



***C.C. Zenia Boulevard:
SOMOS PROMOTORES Y
COMERCIANTES AUDACES***

INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 2014

C. C. ZENIA S.L.

CC.PP. C.C. ZENIA BOULEVARD



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

INDICE DE CONTENIDOS

- *Perfil de la organización*
- *Estrategia y Gestión de la Responsabilidad Social*
- *Mecanismos de diálogo con los Grupos de Interés*
- *Principales indicadores económicos, sociales y ambientales*
 - o *Clientes*
 - o *Enseñas*
 - o *Colaboradores*
 - o *Medio Ambiente*
- *Acción Social : Informe Anual*
- *Anexos*



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

EDITORIAL: CARTA DEL DIRECTOR GENERAL

“PROMOTORES Y COMERCIANTES AUDACES”

El año 2014, en el contexto económico nuestro país, tal y como se había previsto y a pesar de la implicación de todos nuestros colaboradores, ha sido un año con dificultades para Immochan. Sin embargo, este año, ha acabado mostrando una tendencia positiva en los indicadores macroeconómicos, que poco a poco va reflejándose en el consumo y que esperamos se consolide en los próximos años.

Una de las excepciones más satisfactorias ha sido el comportamiento del Centro Comercial Zenia Boulevard, que ha tenido una muy buena evolución en términos generales a lo largo de todo el año 2014, incluso superando las expectativas previstas en ciertos indicadores, por ejemplo a nivel de afluencia de visitantes.

Pero en Immochan nos definimos como **Promotores y Comerciantes Audaces**, en la línea de nuestra visión renovada de Grupo, y esta definición cobra especial sentido en Zenia Boulevard. En palabras de nuestro CEO, Benoît L’Hereux, la primera voluntad estratégica es continuar siendo **Comerciantes al servicio de Comerciantes**, a través de:

- ✓ Proyectos co-construidos con Alcampo y las Enseñas
- ✓ Re-comercializaciones
- ✓ Gestión dinámica de nuestros activos
- ✓ Animaciones numerosas e innovadoras
- ✓ Seguir profundizando la relación de calidad y proximidad con nuestros clientes y enseñas

Particularmente en C.C. Zenia esto se ha reflejado durante el año 2014, a través de un partenariado estratégico con Alaska Permanent Fund Corporation, fondo de pensiones creado por el Estado de Alaska, en virtud del cual desde finales de 2014 este inversor pasa a ostentar el 50 % de la sociedad del Centro Comercial Zenia Boulevard.

Por otra parte, en el marco de la Visión Grupo Auchan Renovada, los ejes prioritarios de Immochan España que traza nuestra hoja de ruta para el período 2015 – 2020 y que se expresan, como no puede ser de otra manera, también en Zenia son:

- **Ser comerciantes aún más audaces:** Renovar los Proyectos Comerciales de nuestros centros, crear sitios conectados y donde el cliente pueda vivir experiencias continuamente. Concretamente Zenia Boulevard es el ejemplo más vivo, pues nuestra promesa y compromiso es que todos los días, allí sucede algo nuevo.

- **Mejorar nuestra rentabilidad y la de nuestros comerciantes:** Mejorar la eficiencia de las inversiones en nuestros centros renovados y ampliados, mejorar la rentabilidad de los centros existentes y bajar los costes de explotación para mejorar la tasa de esfuerzo de nuestros comerciantes. En Zenia nos esforzamos en innovar para realizar una gestión cada vez más eficiente, con un mejor desempeño medioambiental y económico que revierta en nuestros comerciantes.
- **Continuar con un Desarrollo ambicioso, definido y controlado:** En co-construcción con Alcampo, las Enseñas y las Comunidades Locales: Crear nuevos centros, valorando todos los modelos de inversión. Entre ellos, los partenariados estratégicos como el materializado en C.C. Zenia.
- **Afirmar nuestra diferencia a través de nuestras políticas RSE:**
 - o *Controlar y disminuir los impactos medioambientales en la construcción y explotación de nuestros centros.* Favorecer esquemas de certificación que nos ayuden a medir esta evolución. En Zenia se estudia su implantación en años sucesivos, a más de las actuales certificaciones existentes ISO 14001, ISO 9001, OSHAS 18001, SGE 21 y EMAS III (en proceso de registro).
 - o *Escuchar a nuestros grupos de interés, integrándonos en las comunidades locales.* Nuestros centros, son centros de vida, donde la Acción Social tiene gran protagonismo en nuestras animaciones. En Zenia, animaciones cada vez más innovadoras, siendo gran parte de las mismas de temática social, ambiental y solidaria, y realizándose muchas en colaboración con las enseñas y las asociaciones, y las comunidades locales, se llevan a cabo todos los días.
 - o *Política de **Management Responsable** con un equipo polivalente que apuesta por la innovación constante en nuestro oficio, a través de una actitud creativa.* En Zenia tratamos de integrar además al personal que trabaja en el Centro Comercial, más allá de la Gerencia, valorando sus aportaciones como fuente adicional de innovación.

Veo el futuro de forma optimista, con un gran impulso de cambio e innovación en nuestros centros, y de manera especial en Zenia Boulevard, gracias al equipo con el que contamos, su gran nivel de auto exigencia y motivación para alcanzar los retos planteados, con el fin de crear valor para todos nuestros grupos de interés.

*Manuel Teba
Director General
Immochan España*



PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

GRUPO AUCHAN

Immochan pertenece al Grupo Auchan, un grupo de empresas con más de 50 años de vida, reunidas alrededor de unos valores y una visión común. Es el 11º mayor grupo de distribución a nivel mundial.

Su funcionamiento descentralizado se basa en una organización por oficinas y una voluntad de independencia, expresada en el hecho de que cada país y oficina cuentan con una Dirección General y un Consejo de Administración propio.

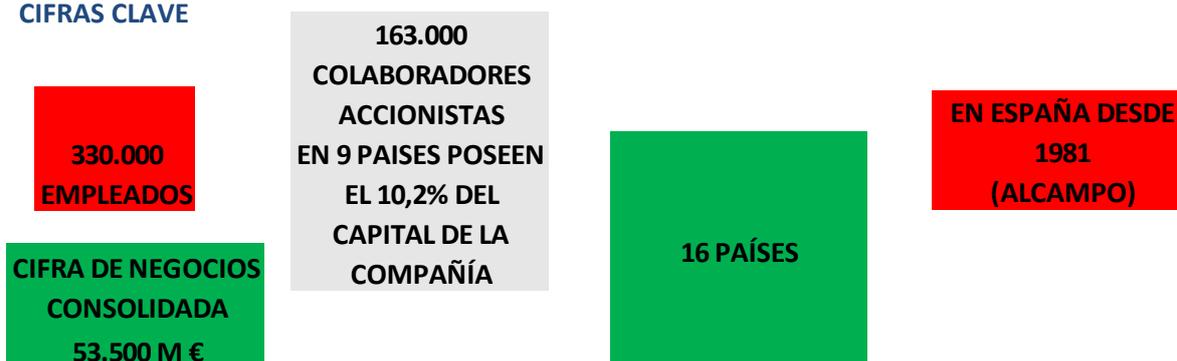
En España, Auchan está presente a través de los cuatro negocios mayoritarios del grupo: hipermercados (ALCAMPO), supermercados (SIMPLY), banca para el consumo (ONEY) e inmobiliaria comercial (IMMOCHAN).

AUCHAN EN EL MUNDO (31/12/2014)



La Misión de Auchan es *Mejorar el poder de compra y la calidad de vida del mayor número de clientes, con colaboradores responsables, profesionales, apasionados y considerados*. Esta misión está basada en tres valores fundamentales: CONFIANZA – COMPARTIR – PROGRESO

CIFRAS CLAVE



IMMOCHAN EN EL MUNDO

Immochan es la inmobiliaria comercial del Grupo Auchan. Está presente en 12 países, gestionando más de 370 centros comerciales, el 65 % en propiedad, habiendo realizado 10 nuevas aperturas y 7 extensiones en el último año. Cuenta con un equipo de más de 860 colaboradores, siendo accionistas de la empresa un 78 %.

