	22.1 Nombre de reunions de caràcter informatiu amb les persones treballadores de l'empresa
			22.2 % de persones treballadores que participen en processos de consulta i recollida d'idees
	4.5	11	22.4 Grau de participació de les persones treballadores en la titularitat de l'empresa
		11	22.5 Grau de participació de la plantilla en els dividendes de l'empresa
	4.6	14	1.26 Procediments implantats per evitar conflictes d'interessos en els màxims òrgans de decisió de l'empresa
4.7	14	1.27 Procediment de determinació de capacitació i experiència exigible a les persones representants dels màxims òrgans de govern	
4.8	15	3.1 Existència formal de declaració de missió de l'organització	

		15	3.2 Existència formal d'un pla estratègic i fixació d'objectius a curt i llarg termini	
	4.9	15	3.3 Existència de processos de planificació i gestió pressupostària	
		15	3.4 Existència d'indicadors sobre variables que afectin estratègicament l'organització	
	4.10	15	3.3 Existència de processos de planificació i gestió pressupostària	
		15	3.4 Existència d'indicadors sobre variables que afectin estratègicament l'organització	
	4.11	16	4.1 Existència de processos que garanteixin la qualitat dels productes o serveis	
		16	4.2 Existència de sistemes de control i registre dels resultats que garanteixin la traçabilitat dels productes	
			28.2 Existència d'un sistema de detecció de no conformitats	
		20	19.2 Col·laboracions realitzades per al manteniment dels espais naturals	
		26	25.8 Participació en comissions d'organització d'actes socials o culturals vinculats al territori	
	4.12	26	26.5 Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarials	
		27	26.6 Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarials dins el territori	
		32	26.7 Nombre de convenis de pràctiques amb entitats de formació	
		27	26.8 Nombre de convenis de pràctiques amb entitats de formació del territori	
	4.13	26	26.1 Nombre d'associacions sectorials a les quals pertany l'organització	
			26.2 Nombre d'associacions sectorials del territori a les quals pertany l'organització	
	4.14	21	20.1 Definició d'un mapa dels grups d'interès de l'organització	
	4.15	21	20.1 Definició d'un mapa dels grups d'interès de l'organització	
	4.16	22	20.2 Fluxos relacionals existents entre l'organització i els grups d'interès	
		22	20.3 Existència d'una sistemàtica de valoració de la satisfacció dels grups d'interès	
	4.17		21.7 Nivell de satisfacció a la feina	
			21.8 Nombre de queixes registrades per la plantilla i nombre de respostes donades. Índex de reacció.	
		27	27.7 Existència de mecanismes de comunicació amb els clients	
<b>Indicadors econòmics</b>		9	1.10 Dimensions de l'organització	
			2.1 Compra de matèries primeres i productes produïts al territori / total compres realitzades	
		14	2.3 Compres realitzades al territori / total de compres	
		14	2.4 Transports utilitzats sobre la base del territori / total transports utilitzats	
			2.5 Inversions en actius fixos amb producció i o distribució al territori / total inversions realitzades	
			21.12 Existència d'una definició de trams salarials i de nivells professionals coneguts per tota la plantilla	
	EC2			
	EC3		21.11 Acords per cobertura sanitària i plans de jubilació	
	EC4			
	EC5			
				2.1 Compra de matèries primeres i productes produïts al territori / total compres realitzades
	EC6	28	28.5 % d'empreses proveïdores locals / total d'empreses proveïdores	
			2.2 Serveis professionals contractats al territori / total serveis contractats	
	EC7	24	23.1 % de contractacions obertes/contractacions anuals	
		24	23.2 % de contractacions amb discriminació positiva a col·lectius desfavorits / total de contractacions	
		25.3 % de donacions a projectes d'acció social o cultural / beneficis		
EC8		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
		26	25.7 Prestació d'infraestructures a la comunitat
		26	25.8 Participació en comissions d'organització d'actes socials o culturals vinculats al territori
	EC9		
<b>Indicadors ambientals</b>	EN1	19	10.4 Actuacions realitzades per a reduir el volum de residus generats
	EN2	19	10.4 Actuacions realitzades per a reduir el volum de residus generats
	EN3		13.1 Consum d'energia / unitats de producció
	EN4		13.1 Consum d'energia / unitats de producció
	EN5	19	13.2 Actuacions realitzades per a reduir-ne el consum d'energia
	EN6	19	13.2 Actuacions realitzades per a reduir-ne el consum d'energia
	EN7	19	13.2 Actuacions realitzades per a reduir-ne el consum d'energia
	EN8		9.1 Metres cúbics d'aigua consumida / unitat de producció
	EN9		9.1 Metres cúbics d'aigua consumida / unitat de producció
	EN10	18	9.2 Mesures d'estalvi d'aigua aplicades
	EN11		18.1 Ubicació de l'empresa en un entorn adequat per desenvolupar la seva activitat
	EN12	18	8.1 Existència d'una política ambiental i descripció dels impactes més significatius de l'activitat
	EN13	20	19.2 Col·laboracions realitzades per al manteniment dels espais naturals
	EN14		14.1 Existència d'infraestructures per evitar la contaminació del sòl
			14.2 Emmagatzematge correcte dels materials potencialment perillosos
			14.3 Tractament adequat de l'entorn per evitar l'erosió
	EN14		18.2 Nombre de mesures adoptades per integrar l'activitat en l'entorn natural
	EN15		
	EN16		15.2 Quilograms de cada tipus de gas / unitat de producció
	EN17		15.2 Quilograms de cada tipus de gas / unitat de producció
	EN18		15.3 Iniciatives per reduir les emissions de gasos d'efecte hivernacle i les reduccions assolides
	EN19		15.1 Quilograms de CO <sub>2</sub> llançats a l'atmosfera / unitat de producció
	EN20		15.2 Quilograms de cada tipus de gas / unitat de producció
	EN21		
	EN22		10.1 Quilograms de residus totals / unitat de producció
			10.3 Quantitat de residus generats per tipus i destins
	EN23		
	EN24		10.3 Quantitat de residus generats per tipus i destins
	EN25	18	8.1 Existència d'una política ambiental i descripció dels impactes més significatius de l'activitat
	EN26		17.1 Nombre d'actuacions de millora implementades per reduir la repercussió de l'empresa en el medi ambient
EN27			
EN28		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	
EN29	18	8.1 Existència d'una política ambiental i descripció dels impactes més significatius de l'activitat	
EN30		17.2 % d'inversions en matèria ambiental / total d'inversions	
<b>Indicadors socials: pràctiques laborals i ètica del treball</b>	LA1	22	2.7 % Treballadors residents al territori / total de la plantilla
		22	21.1 % de personal amb contracte fix / total plantilla
		24	21.2 % de personal amb contracte parcial / total plantilla
	LA2	23	23.3 % de contractes parcials / total de contractacions anuals
		24	21.5 Índex de permanència del personal a l'empresa
	LA3		23.5 % d'homes i dones dins la plantilla
		11	21.11 Acords per cobertura sanitària i plans de jubilació
	LA4		22.5 Grau de participació de la plantilla en els dividendes de l'empresa
	LA5		22.2 % de persones treballadores que participen en processos de consulta i recollida d'idees
		24	22.3 Accions per promoure la participació, la consulta i la negociació amb el personal en l'organització de l'empresa
LA6			

