



# BALANCE SOCIO AMBIENTAL 2017-2018

EN  
CIMA  
DE  
TODO





# BALANCE SOCIO AMBIENTAL 2017-2018



## MENSAJE DEL DIRECTORIO



*“Salta es un modelo de exportación de turismo para la Argentina y la región, nos hemos demostrado que, aún en los momentos difíciles que hemos vivido pudimos salir adelante. De los últimos 10 años, 7 fueron de estancamiento de la economía, así y todo en Salta crecimos año tras año en la actividad turística.”*

Complejo Teleférico Salta S.E. es una sociedad del Estado cuyo titular es el Gobierno de la Provincia de Salta, y brinda un servicio turístico recreativo, de carácter alternativo, de ascenso y descenso al cerro San Bernardo, incluyendo el desarrollo de servicios turísticos adicionales; capacitando a sus empleados; trabajando en equipo; gestionando la calidad del servicio; involucrando a las comunidades vecinas y organizaciones; cuidando la salud, la seguridad y el medio ambiente de manera responsable y sustentable.

La sociedad se desenvuelve como sujeto de derecho privado, entablado relaciones jurídicas con sus visitantes (usuarios del servicio), proveedores, empleados y otros organismos públicos y privados.

La sociedad anualmente confecciona sus Estados Contables al cierre de su ejercicio económico, y los integrantes del Directorio de la sociedad decidimos formular el tercer balance socio-ambiental, en el entendimiento de que constituye una obligación continuar rindiendo cuentas de la gestión que se lleva a cabo, convencidos de que resulta necesario conciliar un equilibrio económico, ambiental y social a fin de considerar a la sociedad como integralmente productiva.

Este año, se ha decidido renovar nuestro compromiso con la sociedad y el ambiente con la elaboración de la tercera edición del Balance Socio Ambiental con el objeto de dar continuidad al trabajo desarrollado para afianzar el compromiso asumido con la sociedad en relación al reporte de los indicadores ambientales, sociales y económicos.

Para su elaboración, un equipo interdisciplinario trabajó en los siguientes lineamientos: la estrategia -basada en el compromiso de desarrollar nuestra actividad cumpliendo estándares de calidad-; la visión y el respeto de los valores que la sociedad adoptó como propios: amabilidad, compromiso, transparencia, solidaridad y trabajo en equipo.

En ese sentido, los aspectos que el Directorio ha tenido en cuenta para decidir nuevamente confeccionar este reporte han sido: el gerencial, priorizando la transparencia en la gestión; el legal, cumpliendo acabadamente las normas legales vigentes (en primer lugar para con los trabajadores de la sociedad y consumidores internos del servicio prestado); la seguridad,

como valor innegociable frente a los usuarios y, finalmente, los aspectos económico y laboral, pues realizar un balance socio ambiental complementa y fortalece al balance económico que realiza el complejo todos los años, ya que permite integrar las facetas ambiental y social con el aspecto económico.

Esto permite calcular y reportar el impacto directo que tiene la buena utilización de los recursos económicos en pos de mejorar el impacto socio ambiental del organismo. Cuando analizamos el motivo o principal razón de nuestra existencia como empresa, aparece el concepto de Responsabilidad Social Empresaria como un aspecto ineludible a considerar en la definición de nuestra misión. En particular, este compromiso se profundiza porque el Gobierno de la Provincia de Salta es su propietario. En nuestra organización, la contribución al desarrollo humano sostenible, hacia los empleados y sus familias, la sociedad en general y la comunidad local, es prioritaria.

El desafío está planteado, Teleférico San Bernardo elaboró su tercer balance económico-social a fin de mostrar resultados mensurables que permitan conocer el desempeño económico, ambiental y social conformando un escenario en el cual ganamos todos.



  
**Dr. Martín Miranda**  
Presidente del Directorio



  
**CPN Cecilia Cancinos Díaz**  
Directora Titular



# SUMARIO

|  |    |
|--|----|
| MENSAJE DEL DIRECTORIO                     | 06 |
| <b>01</b> SOBRE NUESTRA EMPRESA            | 11 |
| <b>02</b> SOBRE NUESTRA MEMORIA            | 19 |
| <b>03</b> SOBRE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS | 23 |
| <b>04</b> SOBRE NUESTRO DESEMPEÑO          | 27 |
| <b>05</b> INDICADORES DE DESEMPEÑO DE GRI  | 45 |
| CRÉDITOS                                   | 49 |



SOBRE  
NUESTRA  
EMPRESA

## PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Teleférico San Bernardo es una sociedad del estado, regularmente constituida, orientada a la prestación de un servicio turístico-recreativo de carácter alternativo que permite –vía teleférico- el acceso a la cumbre del cerro San Bernardo.

Allí, se puede obtener una visión totalizadora de la ciudad y disfrutar de servicios turísticos adicionales, tales como: entretenimientos (cascada, juegos infantiles), gastronomía (confitería y drugstore), deportes (gimnasio), compras (local de merchandising, locales de artesanías) y paseos (anfiteatro, sendero ecológico, terrazas y mirador) y un servicio de fotografía; todo ello enmarcado en un ambiente de natural belleza.

## UBICACIÓN Y VÍAS DE ACCESO

El Teleférico cuenta con dos estaciones:

La estación de salida, que está situada en el parque San Martín (Av. San Martín e Hipólito Yrigoyen) y la estación de llegada que se ubica en la cumbre del cerro San Bernardo.

Ambas estaciones están localizadas en la ciudad de Salta, provincia de Salta, Argentina.

La construcción del Complejo Teleférico comenzó en el mes de octubre del año 1987, finalizando su montaje el día 12 de enero del año siguiente (fecha a partir de la cual se encuentra en funcionamiento).

El Complejo Teleférico cuenta con dos estaciones: una inferior o de salida, en el parque San Martín (superficie de 1486 m<sup>2</sup>) y otra superior o de llegada, en la cumbre del cerro San Bernardo (superficie de 618 m<sup>2</sup>).

En la sección inferior, además de las instalaciones vinculadas con el ascenso del teleférico, se encuentra una playa de estacionamiento, locales comerciales que ofrecen artesanías y artículos regionales, una confitería, un centro de atención turística y las oficinas del personal administrativo de la empresa.