Europa Occidental >> 192

- España >> 31
- Francia >> 106
- Italia >> 45
- Luxemburgo >> 1
- Portugal >> 9

Europa Central y del Este >> 90

- Hungría >> 18
- Polonia >> 22
- Rumanía >> 11
- Rusia >> 35
- Ucrania >> 4

Asia >> 88

- China >> 66
- Taiwan >> 22

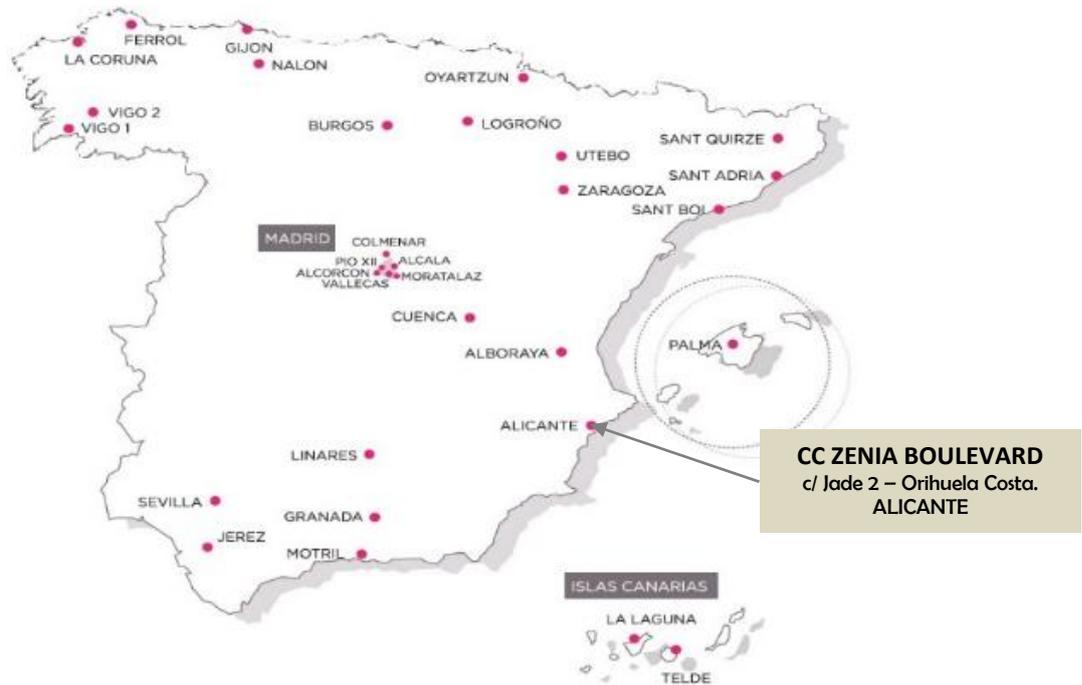


CIFRAS CLAVE



IMMOCHAN EN ESPAÑA: Zenia Boulevard

Immochan España, es una sociedad anónima no cotizada, filial 100% del Grupo Auchan. Desarrolla el oficio inmobiliario comercial del Grupo en nuestro país, principalmente a través de las actividades de *Administración, Comercialización y Arrendamiento de locales comerciales y Gestión de zonas comunes* de 31 Centros Comerciales, repartidos a lo largo de todo el país.



Situado en Orihuela Costa (Alicante) está el **Centro Comercial Zenia Boulevard**, de la sociedad C.C. Zenia S.L., filial al 50% del Grupo Auchan. C.C. ZENIA, S.L. comparte por tanto, la misión, la visión y los valores de Immochan España. Algunas cifras clave de Zenia Boulevard:



Misión, Visión y Valores

Durante 2014, y para dar respuesta a los retos de un entorno cambiante, se ha renovado la Visión en el horizonte 2020, y mediante un proceso de participación de los colaboradores se ha reformulado la Misión de Immochan España:



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

NUESTRA MISIÓN renovada:

“Juntos imaginar, construir y reforzar nuestros centros comerciales, en co-construcción con Alcampo, creando lugares sostenibles de vida, comercio y de experiencias para todos, en un entorno conectado, animado por colaboradores audaces, apasionados y valorados”.

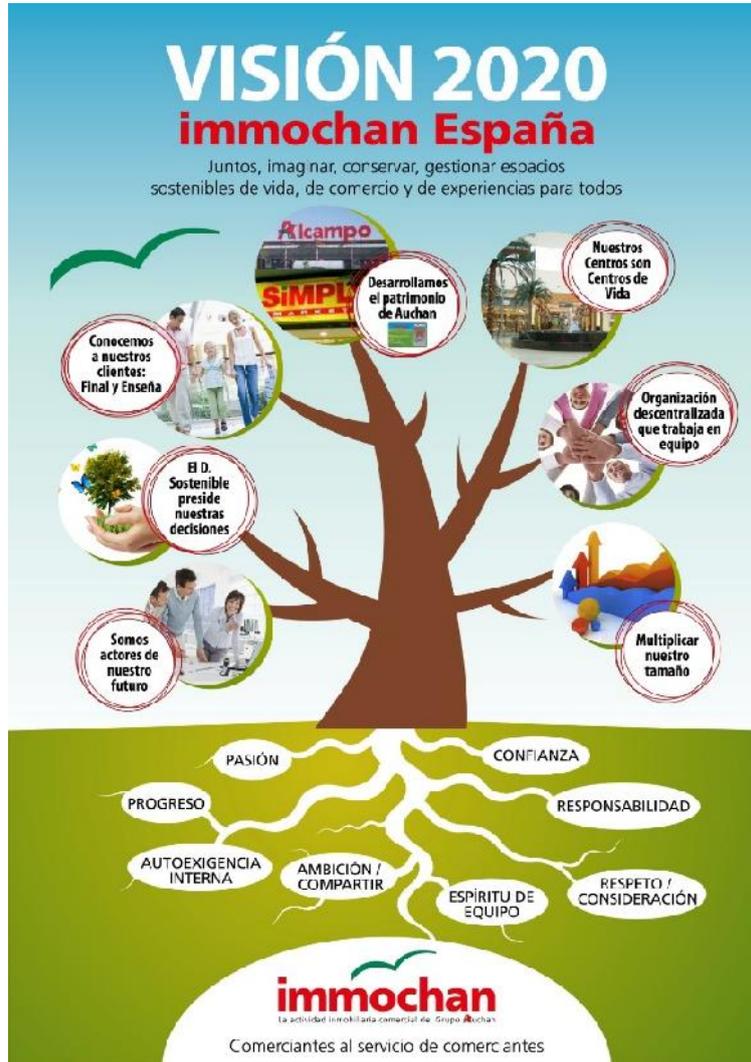
NUESTRA VISIÓN:

Esta misión se articula a partir de 7 ejes:

- **Desarrollamos el patrimonio de Auchan:** Somos el promotor privilegiado del Grupo y tenemos el saber hacer del oficio Inmobiliario.
- **Organización descentralizada que trabaja en equipo:** Cada país Immochan es una entidad jurídica autónoma. Compartimos las buenas prácticas y la visión en el marco de Sinergias (Immochan- Oficios – Grupo).
- **Conocemos a nuestros clientes: Final y Enseña:** Somos comerciantes al servicio de nuestros clientes y de nuestros comerciantes. Les escuchamos permanentemente en una relación interactiva y de proximidad. Alcampo es nuestro socio privilegiado.
- **Nuestros centros son centros de vida:** Centros donde siempre encuentras algo nuevo: comercios, servicios, acontecimientos, ocio, actividades, experiencias,...
- **Multiplicar nuestro tamaño:** “Somos una empresa rentable que controla su futuro” que busca un crecimiento rentable.
- **El desarrollo sostenible preside nuestras decisiones:** Nuestro objetivo es crear espacios sostenibles de vida
- **Somos actores de nuestro futuro:** Colaboradores “el trabajo en equipo es nuestra forma de organización”

NUESTROS VALORES:

- **Pasión:** emprendedores a largo plazo
- **Progreso:** Iniciativa, innovación formación y compartir la experiencia adquirida
- **Confianza y Responsabilidad:** Dar y recibir, generar y transmitir a través del cumplimiento de lo dicho y escrito
- **Ambición-Compartir:** tenemos ambición de ser los mejores y compartimos el trabajo, los problemas y los resultados.
- **Espíritu de Equipo, Respeto y consideración:** Nos coordinamos y nos comunicamos, con consideración y respeto.
- **Autoexigencia:** Pasión, convicción, coraje, autocrítica, derecho al error pero mejorando continuamente y con apertura de espíritu.



CIFRAS CLAVE - IMMOCHAN ESPAÑA





INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE LA RSE

Políticas de RSE

El interés por la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social ha estado presente en las acciones de C.C. Zenia desde el comienzo de su operación. Como organización se quiso identificar de manera detallada, desde el inicio del 2012, a través de un diagnóstico, cómo era el desempeño en la Gestión de la Calidad, Gestión Ambiental y en la Gestión de Prevención de Riesgos Laborales, alineada a las normas internacionales ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, y OHSAS 18001:2007. Posteriormente, en el año 2013, se integró con los anteriores, el Sistema de gestión Ética y Responsabilidad Social, en base a SGE 21:2008, con el objetivo de conocer las brechas en materia de sostenibilidad y adoptar las estrategias para disminuirlas.

Esto atestigua la voluntad de la empresa de comprometerse con los colaboradores, los clientes, la sociedad y el medio ambiente para mejorar las condiciones del entorno, los procesos internos y la participación de la empresa en la vida de las comunidades locales.

Es así como se han formulado una serie de políticas, códigos y procedimientos que explicitan cual es la cultura, la estrategia y el posicionamiento de C.C. Zenia, entre otras, en materia de Responsabilidad Social:

- **Compromiso Social Corporativo**, donde se declaran los compromisos de la empresa.
- **Política Ambiental y de Calidad Responsable**, donde se explicita la voluntad de impulsar el diálogo y el conocimiento de las expectativas de los grupos de interés.
- Procedimiento **“Entorno Ético y Social, Diálogo con los Grupos de Interés”**, y Registro **“Mapa de Diálogo con los Grupos de Interés”** donde se identifican los grupos de interés y los canales de comunicación así como las expectativas y acciones a llevar a cabo con cada una.
- **Código de Buen Gobierno**, donde se formaliza el protocolo de las relaciones entre la organización y sus accionistas.
- **Código Ético**, donde se publican los principios que orientan la conducta que se espera de todos los colaboradores
- **Política Anticorrupción**, donde se manifiesta el posicionamiento y normas de la empresa frente a la lucha contra la corrupción.