	LA7		21.6 Índex d'absentisme laboral	
		23	21.9 Nombre d'accidents i malalties laborals. Índex d'incidència 21.13 Índex de baixes laborals	
	LA8		16.2 Compliment dels valors límits ambientals d'exposició del personal laboral	
	LA9			
	LA10	20		16.1 Participació del personal: nombre de reunions per formar-los i informar-los al respecte
		25		24.4 Nombre d'hores de formació en horari laboral i fora de l'horari laboral, per tipus de formació 24.5 Categoria professional de les persones que reben formació
	LA11	25		24.4 Nombre d'hores de formació en horari laboral i fora de l'horari laboral, per tipus de formació 24.6 Llocs coberts per promoció interna
		25		24.2 % de personal format en el darrer any/total plantilla
	LA12	25		24.3 Existència d'una metodologia d'avaluació de la formació
		23		21.3 Relació entre el salari més baix i el salari més alt
		24		23.5 % d'homes i dones dins la plantilla
		25		23.6 % de llocs de responsabilitat ocupats per dones / total de llocs de responsabilitat
	LA14	23		21.4 Existència d'igualtat salarial dona / home per a una mateixa categoria professional
	<b>Indicadors socials: drets humans</b>	HR1		
HR2				
HR3			24.4 Nombre d'hores de formació en horari laboral i fora de l'horari laboral, per tipus de formació	
HR4				
HR5				
HR6				
HR7				
HR8			24.4 Nombre d'hores de formació en horari laboral i fora de l'horari laboral, per tipus de formació	
HR9				
<b>Indicadors socials: Societat</b>	SO1	25	25.1 Existència de compromisos amb la comunitat local a través de definicions de polítiques i objectius	
		28	28.1 Existència de criteris de selecció d'empreses proveïdores i productes (socials i mediambientals)	
	SO2			
	SO3		24.4 Nombre d'hores de formació en horari laboral i fora de l'horari laboral, per tipus de formació	
	SO4			
	SO5	26		26.1 Nombre d'associacions sectorials a les quals pertany l'organització
		26		26.2 Nombre d'associacions sectorials del territori a les quals pertany l'organització
		26		26.3 Nombre de fòrums de caràcter públic als quals pertany l'organització
				26.4 Nombre de fòrums de caràcter públic del territori als quals pertany l'organització
	SO6			
SO7			29.1 Existència de compromís de competència lleial amb el mercat	
			29.2 Nombre de denúncies per competència deslleial guanyades i perdudes	
SO8			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	
<b>Indicadors socials: responsabilitat sobre productes</b>	PR1			
	PR2		27.6 Índex de devolucions per manca de qualitat del producte o servei/total de productes o serveis lliurats	
	PR3	28		27.8 Informació al client sobre la correcta utilització dels béns i serveis oferts
	PR4	27		27.3 Nombre de queixes registrades durant l'any
	PR5	27		27.2 Existència de mecanismes que permetin conèixer els nivells de satisfacció del col·lectiu client
		27		27.5 Proporció anual de clients fidelitzats
	PR6	17		5.1 Existència d'una persona o departament responsable dels continguts de la informació sobre productes o serveis
		17		5.2 Realització d'accions per promoure l'ús responsable i segur dels productes

	PR7		
	PR8	27	27.1 Existència de mecanismes per al manteniment de la confidencialitat amb el col·lectiu client
	PR9	27	27.4 Nombre de litigis o reclamacions formals per part del col·lectiu client
			27.9 Evidència del compliment dels compromisos contractats amb el col·lectiu client

### TAULA DE VERIFICACIÓ DEL NIVELL ASSOLIT D'APLICACIÓ DE LA GUIA G3 DEL GRI

	2002 In accordance	C	C+	B	B+	A	A+
<i>Auto declarat</i>							
<b>Revisat per tercers</b>							
<b>Revisat per GRI</b>							