En la estación superior, además del servicio de descenso hacia el parque San Martín, también se encuentra una confitería y locales con venta de artículos regionales y recuerdos de Salta, entre otros. También funciona una playa de estacionamiento para quienes accedan al mirador de la ciudad en vehículo.

Tanto en la estación superior como inferior hay sanitarios habilitados para los visitantes y empleados (todos en buenas condiciones).

Durante el trayecto del viaje en teleférico se puede disfrutar de una hermosa vista panorámica de la ciudad de Salta y sus alrededores.

El servicio opera todos los días de 09:00 a 19:00.

La distancia horizontal entre ambas estaciones es de 1016 m con una diferencia de altura entre ambas bases de 284,90 m. La distancia en sentido oblicuo es de 1046,35 m, con una pendiente media del recorrido de 28,87% (máxima 52,09%).

El tiempo de viaje es de unos 8 minutos a una velocidad media de 2 m/segundo.

La capacidad de transporte es de 300 personas/hora distribuida en las 25 góndolas disponibles (4 mayores por módulo/viaje). De acuerdo a los registros de la empresa, el promedio de visitantes es de 850 personas/día.

El teleférico se sostiene sobre nueve torres mecánicas tubulares con una altura máxima de 32,60 m y mínima de 4,60 m.

El sistema electromecánico es operado por un motor de 100 Kw que hace circular el cable de acero, de 40 mm, que transporta las góndolas. Su control, mantenimiento y reparación (en caso de ser necesaria), es realizado por la firma fabricante con una frecuencia de cuatro años.

En la cumbre del cerro San Bernardo se puede disfrutar de una hermosa vista de la ciudad y de un espacio verde muy bien cuidado. Asimismo, se cuenta con juegos para niños e instalaciones para prácticas deportivas.

## RESEÑA HISTÓRICA Y ACTIVIDADES PRINCIPALES

DURACION DEL VIAJE **8** MINUTOS

DISTANCIA RECORRIDA **1046** METROS

PENDIENTE MEDIA **28.87** PORCIENTO

CAPACIDAD MAXIMA **25** GONDOLAS

VISITANTES POR DIA **983** PERSONAS

SALTA

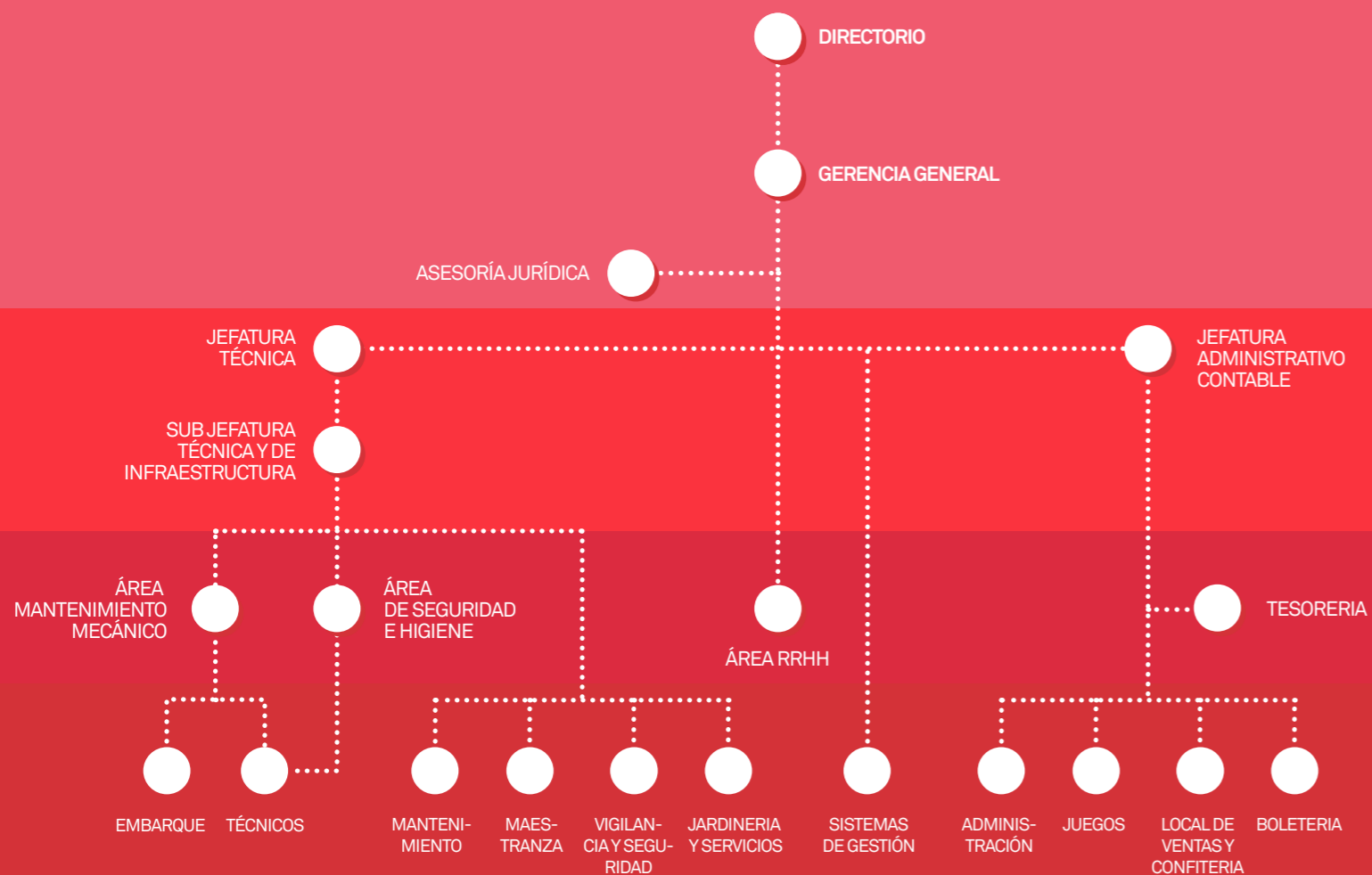


Además, el turista puede encontrarse en la cima del cerro San Bernardo con uno de los principales atractivos del Teleférico: su imponente cascada artificial, la cual se encuentra diseñada con hormigón. El agua de la misma, a través de distintas terrazas artificiales, recorre el paseo entre la belleza del paisaje y la exuberancia de la vegetación del lugar, con un gran respeto por el entorno natural.