Todas las Políticas y Códigos **se encuentran como Anexos del presente Informe.**

En paralelo, la matriz Immochan, a través de la Dirección RSE Immochan Internacional, en Agosto de 2012, en colaboración con las filiales en cada país, también en España, ha identificado los cuatro pilares que estructuran su estrategia de RSE:

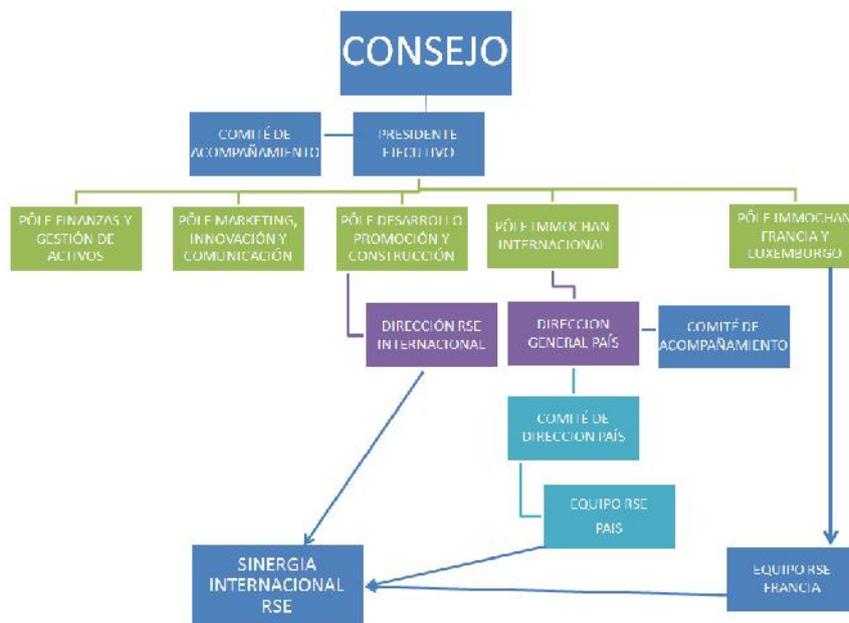
- Mejorar la **capacidad de escucha y conocimiento de las enseñanzas** clientes para ganar efectividad y éxito compartido desde una perspectiva WIN-WIN.
- **Conocer** las necesidades reales de hoy y de mañana de **los clientes de nuestros centros comerciales**. Co-construir con los habitantes del entorno para mejorar su bienestar y poder de compra.
- Controlar nuestro **impacto en el Medio Ambiente**, desarrollando y aplicando una gestión medioambiental eficiente de nuestros centros comerciales.
- Obtener la **participación y la movilización de cada uno de los colaboradores**, promoviendo la responsabilidad social, escuchándolos, valorándolos y fidelizándolos.



Organización RSE

El funcionamiento de **Immochan** se basa en el hecho de que cada país dispone de una estructura independiente con una Dirección General propia. Sin embargo, Immochan ha establecido una organización dedicada a la puesta en marcha y seguimiento de las acciones en el ámbito de la RSE. El comité RSE Francia y Luxemburgo, así como la dirección RSE Internacional inician, lideran, supervisan y controlan la evolución en la marcha de la RSE de la empresa. La Sinergia RSE se apoya en una red de equipos RSE en todos los países. Ellos son los vectores del desarrollo de la RSE en el seno de Immochan.

A continuación imagen de donde se inserta RSE en la estructura/organigrama



En **C.C. Zenia**, se ha configurado un Comité de Calidad Responsable, que está formado por el Responsable de Calidad Responsable, un representante de la Dirección General (Responsable del Centro Comercial), el equipo de Desarrollo Sostenible de Immochan España y un consultor externo, que cuenta en especial con la función de apoyo en el Mantenimiento del Sistema de Gestión Integrado de Calidad, Medio Ambiente, Prevención de Riesgos Laborales y Ética y Responsabilidad Social implantado y certificado.

Es el Responsable de Calidad Responsable de C.C. Zenia con apoyo del Comité, quien se encarga de apoyar la gestión en las distintas áreas, y dar seguimiento a los mandatos en materia de Ética y Responsabilidad Social que recibe tanto de la Dirección como del



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

Equipo de Desarrollo Sostenible de Immochan España, quien se coordina a su vez con la Sinergia Internacional de RSE.

Periódicamente se realizan reuniones del Comité para este seguimiento.

Certificaciones

C.C. Zenia S.L. dispone de las siguientes certificaciones de su Sistema Integrado de Gestión:

**ISO 9001
2008**



2013.

- Certificación del Sistema de Gestión de Calidad
- C.C. ZENIA

**ISO 14001
2004**



2013.

- Certificación del Sistema de Gestión Medioambiental
- C.C. ZENIA

**OHSAS 1800
2007**



2013.

- Certificación del Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales
- C.C. ZENIA

EMAS III

En Proceso de Emisión

2013.

- Certificación Declaración Ambiental según EMAS III.
- C.C. ZENIA

**SGE 21
2008**



2013

- Certificación del Sistema de Gestión Ética y Responsabilidad Social
- C.C. ZENIA



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

MECANISMOS DE DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Diálogo con los Grupos de Interés

La identificación y diálogo con nuestros Grupos de Interés constituye un aspecto fundamental para el desarrollo y crecimiento de nuestro negocio, y es la base de nuestras políticas de Responsabilidad Social.

Por ello **C.C. Zenia** se esfuerza por implementar, mantener y diversificar los canales de información y diálogo con todos ellos.

Podemos mencionar entre nuestros grupos de interés a nuestros **clientes**, consumidores de los productos y servicios que brinda el Centro Comercial, y comerciantes; las **enseñas** que operan en Zenia Boulevard, los **accionistas**, y los trabajadores **o colaboradores** que trabajan en el Centro Comercial. También identificamos a nuestros **proveedores**, incluyendo las empresas externas que prestan servicios el Centro; a las **comunidades** donde operamos, incluyendo las **autoridades** y **organismos públicos**, con las cuales mantenemos una relación permanente.

Por último, dentro del sector en el que operamos, consideramos los **medios de comunicación**, locales y nacionales, especializados, que juegan un importante papel en el posicionamiento y construcción de nuestra imagen frente a todos los demás grupos de interés, entre las que también destacan nuestros **competidores**.

La clave de este diálogo es contar con una continua retroalimentación, ya que a partir de ello surgen asuntos principales para abordar como empresa.

Canales de Diálogo

A continuación se muestra un gráfico donde se detallan los canales y herramientas de diálogo principales con cada uno de los Grupos de Interés de C.C. Zenia.

RELACIÓN y DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS



PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS, SOCIALES Y AMBIENTALES



A. CLIENTES

Como parte de la misión de Immochan y de C.C. Zenia, está la **creación de lugares sostenibles de vida, comercio y de experiencias** para todos, y poder co-construir nuestros Centros con los habitantes del entorno para mejorar su bienestar y poder de compra.

En esta línea, desde Zenia Boulevard nos esforzamos para que los más de 11,6 millones de clientes que nos visitaron durante 2014 (aproximadamente un 20% más que en 2013), encuentren la mayor variedad de productos y servicios que permitan materializar nuestra razón de ser.

Servicios

En los Centros Comerciales Immochan pueden encontrarse los siguientes servicios:

PENSAMOS EN TU COMODIDAD Y EN AQUELLOS CON MOVILIDAD REDUCIDA	OTROS SERVICIOS
PARADA DE AUTOBÚS PARADA DE TAXI PARKING GRATUITO PARKING PARA MOTOS PARKING PARA BICIS ALQUILER DE BOBALOOS / ANIMOLIS ASCENSOR ESCALERAS MECÁNICAS RAMPAS MECÁNICAS	OCIO Y RESTAURACIÓN GASOLINERA INFORMACIÓN WIFI BUZÓN DE CORREOS TELÉFONO PÚBLICO BUZÓN DE SUGERENCIA ESPACIO SOLIDARIO ECO-PARQUE TALLERES INFANTILES DIRECTORIOS DIGITALES PAPELERAS ECOLÓGICAS
POR TU SALUD, HIGIENE Y SEGURIDAD	PARA TUS COMPRAS
COLUMNA DE CARDIOPROTECCIÓN SEGURIDAD 24H ASEOS ASEOS MINUSVÁLIDOS SALA DE LACTANCIA ÁREA DE DESCANSO FARMACIA	CAJERO AUTOMÁTICO OFICINA BANCARIA



Y siempre, un **HIPERMERCADO ALCAMPO**, que destaca por su surtido, calidad, precio y escucha del cliente, además de por su compromiso por el Desarrollo Sostenible, incluyendo por ejemplo productos como la gama bio o de comercio justo.

Adicionalmente en Zenia Boulevard, para la **comodidad de todos los visitantes**, y en particular aquellos con **movilidad reducida** se cuenta con: Parking Familiar, Parking Premamá, Punto de carga para vehículo eléctrico, Alquiler de Scooters y Sillas de ruedas y Préstamo gratuito de sillitas infantiles.



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

Pensando en la **salud, higiene y seguridad del cliente**, en Zenia puede encontrarse un servicio de pulseras de identificación infantil, aseos infantiles, cremita, colonia y pañales gratuitos para el bebé en las salas de lactancia, servicio limpia-zapatos, y parque saludable gratuito.

Para las **compras**, también se ofrece Servicio de Personal Shopper, Tarjetas regalo, papel de regalo, venta de entradas, club de clientes y tarjeta fidelidad.

Y como **otros servicios adicionales**, se cuenta con Punto de Atención al Cliente de 10 a 22h, Información turística, venta de prensa, envío de flores, objetos perdidos, préstamo de paraguas y sombrillas, fuente interactiva, trenecito y miniautobús para niños que recorren el centro, pipican, taquillas, pantalla gigante, climatización por nebulización, kit de costura y zona de picnic.

Desde C.C. Zenia, se trabaja para que progresivamente se implanten la mayor cantidad y variedad de servicios al cliente. En el marco del compromiso Immochan en innovar para que todos sus centros sean Centros Conectados, por ejemplo se ha puesto a disposición de los visitantes un **rincón tecnológico** gratuito en Zenia Boulevard, con la colaboración de algunas enseñanzas presentes en el centro.

Animaciones: Actividades y Eventos

Queremos que Zenia Boulevard sea un centro sea cada vez más atractivo para nuestros clientes, que sea punto de encuentro, donde vivir y compartir experiencias. También es nuestra prioridad la generación y atracción de tráfico para nuestras enseñanzas.

Por ello se llevan a cabo **Animaciones** destinadas a todos nuestros clientes y visitantes. El contenido de una parte muy significativa de estos eventos y actividades tiene carácter Medioambiental, Cultural, Deportivo, Educativo, de Promoción de la Salud, o Solidario, como se desprende de nuestra política de **Responsabilidad Social**.