Para comodidad de los visitantes, en la cima se puede disfrutar del servicio de confitería, juegos infantiles para la recreación de los niños, sendero ecológico, servicio de fotografía, locales de artesanías, gimnasio, anfiteatro y espacios verdes para esparcimiento; todo esto enmarcado en un ambiente natural con árboles nativos.

## NUESTRA ORGANIZACIÓN

Teleférico San Bernardo cuenta con su sede principal en la ciudad de Salta y a los fines operativos se ha determinado un organigrama funcional que se complementa con la descripción de las principales responsabilidades de sus empleados a través de las fichas de puestos de trabajo.



La dirección y administración de la Sociedad está a cargo de un Directorio, integrado por tres (3) titulares y dos (2) suplentes. Dentro de los titulares de la organización, se encuentra el Presidente del Directorio, el Vicepresidente y un Director titular. Asimismo se cuenta con un síndico titular y uno suplente.

Teleférico San Bernardo se encuentra vinculado al Poder Ejecutivo de la provincia de Salta a través del Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia con quien mantiene estrecha y permanente relación.

El Presidente del Directorio de la Sociedad cumple la función de Gerente dentro del Organismo y, asimismo, coordina el Sistema de Gestión de Calidad y Ambiente.

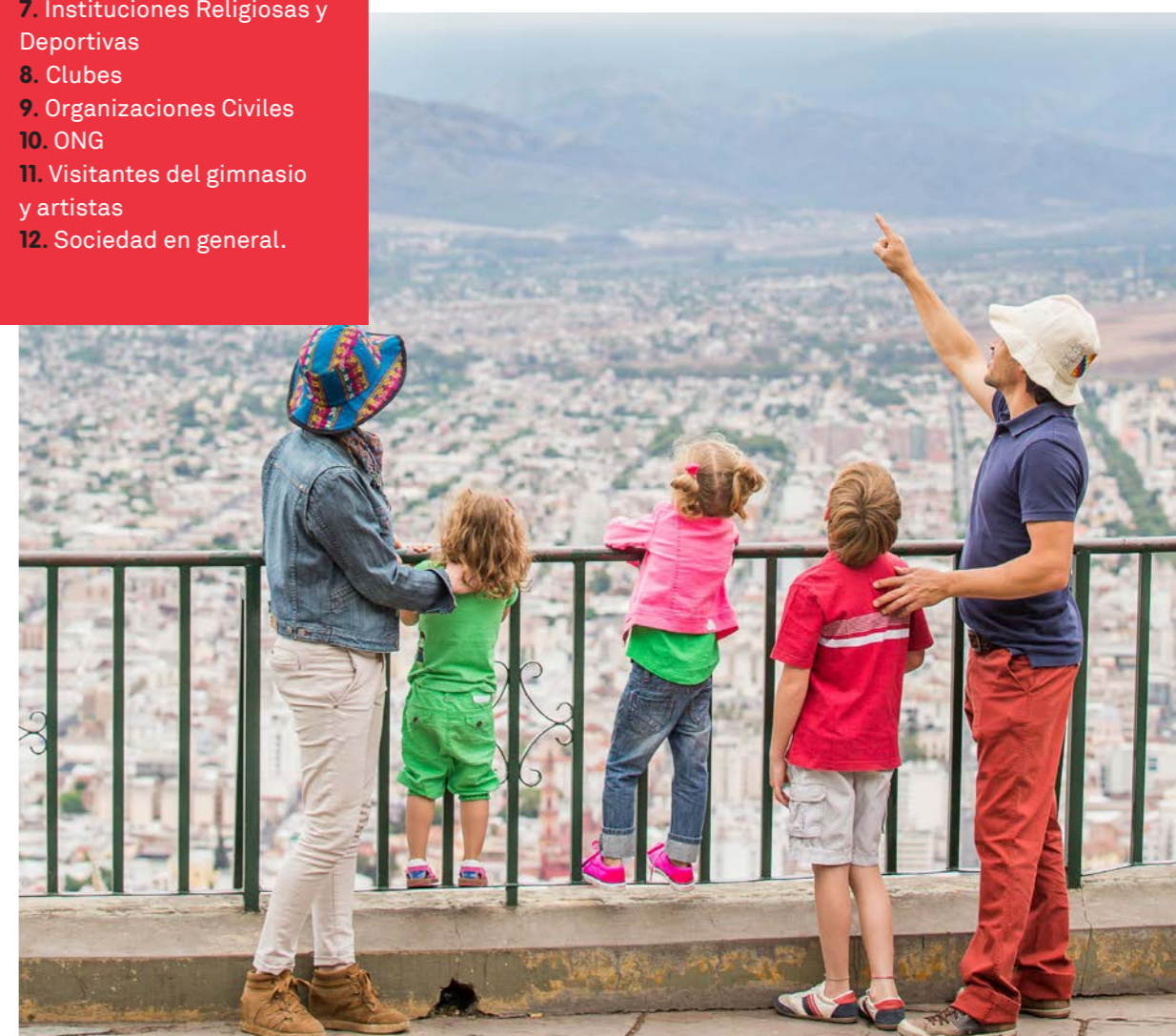
Teleférico San Bernardo presta su servicio a nivel Municipal, Provincial, Nacional y a países limítrofes y demás países que visitan el Complejo.

## GOBIERNO Y DIRECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

## PRINCIPALES USUARIOS DEL SERVICIO

Entre sus principales clientes se encuentran:

1. Turistas del ámbito local, nacional e internacional
2. Escuelas
3. Centros vecinales
4. Comedores
5. Hogares
6. Instituciones Públicas y Privadas
7. Instituciones Religiosas y Deportivas
8. Clubes
9. Organizaciones Civiles
10. ONG
11. Visitantes del gimnasio y artistas
12. Sociedad en general.





## PREMIOS Y DISTINCIONES OBTENIDOS

Se encuentra en proceso de migración del Sistema de Gestión de Calidad y Ambiente de la organización en base a la Norma ISO 9001:2015 y 14001:2015.

## ESTRATEGIA Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

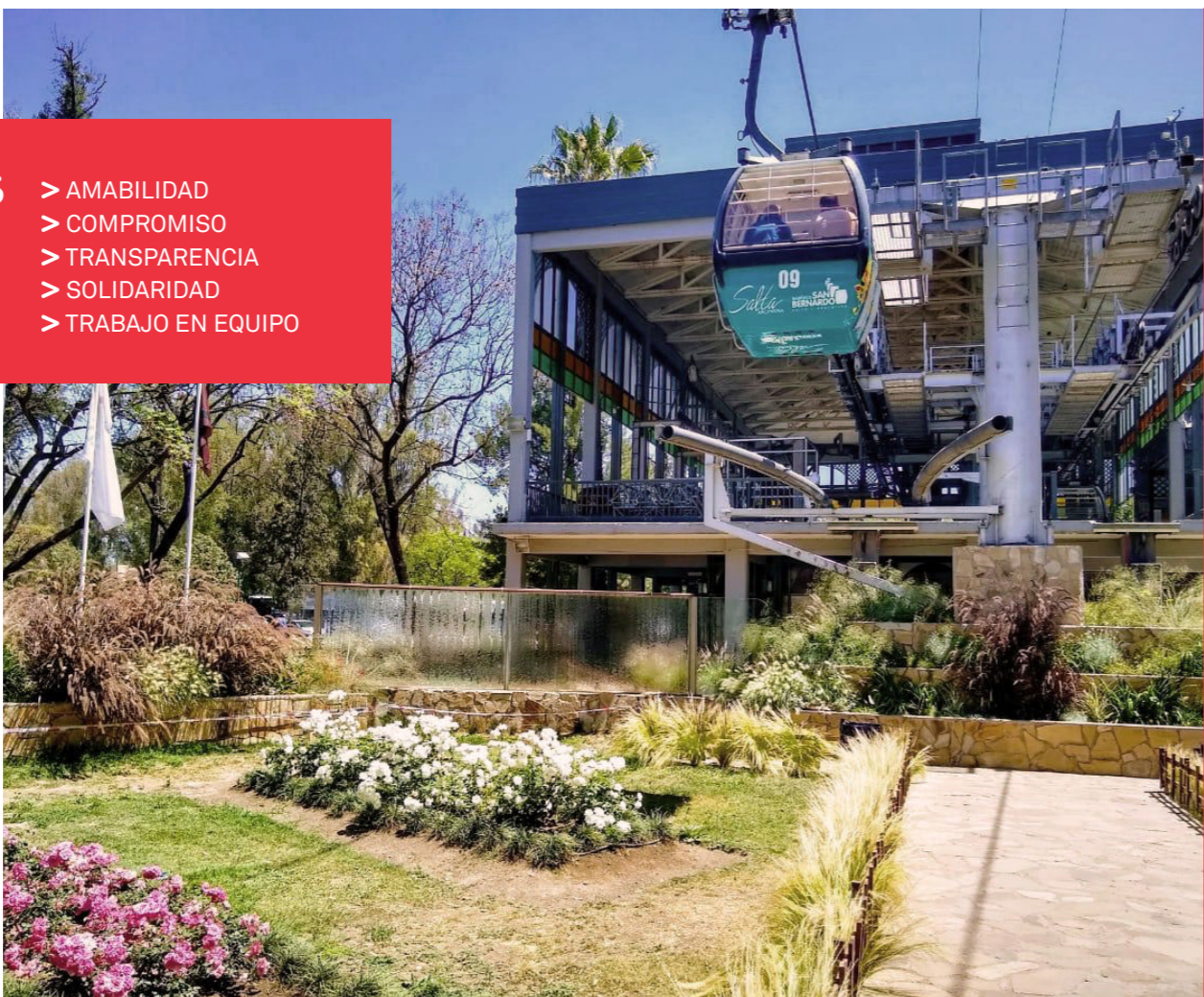
El Complejo Teleférico Salta S.E. (Teleférico San Bernardo) asume el compromiso de desarrollar su actividad, cumpliendo estándares de calidad, buscando equilibrar los aspectos sociales, ambientales y económicos en su gestión empresarial.

## VISIÓN

Brindar un servicio turístico recreativo de carácter alternativo de ascenso y descenso al cerro San Bernardo, incluyendo el desarrollo de servicios turísticos adicionales, capacitando a los empleados, trabajando en equipo, gestionando la calidad del servicio, involucrando a las comunidades vecinas y organizaciones, cuidando la salud, la seguridad y el medio ambiente de manera responsable y sustentable.

## VALORES

- > AMABILIDAD
- > COMPROMISO
- > TRANSPARENCIA
- > SOLIDARIDAD
- > TRABAJO EN EQUIPO



## OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. CAPACITAR AL PERSONAL PARA MEJORAR SU DESEMPEÑO Y COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN.
2. FOMENTAR EL TRABAJO EN EQUIPO.
3. TRABAJAR EN UN AMBIENTE SALUDABLE Y SEGURO PREVINIENDO INCIDENTES Y ACCIDENTES LABORALES.
4. MEJORAR CONTINUAMENTE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.
5. INVOLUCRAR A LAS COMUNIDADES VECINAS EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD.
6. PRESTAR UN SERVICIO TURÍSTICO, RESPETANDO EL MEDIO AMBIENTE Y EL DESARROLLO SUSTENTABLE.
7. VALORIZAR EL ENTORNO A TRAVÉS DE LA RESTAURACIÓN, PRESERVACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA FLORA Y FAUNA AUTÓCTONAS.
8. PROMOVER EL CRECIMIENTO ECONÓMICO A FIN DE GARANTIZAR UN CORRECTO DESEMPEÑO DEL SERVICIO.

## DESAFÍOS Y METAS DE LA ORGANIZACIÓN

1. MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA Y DE INFRAESTRUCTURA.
2. MEJORA EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS DE LA ORGANIZACIÓN.
3. PREVENCIÓN Y SEGURIDAD DEL SERVICIO.
4. UTILIZACIÓN SUSTENTABLE DE LOS RECURSOS NATURALES.
5. MEJORA E INCREMENTO EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES.
6. AMPLIACIÓN, CONSOLIDACIÓN Y MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS ADICIONALES
7. DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA DE LA ORGANIZACIÓN.