Además con estas Animaciones de RSC se consiguen sinergias con ONGs, entidades sociales, organizaciones locales, y otro tipo de colectivos, logrando que se difundan sus objetivos entre la población, e incluso en algunos casos estas entidades puedan recaudar fondos o captar socios. C.C. Zenia colabora de forma desinteresada, cediendo gratuitamente espacios alquilables, o también colaborando o asumiendo los costes de las actividades.

Ejemplos de estas Animaciones RSE son **Jornadas de Concienciación**, de tipo medioambiental, sobre la protección de especies, el consumo energético o el calentamiento global, o también de información y sensibilización sobre la lucha contra las enfermedades raras, la prevención y lucha contra el cáncer y otros aspectos de la promoción de la salud. También se organizan actividades culturales y deportivas como **marchas solidarias, conciertos, cuentacuentos**, ferias de **artesanía local**. Además se potencian las efemérides, celebraciones de los días mundiales de lucha contra enfermedades, como ha sido el Día Mundial contra el Cáncer de Mama celebrado el pasado 19 de Octubre de 2014.

Día Mundial Contra el Cáncer de Mama

Las Pink Ladies de María Wilson son un grupo de mujeres inglesas que trabajan activamente como voluntarias con la Asociación Española Contra el Cáncer. Su actividad consiste en organizar eventos para recaudar fondos a favor de la AECC y están muy relacionadas con toda la comunidad inglesa de Orihuela Costa y Vega Baja, entorno local del Centro Comercial Zenia Boulevard.

El evento de celebración del Día Mundial contra el Cáncer de Mama consistió en que los clientes pudieran donar 2 € por cada globo aportado que se introducía en una gran red y al final de la jornada se producía la suelta de todos esos globos rosas aportados por los clientes.



La afluencia de visitantes durante la celebración del evento fue de unas 37.000 personas. Finalmente se consiguieron recaudar unos 3.500 euros por los globos aportados.



Además se realizaron durante el evento charlas de concienciación contra el Cáncer de Mama en colaboración con la AECC y las Pink Ladies.

Por otra parte se contó con la implicación y participación de alguna de las enseñas presentes en el Centro Comercial, como Yves Rocher, cuyo personal estuvo maquillando y aplicando esmalte de uñas rosa en su establecimiento de forma gratuita.



Premios y Reconocimientos

En Zenia Boulevard estamos orgullosos de promover causas que son de grandísimo interés para nuestros clientes, como la Lucha contra el Cáncer y de colaborar con entidades que merecen todo nuestro apoyo por la labor que desempeñan. Así es como entendemos nuestra Acción Social.

También estamos muy agradecidos de haber logrado el reconocimiento a este apoyo a nuestra colaboración durante el año 2014, por parte de AFECANCER (Asociación de Familiares y Enfermos de Cáncer de Torreveja) y AECC – Asociación Española Contra el Cáncer - PINK LADIES de María Wilson.



Además, nuestro propio sector, a través de la Asociación Española de Comerciales, en su XIV Congreso Nacional, celebrado en 2014, otorgó a Zenia Boulevard la Mención en la Categoría de Mejor Lanzamiento o Relanzamiento de un Centro Comercial, en reconocimiento a la labor de todo nuestro equipo, por todas las acciones realizadas para este objetivo.



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

B. ENSEÑAS

Con más de **153 comerciantes** presentes en el Centro Comercial Zenia Boulevard, y siendo Immochan y C.C. Zenia, por definición **“COMERCIANTES AL SERVICIO DE COMERCIANTES”** en Zenia Boulevard, se acompaña y escucha a las enseñas.

Pretendemos, como marca uno de los pilares de la política de RSE del Grupo, *mejorar la capacidad de escucha y conocimiento de las enseñas clientes para ganar efectividad y éxito compartido desde una perspectiva WIN-WIN.*

Escucha al Cliente

Con el fin de descubrir oportunidades de mejora y detectar las necesidades y expectativas de nuestras enseñas, existen diferentes canales de relación con ellas: reuniones informativas, Circulares y Comunicaciones, envío de Newsletter, Formación en PRL y Buenas Prácticas Medioambientales, así como buzón de sugerencias.

Sin embargo una manera privilegiada de conocer de primera mano la opinión de nuestras enseñas, es a través de **Encuestas de Satisfacción del Cliente** que realizamos periódicamente en el Centro Comercial Zenia Boulevard a pie de tienda.

La Encuesta de Satisfacción 2014 se realizó pasando un cuestionario mediante entrevistas local a local, habiéndose realizado a 50 locales (1/3 de las enseñas del Centro Comercial). **El índice de satisfacción global** ha resultado ser un **4,32** (sobre 5), es decir los arrendatarios del Centro Comercial están globalmente **satisfechos**, siendo este resultado ligeramente superior al obtenido en la Encuesta de Satisfacción 2013 (4,2 sobre 5).

El cuestionario comprendía cuatro bloques de preguntas: Gestión del centro comercial y Marketing, Mantenimiento, Vigilancia, Seguridad y Limpieza, y Medio Ambiente Prevención y Responsabilidad Social. También se realizaron preguntas abiertas para saber la opinión acerca de estos temas por parte de los comercios.

Se han puesto en marcha diferentes acciones que los arrendatarios de nuestros locales nos demandan, y que hemos identificado a través de estas encuestas o a través del Registro de Quejas y Sugerencias, que se contestan en todo caso. Por ejemplo, durante 2014 se han adoptado mejoras en imagen para el cliente, reparaciones en elementos del centro y sugerencias sobre eventos y animaciones celebradas.



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

La Enseña: Nuestra Prioridad

El Servicio a la Enseña, es nuestra razón de ser, y esto se refleja en nuestras prioridades al actuar.

✓ *Seguir profundizando la relación de calidad y proximidad con nuestros clientes enseñas*

El objetivo es establecer relaciones duraderas y mutuamente beneficiosas. En esta línea, la escucha al cliente hace que conozcamos qué necesita nuestro cliente, y cada vez se lanzan más iniciativas en Zenia Boulevard que les ayudan en su actividad, como la formación al personal de las tiendas sobre aspectos de la venta, o la intermediación para que las enseñas accedan a formación a través de la Cámara de Comercio, entre otras iniciativas.

✓ *Acompañamiento de los comercios en dificultad. Lucha contra las vacantes:*

Immochan se compromete con la creación de empleo a través de sus enseñas, al que contribuye desarrollando políticas de apoyo y acompañamiento de los comercios en dificultad, y llevando a cabo una política de lucha contra las vacantes en los centros comerciales. Para ello asesora a los comercios y dialoga de forma constante con ellos. Pese a que Zenia Boulevard contaba a final del 2014 con una ocupación del 100%, igualmente C.C. Zenia continúa dando seguimiento a la evolución del negocio de las enseñas, para poder acompañar a aquellas que no logran sus objetivos.

✓ *Re comercializaciones:*

Immochan quiere dar un nuevo impulso a sus Centros, mejorando la eficiencia de las inversiones, de manera que puedan bajar los costes de explotación y mejorar así la tasa de esfuerzo de nuestros comerciantes. En el caso de Zenia Boulevard, C.C. Zenia realiza re-comercializaciones puntualmente, buscando la incorporación de rótulos de mayor prestigio, de manera que este centro siga mejorando de forma constante su oferta comercial y atractividad, en definitiva dando respuesta a lo que busca el consumidor final.

✓ *Animaciones numerosas e innovadoras: ACCIÓN SOCIAL*

Como parte de su posicionamiento, tanto de cara a los consumidores como de cara a los comerciantes, el compromiso de C.C. Zenia es dar la oportunidad de vivir experiencias que atraigan al público al Centro Comercial celebrando animaciones, atractivas e innovadoras.

Durante el año 2014, se realizaron **705 animaciones** en Zenia Boulevard. De éstas, las **Acciones de Responsabilidad Social** realizadas han sido **44**, con una inversión de **103.623 euros**, un 1,2% más que en 2013, que se destinaron 102.360 euros en 36 animaciones RSE.

En el total de centros Immochan se han realizado más de 150 animaciones, resultando más de 681 días totales con animaciones, sin contar las realizadas en el Centro Comercial Zenia

Boulevard. Aquí, nos diferenciamos porque nuestro posicionamiento es sorprender todos los días al cliente, con algo nuevo que sucede cada día, lo cual se refleja en eventos, actividades o animaciones diarias. Sumando también estas animaciones resulta un total de **más de 850 animaciones** realizadas en los Centros Comerciales Immochan durante el año 2014, es decir **más del 80%** de las animaciones de los Centros del país se realizan **en Zenía Boulevard**.

Alcampo

El hipermercado ALCAMPO siempre es parte en los Centros Comerciales del Grupo, y con la particularidad de ser la enseña con la que co-construimos y desarrollamos el patrimonio del Grupo Auchan. En el caso de Zenia, en particular el Hipermercado cuenta con 14.000 m².

Junto con Alcampo se desarrollan muchas acciones conjuntas, que abarcan desde la prestación de servicios a clientes (p.e. toallitas, pañales y crema para bebés en salas de lactancia), hasta la participación en promociones, así como la participación y la coordinación para la realización de eventos.

Por ejemplo, una de las acciones que se llevan a cabo anualmente de forma conjunta es la campaña Desayunos y Meriendas #ConCorazón, que se desarrolla junto a Cruz Roja.

En esta campaña colaboran Immochan, C.C. Zenia y Alcampo, junto con las otras empresas del Grupo Auchan presentes en España: Supermercados Simply y Banca Oney, que alinean sus políticas y coordinan acciones conjuntas en materia de Responsabilidad Social.