**SOBRE  
NUESTRA  
MEMORIA**

## SOBRE NUESTRA MEMORIA

La presente memoria de sostenibilidad socio-ambiental se realiza en cumplimiento del Decreto provincial 517/11 que establece el marco referencial para la elaboración de este tipo de reportes.

Asimismo, se destaca que Teleférico San Bernardo ha realizado su memoria en forma voluntaria, consciente de su responsabilidad social empresaria con el pueblo y el ambiente de Salta.

## CONTENIDO

Para definir el contenido de la memoria se adoptó como modelo la guía del Global Reporting Initiative (GRI) en español.

Asimismo y con el objeto de establecer su contenido, se conformó un grupo de trabajo interno de la organización sobre responsabilidad social con el apoyo de un consultor externo. Este grupo elaboró un listado de los aspectos y asuntos que se debían incluir en esta tercera memoria, teniendo en cuenta los siguientes factores:

### EXTERNOS

- > Marco legal aplicable a la actividad
- > Intereses y preocupaciones de los grupos de interés
- > Desafíos y retos de la organización
- > Inserción de la organización en el contexto turístico de la provincia y de la región
- > Riesgos, impactos y oportunidades que afecten a la sostenibilidad.

### INTERNOS

- > Misión, valores y políticas de la organización
- > Intereses/expectativas de los integrantes de la organización
- > Objetivos estratégicos del Complejo Teleférico Salta S.E.

**La memoria prioriza los aspectos e indicadores relacionados con las siguientes temáticas:**

- > ECONÓMICAS
- > LABORALES
- > AMBIENTALES
- > SOCIALES



Su cobertura corresponde a los ejercicios fiscales 2017 y 2018, siendo la tercera que se elabora y estableciendo un ciclo bianual para la presentación de los sucesivos reportes. En cuanto a su alcance territorial, abarca el desarrollo de las actividades del Teleférico, que se llevan a cabo en el Municipio de Salta, Provincia de Salta, Argentina.

La cobertura y el alcance no tratan todos los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización sino los diez indicadores que han sido elegidos y que figuran desarrollados en el capítulo específico de esta memoria.

El reporte está dirigido a los integrantes de los grupos de interés que ha identificado la organización, a fin de su interacción sobre esta memoria de sostenibilidad a través de su lectura y realización de aportes para su mejora en futuras ediciones.

**Puntualmente, se consideran, en este grupo, a los siguientes integrantes:**

- > Sociedad en general
- > Turistas y usuarios del servicio prestado
- > Empleados, otros trabajadores, y sus sindicatos
- > Proveedores
- > Estado nacional, provincial y municipal

## ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA

## DESTINATARIOS



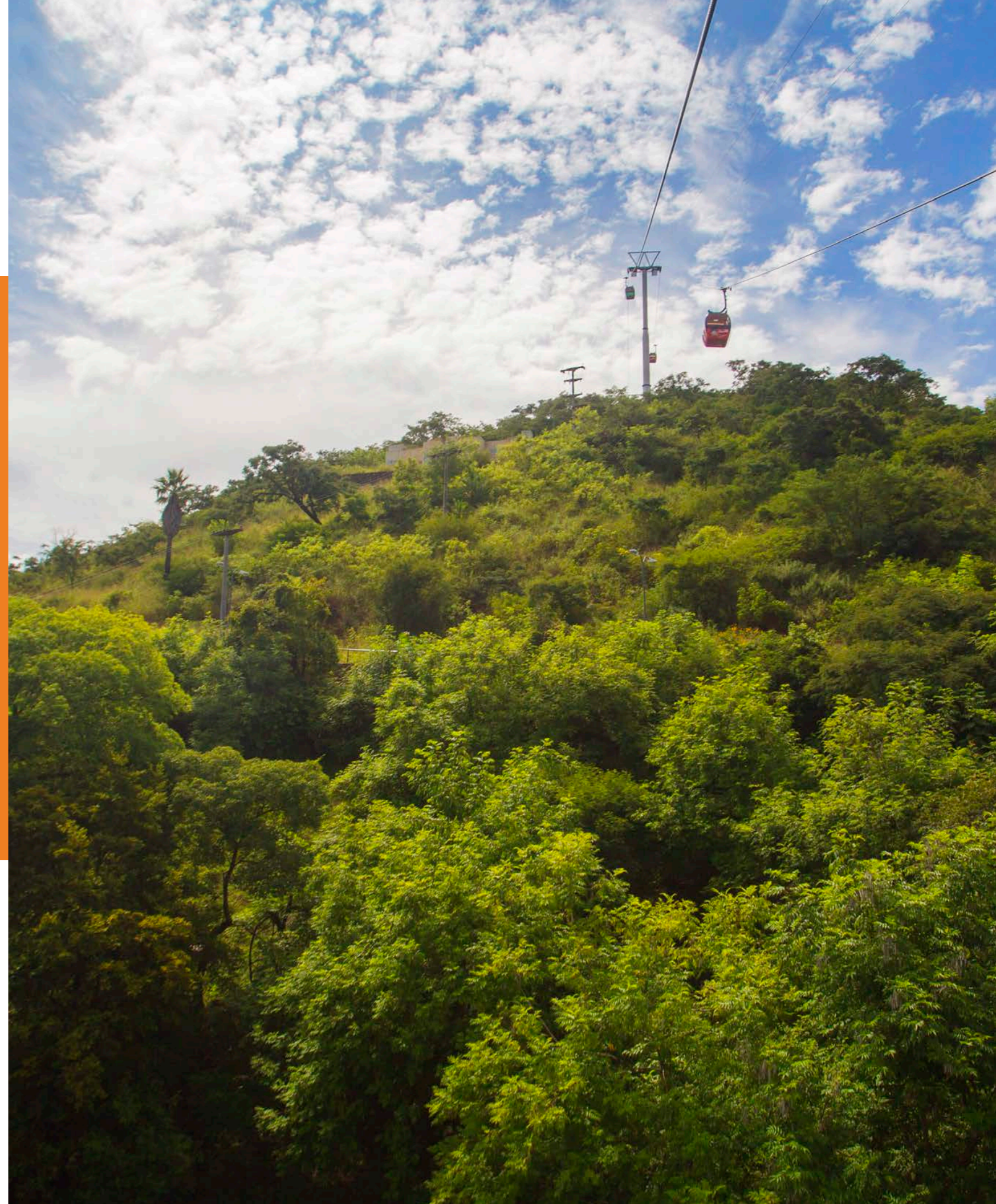
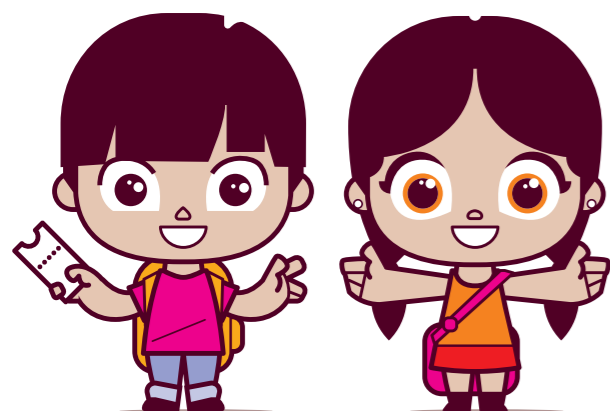
**SOBRE  
NUESTRO  
GRUPO DE INTERES**