Desayunos y Meriendas #ConCorazón

El **Grupo Auchan** siempre ha estado comprometido con su entorno económico y social, y en particular con **la infancia y juventud vulnerable** y la mejora de su calidad de vida.

En España, la crisis ha afectado fuertemente a los niños y sigue haciéndolo: la **pobreza infantil en España aumentó un 8,10%** entre 2008 y 2012 según un reciente informe de Unicef* y hoy son 2,7 millones de niños que están en riesgo de exclusión social.

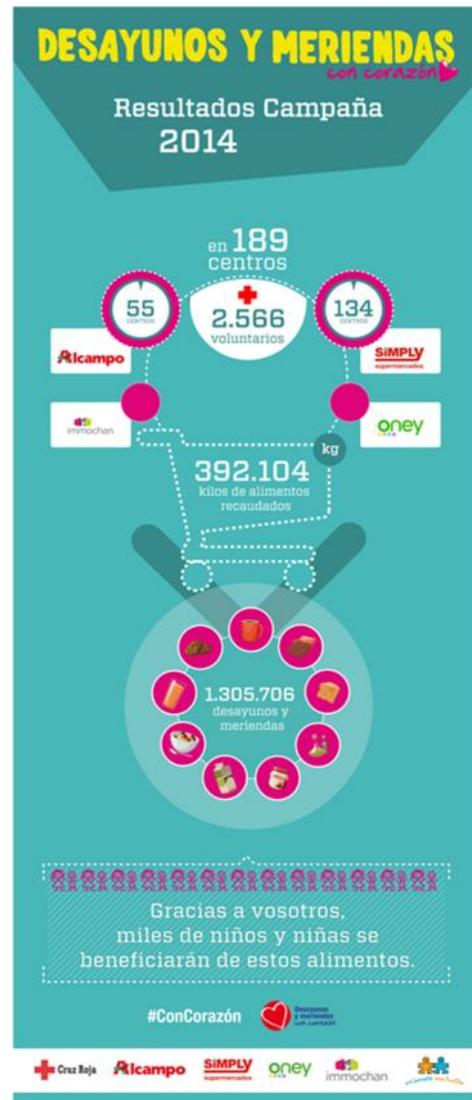


Por todo ello, **Alcampo, Simply, Immochan y Oney**, decidieron juntar esfuerzos e ilusión para organizar la **2ª campaña Desayunos y Meriendas #ConCorazón**, junto con la **Cruz Roja Española**, con el apoyo de **Un Juguete Una Ilusión**.

Gracias a esta campaña, celebrada los días 17 y 18 de Octubre de 2014, Cruz Roja entregará un total de **1.305.706 desayunos y meriendas** a niños y niñas que lo necesitan.

Todo ello, gracias a los **392.104 kg** de alimentos donados, **un 2% más con respecto a 2013** que 2.560 voluntarios de Cruz Roja recogieron en los 55 hipermercados Alcampo, 134 supermercados Simply y **31 centros comerciales Immochan** participantes. Para calcular el número de desayunos y meriendas total a repartir, se ha estimado un peso medio de 300 gramos por ración.

Una vez clasificados, Cruz Roja entregará estos alimentos a todas aquellas familias en situación de necesidad de los municipios del entorno de los centros comerciales, hipermercados y supermercados participantes, **estimando que la campaña ayudará a más de 8.000 niños y niñas.**





INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

C. COLABORADORES

Equipo Immochan, Equipo Zenia

Desde el cambio en el accionariado de C.C. Zenia, la Gerencia de Zenia Boulevard ha pasado a integrarse plenamente en el Equipo Immochan, continuando con el desempeño de sus funciones en el Centro Comercial sin variaciones.

A 31 de Diciembre de 2014, para gestionar sus 31 Centros Comerciales, Immochan cuenta con 36 colaboradores, de los cuales el 100% de los que pueden optar a serlo, son accionistas de la empresa.

Un 61 % de los colaboradores son mujeres, siendo el 22% de la plantilla mandos-mujeres y el 11% de la plantilla mandos-hombres.

Un 94 % de los trabajadores cuentan con contrato indefinido, y la antigüedad media de la plantilla es de más de 16 años.

Un 8% disfruta de jornada reducida, el resto tiene un horario de jornada completa.

Favoreciendo la Inclusión de las Personas

Immochan no cuenta con ninguna persona con discapacidad en el Equipo de Colaboradores. Sin embargo fomenta la inclusión de personas con discapacidad a través de sus proveedores.

La contrata de Seguridad, Mantenimiento y Limpieza en Zenia Boulevard, Grupo Vectalia, cuenta en su plantilla con un porcentaje de personas con discapacidad más allá del fijado por ley (2%), siendo de un 9,23 % en limpieza y un 5,25% en Seguridad.

Política de Recursos Humanos: Reparto Del Haber, Del Poder Y Del Saber

La compañía cree firmemente en su política de Recursos Humanos, basada en COMPARTIR, es decir en la participación de todos sus colaboradores, tanto en los resultados, la formación e información como en la propia construcción del futuro de la empresa.

Política Retributiva

En torno al compromiso del **reparto del haber**, existen varios programas dirigidos a los colaboradores que se constituyen como una herramienta gracias a la cual se refuerza el compromiso con la empresa.



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

Por un lado Valprima reconoce trimestralmente la calidad del trabajo realizado, en cada centro de trabajo, con una prima en función de resultados.

Por otro lado, desde hace casi dos décadas los empleados del Grupo Auchan en España pueden ser accionistas de forma voluntaria en 15 países, a través de Valauchan Internacional, yendo más allá de las relaciones laborales habituales, ya que cada profesional es un colaborador accionista. En 2014, el **100%** de los que tenían posibilidad en Immochan eran **colaboradores accionistas**.

Además, los accionistas tienen derecho a compartir la fuerza del proyecto de la compañía a través de la **participación en beneficios**.

Formación

Consideramos la capacitación como un aspecto fundamental para la mejora del desempeño de nuestros colaboradores. Por ello, establecemos planes de formación, al mismo tiempo que valoramos el potencial de desarrollo de cada persona que integra la organización para detectarlo y potenciarlo oportunamente.

Durante el año 2014, los empleados de Immochan España recibieron un total de **932 horas** de formación.

Como parte de la formación, se realizan también actividades de sensibilización, para **involucrar a los colaboradores** en las políticas de Desarrollo Sostenible y RSE de Immochan. En esta línea, se desarrolló un concurso de recetas contra el Desperdicio Alimentario. Su objetivo, además de animar a todos los empleados a través de una actividad motivadora a conocer esta realidad, fue también la de concienciarlos contra este problema y dar a conocer sencillas cuestiones que podían realizar en su día a día.

Escucha

Immochan presta especial atención al compromiso y motivación de sus empleados, recordando la importancia de su papel, independientemente de su nivel de responsabilidad.

Cada año hay reuniones de todo el equipo, para exponer los resultados y logros obtenidos, y compartir las líneas de acción para el futuro.

Además, desde el año 2010, anualmente se realiza una Encuesta de Satisfacción del Personal y de Clima Laboral, que es anónima, con el fin de dar cabida a la escucha de las opiniones, demandas y sugerencias de todos los colaboradores. Este año la participación ha sido de un 74%, arrojando un índice de satisfacción de 3,12 puntos sobre 5, resultado similar al de 2013 que resultó de 3,10 sobre 5.

Innovación e Intra-emprendimiento:

El programa de Actitud Creativa forma parte del modelo de organización del Grupo, y está integrado en la vida de la empresa. El objetivo de Immochan es construir una cultura de innovación participativa, basada, precisamente en la actitud creativa de todos los colaboradores.



Participar en este programa es totalmente voluntario y supone participar activamente en la construcción de la empresa. En este sentido la intención es hacer realidad el intraemprendimiento y la creación de nuevas propuestas y actividades.

En 2014 se presentaron 15 ideas. Una vez estudiadas y valoradas por un Comité de Innovación, 9 de ellas se pusieron en marcha, transformándose en proyectos en test. Todas ellas optaban a un premio como reconocimiento a la labor de los colaboradores cre-actores y 3 ideas resultaron finalistas y se presentaron en una jornada donde asistió todo el equipo, y se entregaron los premios por parte de la Dirección General.



Escaparte itinerante



Empleado Embajador



Optimización pago facturas

Créative Attitude: Empleado Embajador

Durante los meses de Julio a Septiembre de 2014 se desarrolló el **Primer Concurso para Empleados de Zenia Boulevard.**

Este concurso estaba dirigido especialmente para empleados de limpieza, mantenimiento, seguridad, Punto de Atención al Cliente y jardinería, y consistió en desarrollar alguna idea que sirva para **mejorar la experiencia de compra del cliente.** Las dos mejores ideas optaban a un premio.



El principal objetivo fue **premiar y motivar a los propios empleados,** haciéndoles partícipes de la toma de decisiones de mejora del Centro. El empleado se siente satisfecho y contento por el desarrollo de su idea, que además ve materializada.

Por otra parte, **implementar innovaciones de cara al consumidor,** siendo los empleados de estos servicios los que conocen muy bien a los clientes por estar en contacto directo con ellos de forma directa y continua.

Como resultado, se contó con la **participación** de alrededor de **unas 30 personas,** que presentaron **más de 60 ideas diferentes,** entre limpieza, mantenimiento, seguridad y personal del PAC. Muchas de ellas son muy buenas ideas que se pondrán en práctica.



Viendo los buenos resultados próximamente se convocará un segundo concurso.



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

D. MEDIO AMBIENTE

En **Zenia Boulevard** somos conscientes que una gestión socialmente responsable implica preocuparnos por el impacto que nuestras actividades generan sobre el entorno, para tratar de minimizar todos los impactos negativos que se produzcan.

Consumo de Recursos

El principal consumo energético del Centro Comercial, corresponde a electricidad.