## **SOBRE NUESTRA MEMORIA**

### **Participación de los Grupos de Interés**

Teleférico San Bernardo ha determinado, a través de su Directorio, los siguientes grupos de interés y su forma de relación:

| <b>GRUPOS DE INTERÉS</b>                  | <b>FORMA DE COMUNICACIÓN O CONTACTO</b>  |
|---|--|
| SOCIEDAD EN GENERAL                       | Página web, newsletter institucional, Facebook, atención personal o telefónica en las oficinas administrativas.                      |
| TURISTAS Y USUARIOS DEL SERVICIO PRESTADO | Encuestas de satisfacción, libros de quejas, reclamos y sugerencias, atención personal o telefónica en las oficinas administrativas. |
| EMPLEADOS                                 | Reuniones en el marco de lo dispuesto por el Convenio Colectivo de Trabajo.  |
| SINDICATOS                                | Reuniones en el marco de lo dispuesto por el Convenio Colectivo de Trabajo.  |
| PROVEEDORES                               | Evaluaciones del Sistema de Gestión de Calidad.  |
| ESTADO NACIONAL, PROVINCIAL Y MUNICIPAL   | Informes de gestión, reuniones con el Ministerio de Cultura y Turismo, asambleas.  |





**SOBRE  
NUESTRO  
DESEMPEÑO**

## METODOLOGIA

Para mostrar el desempeño de la organización, se han elegido 10 indicadores de la Guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en español.

Se ha optado por desarrollar la memoria de acuerdo al nivel de aplicación C (Guía GRI) con lo cual la elección de los indicadores responde al siguiente esquema:

### Indicadores de Desarrollo:

|  |   |
|--|---|
| A. ECONÓMICO                               | 1 |
| B. AMBIENTAL                               | 3 |
| C. PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO | 5 |
| D. SOCIAL                                  | 1 |

Estos indicadores, en cumplimiento al Decreto 517/11 de la Provincia de Salta han sido elaborados por profesionales con incumbencias en cada materia y auditados por profesionales independientes.



## INDICADOR

El objetivo de este apartado consiste en calcular el valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución de empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y de gobierno.

### Desempeño:

Los datos sobre creación y distribución de valor económico proporcionan indicaciones básicas sobre las formas en que la organización ha creado riqueza para sus grupos de interés. Los datos sobre creación y distribución de valor económico, proporcionan indicaciones básicas sobre las formas en que la organización ha creado riqueza para sus grupos de interés. También ofrece un útil cuadro del valor añadido directo para las economías locales.

### Diferencia en el Balance del 2018 respecto al 2016

#### VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO

|                      | 2018-2017     | 2017-2016     |
|----------------------|---------------|---------------|
| VENTAS NETAS         | 56,19%        | 35,09%        |
| INGRESOS FINANCIEROS | 140,92%       | -5,17%        |
| <b>SUB-TOTAL</b>     | <b>57,18%</b> | <b>34,42%</b> |

#### VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED)

|                                | 2018-2017      | 2017-2016  |
|--------------------------------|----------------|------------|
| COSTOS OPERATIVOS              | 65,89%         | 28%        |
| PAGOS A PROVEEDORES            | 36,53%         | 32%        |
| SALARIOS Y BENEFICIOS SOCIALES | 22,03%         | 223%       |
| PAGO DE IMPUESTOS              | 43,06%         | 33%        |
| INVERSIONES COMUNIDAD          | 1,24%          | 47%        |
| <b>SUB-TOTAL</b>               | <b>212,98%</b> | <b>39%</b> |

#### COMENTARIOS:

**Año 2017:** El resultado positivo del ejercicio se explica principalmente por el aumento de ventas de boletos El pago de impuestos incrementó, por las mayores ventas y mayores movimientos bancarios; los ingresos crecieron en mayor proporción que los costos; las amortizaciones incrementaron por la incorporación al activo de construcciones (en especial la construcción de la confitería del cerro). La disminución de ingresos financieros se debió a los usos de fondos para la construcción de los baños.

**Año 2018:** El resultado positivo del ejercicio se explica principalmente por el aumento de ventas de boletos. El pago de impuestos incrementó por las mayores ventas y mayores movimientos bancarios; los ingresos crecieron en mayor proporción que los costos; el aumento de ingresos financieros se debió al aumento de las tasas. Para efectuar la comparación no se tuvo en cuenta la variación inflacionaria.

**B.**  
**DESEMPEÑO**  
**AMBIENTAL**

**ASPECTO: ENERGÍA**

En relación a esta temática se ha calculado el consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.

**INDICADOR 1**

Energía intermedia adquirida y consumida.

Se refiere a la cantidad de energía intermedia adquirida y consumida procedente de fuentes externas a la organización informante (medida en julios o en múltiplos). Aquí se incluye:

Energía intermedia adquirida y consumida procedente de fuentes no renovables incluyendo:

- > Electricidad.
- > Gasoil.

**Desempeño:**

| DESCRIPCION       | 2016   | 2017   | 2018   |
|-------------------|--------|--------|--------|
| ELÉCTRICA KW/HORA | 1,84   | 1,78   | 1,65   |
| GASOIL LITROS     | 0,0048 | 0,0055 | 0,0052 |

**COMENTARIOS:**

En relación con el indicador comparativo se evidencia una mejora respecto a la **eficiencia energética eléctrica** y un pequeño incremento en el consumo de gasoil.

**INDICADOR 2**

La intensidad determina el consumo energético de una organización en el contexto de una medida específica de la organización. Para calcular la intensidad se dividió el consumo energético total entre las personas transportadas.

**Desempeño:**

| DESCRIPCION       | 2016  | 2017  | 2018  |
|-------------------|-------|-------|-------|
| ELÉCTRICA KW/HORA | 0,54  | 0,56  | 0,61  |
| GASOIL LITROS     | 207,0 | 182,1 | 193,1 |

**COMENTARIOS:**

En relación con el indicador comparativo de **intensidad energética** se evidencia una mejora respecto a la energía eléctrica y un pequeño incremento en el consumo de gasoil.

**ASPECTO: AGUA**

Se refiere al porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.

**INDICADOR 3**

Volumen de agua reutilizada sobre la base de la cantidad de la demanda de agua satisfecha, con agua reutilizada, evitando su captación de otras fuentes:

- > 600 m3 por ciclo, es decir 2280 m3 año

Volumen total de agua reutilizada por la organización, expresada en metros cúbicos por año (m3/año) y también en términos de porcentaje del agua total captada:

- > 2280 m3 año
- > 9,9 % del agua captada en la cima
- > 9,3 % del agua total utilizada por el teleférico (cima y oficinas)

**Desempeño:**

| DESCRIPCION                                 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|------|------|------|
| VOLUMEN DE AGUA REUTILIZADA (M3)            | 2280 | 2280 | 2280 |
| RELACIÓN CON EL AGUA CAPTADA EN LA CIMA     | 9,9% | 9,9% | 9,9% |
| RELACIÓN CON EL TOTAL DE AGUA DE TELÉFERICO | 9,3% | 9,3% | 9,1% |

Se evidencia un volumen constante de agua reutilizada en los diferentes periodos, ya que se realiza una aplicación determinada de productos químicos para mantener un máximo periodo de tiempo el agua de la cascada sin necesidad de recambio.

**COMENTARIOS:** El grado de reutilización de agua sirve tanto como medida de la eficiencia de una empresa como para demostrar el éxito de la organización a la hora de reducir sus captaciones y vertidos totales. Una mayor reutilización se traduce en una reducción de los costes de consumo y vertido de agua. La reducción del consumo de agua es importante desde el punto de vista ambiental ya que se trata de un recurso vital. Para el cálculo de este indicador se tuvo en cuenta el agua reutilizada en la cascada -ubicada en la cima del cerro San Bernardo-, que estaría clasificada según el indicador, como agua reutilizada en el mismo proceso. Se considera agua reutilizada en la cascada al volumen de agua que se evita utilizar por la aplicación de productos químicos.

El agua de la cascada sin aplicación de productos químicos, con el aumento de la contaminación producida por el incremento de personas que ascienden a la cima tiene una vida útil de 30 días (más 5 de limpieza), por lo que debería cambiarse cada ese periodo de tiempo, pero con el mantenimiento se alarga ese período a 50 días (más 5 de limpieza) reduciendo su captación y aprovechando ese volumen.





**ASPECTO: EMPLEO**

**INDICADOR 1**

Se refiere al número, tasa de contrataciones y rotación media de los empleados.

**Desempeño:**

| DESCRIPCION                       | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------------------------|------|------|------|
| CANTIDAD DE EMPLEADOS             | 37   | 43   | 44   |
| TIPOS DE EMPLEO PLANTA PERMANENTE | 37   | 43   | 44   |
| JORNADA DE TRABAJO COMPLETA       | 37   | 43   | 44   |
| NUEVAS CONTRATACIONES             | 2    | 6    | 4    |
| BAJAS DEL PERIODO                 | 0    | 3    | 1    |

COMENTARIOS: Se evidencia un aumento significativo en la cantidad de personal, ya que se incorpora una nueva unidad funcional – confiterías del cerro - en el año 2017. El índice de rotación es 0 por cuanto las bajas del periodo se deben a la obtención del beneficio jubilatorio de un empleado.

**INDICADOR 2**

Consiste en los beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.

**Desempeño:**

Los datos correspondientes a este indicador reflejan el compromiso de los directivos de la sociedad por velar por el bienestar de los empleados, en tal sentido, otorgan beneficios sociales a sus empleados a jornada completa. La calidad de los beneficios sociales es un factor esencial para retener a los empleados.

- > PAGO COMIDA
- > PAGO GUARDERIA
- > SEGURO DE VIDA
- > DÍA DEL TRABAJADOR
- > PAGO AGASAJOS/CUM-  
PLEAÑOS DEL PERSONAL
- > LICENCIA PARA CUIDADO  
DE FAMILIAR ENFERMO
- > FIN DE AÑO
- > DÍA DEL TELEFÉRICO
- > DÍA DE LA MADRE/PADRE

COMENTARIOS: A partir del año 2016, se considera la licencia por cuidado de familiar enfermo, que si bien no se encuentra contemplada en el convenio colectivo, es otorgada al personal que lo solicite. Los beneficios se encuentran a disponibilidad de todo el personal en función de la demanda.

**ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO**

**INDICADOR 3**

Se refiere a las tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región y por sexo.