Los datos de energía facilitados, hacen referencia a las zonas comunes del centro, incluyendo la galería frente a línea de cajas, la climatización, la ventilación, distribución, comunicación vertical, e iluminación.

Los datos de electricidad reflejados **no toman en cuenta las partes privativas del centro comercial que ocupan los arrendatarios o copropietarios.**

Adicionalmente, el centro comercial cuenta con generador propio de electricidad o Grupo Electrónico, el cual sirve de alimentador eléctrico cuando la fuente de energía principal falla, asegurando la continuidad de la operación.

En Zenia Boulevard, funciona con gasóleo, pero sólo se utiliza frente a los cortes de luz, por tanto su consumo es muy bajo, casi despreciable.

ENERGÍA ELÉCTRICA

El **consumo de electricidad** durante 2014 fue 2.235.420 kwh en Zenia Boulevard. La variación del consumo frente a 2013, fue **una disminución del 8% con respecto al año anterior.**

GAS

Zenia Boulevard, al ser un centro comercial abierto no utiliza gas para la climatización, no consumiéndose en el centro.

USO EFICIENTE DE LA ENERGÍA

C.C. Zenia, consciente del impacto que genera el uso intensivo de energía en el medio ambiente, ha desarrollado una serie de iniciativas de gestión energética, con el fin de disminuir el consumo.

- Se ha obtenido la certificación energética del centro comercial.
- Se está evaluando la viabilidad de utilizar distintos esquemas de certificación de sostenibilidad de los edificios que permitan una mejora continua y una evaluación de estos esfuerzos (ISO, BREEAM, etc.)



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

- En 2013, y continuando en 2014, el Grupo Auchan ha lanzado un ambicioso « Plan Energía ». Un programa construido alrededor de 4 prioridades: acelerar el descenso del consumo de cada centro, profesionalizar la compra de energía, imponer normas para los nuevos centros y poner en marcha instalaciones de producción de energía renovable. Un primer proyecto piloto se ha lanzado en España. Desde noviembre 2013, un diagnóstico energético completo se ha realizado en 6 sitios piloto, siendo uno de ellos un centro comercial, con un desarrollo de recomendaciones previsto para 2015. Los resultados obtenidos deberían permitir progresar para fijar una hoja de ruta para los años próximos.

MEDIDAS DE AHORRO DE AGUA

Por estar emplazado en zona urbana Zenia Boulevard consume agua potable. Desde su apertura se han puesto en marcha medidas eficaces para reducir el consumo de agua, evitar el despilfarro y preservar la calidad del agua.

Por ejemplo se ha acometido la instalación progresiva de contadores “inteligentes” junto con un software de gestión, que permitan un análisis detallado de los consumos, así como poder detectar fugas, averías, malfuncionamiento de contadores, etc. de forma eficaz, temprana y prácticamente automática.

En relación a los vertidos de agua, el centro está equipado con separadores de hidrocarburos, con el fin de tratar las aguas de lavado antes de alcanzar la red pública.

Dada la certificación ISO 14001, un plan de seguimiento y control ha sido puesto en marcha para controlar el consumo de agua. El C.C. Zenia Boulevard cuenta con un descalcificador para mejorar la calidad del agua potable, pues se trata de una zona de exceso de cal en agua. Numerosos controles suplementarios de pH, e hipercloración han sido realizados además de los exigidos por la ley.

Los consumos de agua a continuación corresponden al uso de las zonas comunes, (aseos, limpieza, riego de espacios verdes, contraincendios, fuentes, climatización por nebulización, etc).

El **consumo de agua** durante 2014 fue de 35.432 m³ en Zenia Boulevard. Entre 2013 y 2014 se produjo un aumento del 20% con respecto al año anterior, si bien la referencia de 2013 no es real sino una estimación del consumo de agua de las zonas comunes, puesto que no habían sido instalados contadores individuales para los locales comerciales, y todavía estaba activo un contador de obra. La evolución del consumo, de forma fiable, basadas en lecturas se podrá ver en siguientes ejercicios.

Gestión de Residuos

Con objeto de mejorar sistemáticamente la Gestión de Residuos Peligrosos y No Peligrosos del Centro Comercial, se han instalado Puntos Limpios para la gestión de los residuos producidos por actividad de las enseññas.

Los volúmenes generados son debidos principalmente a la actividad de los comerciantes. Aunque C.C. Zenia tienen un impacto limitado sobre el volumen total de desechos producidos en el Centro, la Gerencia del Centro y la empresa se esfuerzan para aportar información y medios necesarios para optimizar la recogida selectiva y el reciclaje, así como impulsar la reducción de su producción.

Los residuos reportados corresponden al conjunto de los producidos por los comerciantes y los clientes cuya gestión está realizada por Zenia y sus contratatas.

En la siguiente tabla se presentan los datos comparativos de la gestión de Residuos durante el 2013 y 2014:

Residuos No Peligrosos							
ZENIA BOULEVARD	Tasa Valorización R/T	RSU	CARTON	VIDRIO	OTRAS FRACCIONES RECICLABLES	TOTAL GLOBAL	VARIACIÓN 13-14
Año 2013	22,8 %	1.178,75	281,67	13,24	53,94	1.527,6	-7,36%
Año 2014	15,1%	1.201,75	162,99	12,45	37,97	1.415,16	

Ecoparques para Clientes

Pensando en los clientes y con el objetivo de dar un mejor servicio en esta materia, se mantienen en Zenia Boulevard 2 Ecoparques o puntos de reciclaje de residuos domésticos (RAEEs, Tubos Fluorescentes, Aceites vegetales usados, y Pilas).





INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

Movilidad Sostenible

Como una forma de incentivar el uso de bicicletas como medio de transporte de los trabajadores, y los consumidores Zenia Boulevard ha dotado los parking con lugares especiales para el aparcamiento de bicicletas.

Así mismo se cuenta con puntos de recarga para vehículo eléctrico.

Cumplimiento Normativo

En nuestros años de operación, **C.C. ZENIA** nunca ha recibido multas ni sanciones por incumplir la normativa ambiental.



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

ACCIÓN SOCIAL: Informe Anual 2014

Tal y como declara el Compromiso Social Corporativo de C.C. Zenia en su Visión Social:

- ✓ *C.C. ZENIA, eje de comunicación y de acciones responsables.*

Esto se traduce en que la empresa, y por tanto, sus Centros Comerciales, son espacio de cultura y de intercambios donde desempeñar un papel de información y sensibilización.

La empresa pone sus espacios físicos o virtuales a disposición de organismos que trabajan para el interés público. (Organización de animaciones eco-ciudadanas)

- ✓ *C.C. ZENIA, una empresa responsable comprometida con el desarrollo sostenible*

Es una empresa que sensibiliza a sus colaboradores para comportamientos eco-responsables, y que integra las orientaciones del desarrollo sostenible en su política.

De esta manera C.C. Zenia tiene el compromiso de realizar una Acción Social, creadora de valor, tanto para las comunidades donde está establecida como para la empresa y sus accionistas.

Ejemplo de este compromiso, son las actividades que lleva a cabo en los Centros Comerciales que tienen un contenido de carácter Medioambiental, Cultural, Deportivo, Educativo, de Promoción de la Salud, o Solidarias.

A continuación se listan las **Actividades de Acción Social** que se han llevado a cabo en Zenia Boulevard, durante el año 2014.

Las **Actividades de RSE** realizadas en el **C.C. Zenia Boulevard** han sido 44, con una inversión de **103.623 euros**, lo cual significó **un 1,2% más que en 2013**, que se destinaron 102.360 euros en 36 animaciones RSE.



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01



ACTIVIDADES ANUALES EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

RPCI-30

FECHA/ FECHAS	ASOCIACIÓN, ONL, INSTITUCIÓN	VALOR ECONÓMICO ACCIÓN	IMPORTE RECAUDADO DE CLIENTES	NOMBRE DE LA ACCIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN
03-ene-14	CENTRO DE ACOGIDA DE MENORES SAN JOSÉ OBRERO (ORIHUELA)	500 €		EL BUZÓN DE LOS DESEOS	VARIOS CLIENTES DEL CENTRO COMERCIAL SOLICITARON DESEOS SOLIDARIOS AL CENTRO Y ENTRE ELLOS SE ENCONTRABA EL DESEO DE LLEVAR UN REGALO DE REYES A UN CENTRO DE MENORES. FINALMENTE SE CONTACTÓ CON EL CENTRO DE MENORES SAN JOSÉ OBRERO DE ORIHUELA Y SE LES PREGUNTÓ QUÉ NECESITABAN POR 500€ Y SOLICITARON EDREDONES, SÁBANAS, ALMOHADAS, ETC. SE LE HIZO ENTREGA DEL DESEO EL 3 DE ENERO DE 2014 EN EL PROPIO CENTRO DE MENORES TRAS UNA VISITA AL MISMO.
04-ene-14	CONCIERTO DE AÑO NUEVO A FAVOR DE UNICEF	1.000 €		CONCIERTO DE AÑO NUEVO	PARA LA ENTREGA DEL IMPORTE DE LA FUENTE SOLIDARIA (RECOGIDO Y DONADO EN 2013) Y ADEMÁS CON MOTIVO DE LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE UNICEF Y LA VENTA DE PRODUCTOS DE LA ONG PARA LA CAPTACIÓN DE FONDOS PARA PROYECTOS PROPIOS SE DECIDE CELEBRAR UN CONCIERTO DE AÑO NUEVO CON EL FIN DE CONCENCIAR Y LLEGAR AL MÁXIMO NÚMERO DE VISITANTES DEL CENTRO COMERCIAL DURANTE ESE DÍA NAVIDEÑO DE GRAN AFLUENCIA.
05-ene-14	AYUNTAMIENTO DE ORIHUELA Y VECINOS DE ORIHUELA COSTA	4.400 €		CABALGATA DE REYES	REALIZACIÓN DE CABALGATA DE REYES DE ORIHUELA COSTA EN COLABORACIÓN CON LOS VECINOS POR LAS CALLES DEL CENTRO COMERCIAL. AUDIENCIA DE REYES MAGOS EN EL ESCENARIO DEL CENTRO. APORTAMOS UN PASACALLES CON PERSONAJES INFANTILES Y REPARTIMOS REGALOS Y CAMELOS A LOS NIÑOS. LOS VECINOS SOLICITARON REALIZARLO POR LAS CALLES DEL CENTRO YA QUE ES MÁS SEGURO PARA LOS NIÑOS. TAMBIÉN SE PATROCINÓ UNA CARROZA PARA LA LLEGADA DE LOS REYES MAGOS HASTA EL CENTRO COMERCIAL.
04-feb-14	DÍA INTERNACIONAL CONTRA EL CÁNCER	1.196 €	2.400 €	DÍA INTERNACIONAL CONTRA EL CÁNCER	CELEBRACIÓN DEL DÍA INTERNACIONAL CONTRA EL CÁNCER. EL CENTRO REGALÓ UN IRIS A CADA PERSONA QUE APORTÓ UN DONATIVO PARA LA AECC. ADEMÁS, SE CELEBRÓ EL DÍA CON UN LAZO HUMANO GIGANTE EN LA PLAZA MAYOR Y DIFERENTES ACTIVIDADES DEPORTIVAS. CONCIERTOS Y BAILES. LA COLABORACIÓN FUE CONJUNTA CON LA AECC Y LAS PINK LADIES DE MARÍA WILSON Y SE DIERON CITA PARA EL DIAGNÓSTICO PRECOZ GRATUITO DE CÁNCER DE MAMA Y PRÓSTATA. TAMBIÉN SE INVIRTIÓ EN LA DIFUSIÓN DEL EVENTO CON EL FIN DE INCREMENTAR LAS DONACIONES.
08-feb-14	APECÁNCER	400 €		CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN	SE CEDE A LA ASOCIACIÓN UN ESPACIO PARA LA CAMPAÑA INFORMATIVA Y DE CAPTACIÓN DE FONDOS PARA DAR A CONOCER LA DETECCIÓN PRECOZ Y LA LABOR QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN, QUE SE ENCARGA DE DAR SOPORTE A LAS FAMILIAS Y CUBRIR LOS GASTOS DERIVADOS DE LAS BAJAS MÉDICAS SUFRIDAS POR LOS PACIENTES.



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

22-feb-14	DESFILE DE CARNAVAL	800 €		DESFILE DE CARNAVAL JUNTO A LA ASOCIACIÓN DE VECINOS	REALIZACIÓN DE DESFILE DE CARNAVAL CON BATUKADA APORTADA POR EL CENTRO Y PREMIOS DEL CONCURSO DE COMPARSAS. SE HIZO EN COLABORACIÓN CON LOS VECINOS DE TORREVIEJA Y ORIHUELA COSTA CON EL FIN DE QUE SE PUDIESE REALIZAR EN UN ENTORNO SEGURO. EL CARNAVAL ESTÁ MUY ARRAIGADO SOCIALMENTE EN LA ZONA Y ES UN ELEMENTO DE IDENTIFICACIÓN SOCIAL.
8 Y 9 DE MARZO DE 2014	DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER	4.603 €		CELEBRACIÓN DEL DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER TRABAJADORA	SE REALIZÓ UN PROGRAMA DE RADIO EN DIRECTO CON ONDA CERO VEGA BAJA INVITANDO A MUJERES EMBLEMÁTICAS COMO LA ARMENGOLA (FIGURA IMPORTANTE A NIVEL SOCIAL EN ORIHUELA). ADEMÁS SE HIZO UN OBSEQUIO A TODAS LAS MUJERES QUE VISITARON EL CENTRO Y SE PREPARÓ UNA PROGRAMACIÓN CON EJERCICIOS SALUDABLES (CLASES DE ZUMBA), TALLERES GRATUITOS DE ASesorÍA DE IMAGEN, TALLERES DE MAQUILLAJE GRATUITO, REGALO DE MUESTRAS DE PERFUME, MONÓLOGOS QUE DESTACABAN EL PAPEL SOCIAL DE LA MUJER, CONCIERTO DE JAZZ EN HONOR A LAS MUJERES, ETC.
29-mar-14	LA HORA DEL PLANETA	200 €		CELEBRACIÓN DE CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN	SE CELEBRÓ LA HORA DEL PLANETA CON: UN APAGADO DE TODAS LAS LUCES DE LA PLAZA MAYOR A LAS 20,00H. E INTERRUPCIÓN DEL CONCIERTO Y REPARTO DE BENGALAS ENTRE LOS VISITANTES PRESENTES EN LA PLAZA MAYOR. ENCENDIDO DE PANTALLA CON IMÁGENES DE NATURALEZA Y REANUDACIÓN DEL CONCIERTO DURANTE EL APAGADO CON LA CANCIÓN "IMAGINE" Y MENSAJE DE CONCIENCIACIÓN SOBRE LA HORA DEL PLANETA.
10-abr-14	VISITA INTERNACIONAL DE COLEGIOS	100 €		VISITA DE COLEGIOS INTERNACIONALES PARA ESTUDIAR LOS PROCESOS QUE SE REALIZAN EN ZENIA BOULEVARD A FAVOR DEL MEDIOAMBIENTE	SE RECIBE A ALUMNOS DE UN COLEGIO PÚBLICO DE ALMORADÍ JUNTO CON ALUMNOS DE UN COLEGIO FRANCÉS QUE SE ENCUENTRAN DE INTERCAMBIO EN ESPAÑA. ESTÁN INTERESADOS EN UNA VISITA MEDIOAMBIENTAL PARA APRENDER QUÉ HACE EL CENTRO COMERCIAL EN ESTA MATERIA. SE LES ENTREGA FICHAS PARA NIÑOS EXPLICATIVAS DEL COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL DE ZENIA BOULEVARD Y SE VISITA LA COMPOSTADORA, ISLAS ECOLÓGICAS, ECOPARQUES, PARKING CON LUCES LED, PUNTO DE CARGA DE VEHÍCULO ELÉCTRICO.
12-abr-14	CENTRO DE ACOGIDA DE MENORES SAN JOSÉ OBRERO (ORIHUELA)	1.000 €		CESIÓN DE ESPACIO EN LA REVISTA DE ZENIA BOULEVARD AL CENTRO DE ACOGIDA DE MENORES SAN JOSÉ OBRERO DE ORIHUELA	SE CEDEN DOS PÁGINAS DE LA REVISTA ZENIA BOULEVARD DE PRIMAVERA 2014 AL CENTRO DE ACOGIDA DE MENORES SAN JOSÉ OBRERO DE ORIHUELA CON EL FIN DE DAR A CONOCER SU TRABAJO Y NECESIDAD DE FONDOS.
23-abr-14	DÍA DEL LIBRO	550 €		CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL LIBRO	CON EL FIN DE POTENCIAR LA LECTURA SE HIZO LO SIGUIENTE: PRESENTACIÓN Y FIRMA DE LIBROS POR PARTE DE UNA AUTORA LOCAL, CONTRATACIÓN DE UN PERSONAJE ANIMADO QUE HIZO DE CAPERUCITA ROJA CON EL FIN DE RECORDAR A LOS CLIENTES QUE ERA EL DÍA DEL LIBRO.
01-may-14	MERCADILLO ARTESANO	8.600 €		MERCADILLO ARTESANO	COLABORACIÓN CON ARTESANOS LOCALES Y CESIÓN DE ESPACIO PARA UN MERCADILLO ARTESANAL DENTRO DEL CENTRO Y REALIZACIÓN DE TALLERES MEDIOAMBIENTALES



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

12-may-14	PATROCINIO DECABIKE	100 €		PATROCINIO DECABIKE	PATROCINIO EVENTO DEPORTIVO DE DECATHLÓN ESPAÑA CON DOS TARJETAS REGALO DE 50€ PARA SORTEAR ENTRE LOS DEPORTISTAS PARTICIPANTES.
30-31 MAYO Y 1 JUNIO	CESIÓN ESPACIO ROTARY TORREVIEJA	800 €		CHICOS DEL CORO	RECAUDAR FONDOS EN BENEFICIO DE ALPE: ASOCIACIÓN COMARCAL PARA LA REHABILITACIÓN DEL DEFICIENTE Y EN BENEFICIO DEL PROGRAMA CONTRA LA POLIO DE ROTARY
05-jun-14	DÍA MUNDIAL DEL MEDIOAMBIENTE.	1.000 €	POR DETERMINAR-		CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN Y RECOGIDA DE FONDOS PARA EL PROYECTO "CABALLITO DE MAR" DE LA ASOCIACIÓN HIPOCAMPUS QUE TIENE POR OBJETIVO REPOBLAR EL MAR MENOS CON CABALLITOS DE MAR. ADEMÁS DE CEDER EL ESPACIO PARA LA RECOGIDA DE FONDOS SE OBSEQUIA A LA ASOCIACIÓN CON 600€ EN MOLINILLOS DE VIENTO (SÍMBOLO DE ENERGÍAS LIMPIAS PARA EL DÍA MUNDIAL DE MEDIOAMBIENTE) QUE SE ENTREGARÁN A LOS CLIENTES A CAMBIO DE UN DONATIVO PARA LA ASOCIACIÓN. ADEMÁS LA ASOCIACIÓN CONCIENCIARÁ SOBRE VALORES MEDIOAMBIENTALES A LOS VISITANTES DEL CENTRO.
13-jun-14	AFECÁNCER	1.150 €	1.594 €	DÍA EUROPEO CONTRA EL CÁNCER DE PIEL	CESIÓN DE ESPACIO Y DONACIÓN DE 500€ EN OBSEQUIOS PARA LA CONSECUCCIÓN DE DONATIVOS PARA LA ASOCIACIÓN AFECÁNCER (FAMILIARES DE AFECTADOS DE CÁNCER). ADEMÁS LA ASOCIACIÓN TRAERÁ A EXPERTOS MÉDICOS PARA EL CONSEJO A LOS VISITANTES DEL CENTRO, ACTUACIONES Y CONCIERTOS, ETC. Y REALIZARÁ UNA CAMPAÑA DE CAPTACIÓN DE FONDOS DURANTE TODO EL DÍA.
TODO EL AÑO. PRIMER FIN DE SEMANA DE MES.	PINK LADIES DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER	19.200 €		CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN EN LA DETECCIÓN PRECOZ Y LA ATENCIÓN TEMPRANA	CESIÓN DE ESPACIO A LA AECC PARA LA CONCIENCIACIÓN Y CAPTACIÓN DE SOCIOS Y FONDOS
JUNIO	ROTARY	280 €		PATROCINIO DE TROFEOS REGATA CONTRA LA POLIO	
21 y 22 de junio	CRUZ ROJA	800 €	POR DETERMINAR-	CAMPAÑA DE CAPTACIÓN DE SOCIOS	CAMPAÑA DE CAPTACIÓN DE SOCIOS Y FONDOS EN ZENIA BOULEVARD DURANTE TODO EL FIN DE SEMANA
17 y 18 de julio y 21 y 22 de agosto	HOSPITAL DE TORREVIEJA. CESIÓN DE ESPACIO DOS DÍAS.	1.600 €		CONCIENCIACIÓN SALUD	CESIÓN DE ESPACIO AL HOSPITAL DE TORREVIEJA PARA REALIZACIÓN DE LABORES DE CONCIENCIACIÓN SOBRE CUIDADOS EN VERANO Y PROMOCIÓN DE LA SALUD
8 y 9 agosto	FUNDACION JOSEP CARRERAS	800 €	-	CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN	INFORMACIÓN SOBRE LOS PROYECTOS DE LA FUNDACIÓN Y BÚSQUEDA DE DONANTES.
septiembre	CÁRITAS ORIHUELA COSTA	150 €		CAMPAÑA DE RECOGIDA DE ALIMENTOS Y MATERIAL ESCOLAR Y DE HIGIENE	
04-oct-14	ASDID	1.500 €	800 €	DÍA MUNDIAL DE LAS ENFERMEDADES RARAS	CONTRATACIÓN DE PIANO Y CESIÓN DE MOLINILLOS DE VIENTO. LOS VOLUNTARIOS DE ASDID VENDÍAN LOS MOLINILLOS O DEJABAN PARTICIPAR EN LA ACTIVIDAD A CAMBIO DE UN DONATIVO Y ADEMÁS DIVULGARON INFORMACIÓN SOBRE ENFERMEDADES RARAS.
11-oct-14	Cruz Roja	400 €		CESIÓN DE ESPACIO PARA RECAUDACIÓN DE FONDOS	



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

19-oct-14	DÍA MUNDIAL CONTRA EL CÁNCER DE MAMA	2.090 €	POR DETERMINAR-	CELEBRACIÓN DEL DÍA MUNDIAL CONTRA EL CÁNCER DE MAMA	SE REALIZARÁ UN EVENTO EN EL CENTRO CON UNA SUELTA DE GLOBOS ROSAS Y CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN EN COLABORACIÓN CON LA AECC Y LAS PINK LADIES.
31-oct-14	HALLOWEEN	1.200 €		CELEBRACIÓN DE UN PASACALLES CON LOS NIÑOS DEL COLEGIO PLAYAS DE ORIHUELA Y VECINOS DE LA COSTA	CELEBRACIÓN DE UN PASACALLES PARA LOS NIÑOS DEL COLEGIO PÚBLICO PLAYAS DE ORIHUELA CON PREMIOS PARA LOS MEJORES DISFRACES.
OCTUBRE/NOV 2014	FERIA DEL COMERCIO LOCAL	4.000 €		PARTICIPACIÓN EN LA FERIA DE COMERCIO LOCAL	PRESENCIA EN LA FERIA DE ORIHUELA DE PEQUEÑO COMERCIO
01-nov-14	ZENIA BOULEVARD CARDIPROTECCIÓN	1.080 €		CURSO DE UTILIZACIÓN DE LAS COLUMNAS DE DESFIBRILACIÓN	CURSO DE UTILIZACIÓN DE LAS COLUMNAS DE DESFIBRILACIÓN PARA TODO EL PERSONAL DEL CENTRO: GERENCIA Y SUBCONTRATADO
15-nov-14	CRUZ ROJA ESPAÑOLA (DÍA DE LA BANDERITA). Cruz Roja Orihuela.	400 €	200 €	CAMPAÑA DE RECAUDACIÓN DE FONDOS	CAPTACIÓN DE FONDOS CON MOTIVO DEL DÍA DE LA BANDERITA OBTENIENDO UNA RECAUDACIÓN 536,90€ EN 3 HORAS Y MEDIA.
22-nov-14	APADAC	400 €		CESIÓN DE ESPACIO	CESIÓN DE ESPACIO PARA PROTECTORA DE ANIMALES PARA VENTA MERCHANDISING, DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN ACTIVIDAD Y RECAUDACIÓN DE FONDOS.
30-nov-14	CERMA	400 €		DÍA MUNDIAL CONTRA EL SIDA	CONCIENCIACIÓN CIUDADANA Y RECOGIDA DE FONDOS. CESIÓN DE ESPACIO
30-nov-14	TORREVIEJA'S CHRISTIAN FELLOWSHIP	400 €		CESIÓN DE ESPACIO	CESIÓN DE ESPACIO PARA RECAUDAR FONDOS PARA SUS PROYECTOS
29-nov-14	CRUZ ROJA ESPAÑOLA	400 €		DÍA MUNDIAL CONTRA EL SIDA	CONCIENCIACIÓN CIUDADANA Y RECOGIDA DE FONDOS. CESIÓN DE ESPACIO
DICIEMBRE	CRUZ ROJA ESPAÑOLA	3.000 €	1.112 €	BOLA DE NIEVE	A CAMBIO DE HACERSE UNA FOTO NAVIDEÑA EN UNA GRAN BOLA DE NIEVE LOS CLIENTES DABAN UN DONATIVO A CRUZ ROJA.
21-dic-14	VISITA DEL KING COLLEGE	100 €		VISITA	VISITA DEL COLEGIO AL CENTRO, REGALO DE CAMELOS Y PROGRAMACIÓN DE TALLERES INFANTILES GRATUITOS. INTERPRETACIÓN DE VILLANCICOS
07-dic-14	SANTA'S WALK	610 €	1.200 €	SANTA'S WALK AECC	LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER CON LAS PINK LADIES CELEBRAN LA MARCHA CONTRA EL CÁNCER. 100 personas participaron en la marcha.
07-ene-00	EXTIENDE LA MANO	400 €		PINK LADIES CON EXTIENDE LA MANO	LAS PINK LADIES PUSIERON OTRO ESPACIO PARA RECOGER ALIMENTOS PARA LA ONL LOCAL EXTIENDE LA MANO
14-dic-14	AFECÁNCER	785 €	500 €	RECOGIDA DE FONDOS	RECOGIDA DE FONDOS PARA AFECÁNCER: SE REGALA UNA ESTRELLA A CAMBIO DE UN DONATIVO PARA AFECÁNCER
14-dic-14	NUEVA FRATERNIDAD	400 €		CESIÓN DE ESPACIO	CESIÓN DE ESPACIO A ONG QUE ACTÚA EN RUANDA Y TRABAJA CON ROTARY TORREVIEJA. VENTA DE ARTESANÍA DE RUANDA Y RECAUDACIÓN DE FONDOS.
13-dic-14	APADAC	400 €	345 € y mantas y sacos de comida	CESIÓN DE ESPACIO	CESIÓN DE ESPACIO PARA PROTECTORA DE ANIMALES PARA VENTA MERCHANDISING, DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN ACTIVIDAD Y RECAUDACIÓN DE FONDOS.



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
 Código: R-PCI- 30
 Revisión 01

dic	CESIÓN DE ESPACIO EN REVISTA CENTRO COMERCIAL	600 €		CESIÓN ESPACIO REVISTA	CESIÓN DE ESPACIO DE LA REVISTA PARA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA ONL
TODO EL AÑO	ACNUR	4.800 €		CESIÓN DE ESPACIO A ACNUR PRIMER FIN DE SEMANA DE CADA MES	CESIÓN DE ESPACIO A LA ONG ACNUR PARA LA CONCIENCIACIÓN Y CAPTACIÓN DE SOCIOS Y FONDOS
TODO EL AÑO	TALLERES INFANTILES GRATUITOS	29.029 €		TALLERES	TALLERES INFANTILES GRATUITOS TODOS LOS VIERNES Y SÁBADOS Y TODOS LOS DÍAS DE VACACIONES DE NAVIDAD, BILINGÜES Y CON PROGRAMACIÓN MEDIOAMBIENTAL.
TODO EL AÑO	FUENTE SOLIDARIA	2.000 €	POR DETERMINAR-	FUENTE SOLIDARIA	A BENEFICIO DE UNICEF SE RECAUDA DINERO EN LA FUENTE SITUADA EN LA PLAZA DEL OLIVO. EL DOBLE DE LO RECAUDADO O AL MENOS 2.000€, SERÁN DONADOS A LOS PROYECTOS DE LA ONG UNICEF.
	TOTAL AÑO 2014	108.623 €			



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL - 2014

Fecha: Mayo 2015
Código: R-PCI- 30
Revisión 01

ANEXOS:

Compromiso Social Corporativo
Política Ambiental y de Calidad Responsable
Código de Buen Gobierno
Código Ético
Política Anticorrupción