**Desempeño:**

Los datos sobre seguridad y salud son una medida clave del compromiso de una organización con su deber de prevención de accidentes laborales. Unos índices de accidentes y absentismo bajos, van unidos, en general, a tendencias positivas en la productividad y estado de ánimo de los trabajadores. Este indicador pondrá de manifiesto si las prácticas de gestión de seguridad y salud se traducen en un menor número de incidentes de seguridad y salud en el trabajo.

| DESCRIPCION                       | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------------------------|------|------|------|
| ÍNDICE DE ACCIDENTES CON LESIONES | 0    | 2    | 1    |
| ENFERMEDADES PROFESIONALES        | 0    | 0    | 1    |
| DÍAS PERDIDOS                     | 0    | 9    | 144  |
| ABSENTISMO                        | 0    | 9    | 144  |
| VÍCTIMAS MORTALES                 | 0    | 0    | 0    |

COMENTARIOS: En el año 2017 se produjo un accidente con dos empleados, siendo sus lesiones temporales, mientras que en el año 2018 un solo empleado se accidentó y se produjo una enfermedad laboral. El sistema de reglamentación que se aplica para el registro y la comunicación de accidentes a la ART es mediante correo electrónico.

**INDICADOR 4**

Este indicador permite observar si los acuerdos con sindicatos cubren asuntos relacionados con la salud y la seguridad.

El encuadre legal de la empresa se rige por convenio colectivo de empresa (Convenio Colectivo de trabajo del Complejo Teleférico Salta), en el cual no se encuentran especificados los temas de salud y seguridad. No obstante, estos temas son cubiertos por la ley de riesgos de trabajo N° 24.557/95, la que prevé la contratación de los servicios de un especialista en la temática de higiene y seguridad laboral.

El servicio contempla visitas periódicas a cada puesto de trabajo, a fin de capacitar y que cada trabajador realice su actividad en las mejores condiciones cuidando su integridad psico-física. Las capacitaciones brindadas por el sector cumplen con las normativas vigentes en materia de higiene y seguridad.

## ASPECTO: CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN

### INDICADOR 5

Tiene por objetivo calcular el promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.

#### Desempeño:

| CONCEPTO                          | 2016 | 2017  | 2018 |
|-----------------------------------|------|-------|------|
| HORAS DE FORMACION/AÑO            | 326  | 640   | 366  |
| PROMEDIO HS CAPACITACION/EMPLEADO | 8,81 | 14,88 | 8,32 |

| HORAS PERSONAL | 2016 | %      | 2017 | %      | 2018 | %      |
|----------------|------|--------|------|--------|------|--------|
| MASCULINO      | 172  | 52,76% | 488  | 76,25% | 172  | 46,99% |
| FEMENINO       | 156  | 47,85% | 152  | 23,75% | 194  | 53,01% |

| HORAS POR CATEGORIA      | 2016 | %      | 2017 | %      | 2018 | %      |
|--------------------------|------|--------|------|--------|------|--------|
| ADMINISTRACION           | 74   | 22,70% | 64   | 10,00% | 30   | 8,20%  |
| BOLETERIA                | 44   | 13,50% | 40   | 6,25%  | 54   | 14,75% |
| LOCAL DE VENTAS          | 26   | 7,98%  | 48   | 7,50%  | 138  | 37,70% |
| EMBARQUE                 | 44   | 13,50% | 80   | 12,50% | 34   | 9,29%  |
| JARDINERIA               | 8    | 2,45%  | 18   | 2,81%  | 36   | 9,84%  |
| JUEGOS                   | 26   | 7,98%  | 24   | 3,75%  | 20   | 5,46%  |
| LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO | 24   | 7,36%  | 44   | 6,88%  | 20   | 5,46%  |
| RRHH                     | 34   | 10,43% | 8    | 1,25%  | 6    | 1,64%  |
| SERENOS                  | 8    | 2,45%  | 14   | 2,19%  | 6    | 1,64%  |
| TECNICOS                 | 38   | 11,66% | 300  | 46,88% | 22   | 6,01%  |
| TOTAL                    | 326  | 100%   | 640  | 100%   | 366  | 100%   |

COMENTARIOS: Luego de los indicadores calculados se puede observar que en el año 2016 se capacitó un promedio de 8 hs. por empleado, siendo significativo el aumento durante el año 2017 con un promedio de 14 hs. Asimismo, cabe aclarar que este aumento se produce principalmente en el personal masculino ya que se priorizó la capacitación en prácticas de evacuación, siendo esto fundamental para la correcta actuación de nuestro personal técnico en situaciones críticas. En el año 2018 se concentraron las temáticas, buscando mayor especificidad en las mismas. Las horas de capacitación promedio se reducen a 8 hs. por empleado.

Respecto de la temática de las capacitaciones, la empresa cumple con el dictado de cursos exigidos por las normas de higiene y seguridad vigentes, propuestos por profesionales de higiene y seguridad, primeros auxilios, gestión ambiental, uso de desfibrilador. Otras temáticas son a solicitud de los empleados y las que desde el Sector RRHH se plantean como necesarias para mejorar el clima laboral y la atención al cliente, haciendo hincapié en trabajo en equipo, comunicación efectiva, PNL, Atención al cliente interno y externo, entre otras de las temáticas elegidas.



**D.**  
**DESEMPEÑO SOCIAL**

**ASPECTO: COMUNIDADES LOCALES**

**INDICADOR**

Consiste en el porcentaje de operaciones o centros donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.

**Desempeño:**  
**01 N° de Operaciones**

**Usuarios con Beneficios Totales y Seguro**

|                                    | 2018          | 2017          |
|------------------------------------|---------------|---------------|
| <b>SEGURO Y SIN CARGO</b>          | <b>11.402</b> | <b>11.373</b> |
| ARTESANOS                          | 2.920         | 2.920         |
| USUARIOS                           | 3.745         | 3.270         |
| REYES                              | 724           | 1.086         |
| BIENVENIDA A LAS CLASES            | 348           | 127           |
| DÍA DEL NIÑO                       | 973           | 1.346         |
| COLABORACIÓN PARA EVENTOS SOCIALES | 413           | 806           |
| TURISMO                            | 1.550         | 1.494         |
| PRENSA                             | 187           | 23            |
| INVITACIONES ESPECIALES            | 542           | 301           |
| <b>PROGRAMAS SOCIALES INTERNOS</b> | <b>19.096</b> | <b>14.029</b> |
| ARTESANOS                          | 15.086        | 10.710        |
| USUARIOS                           | 507           | 344           |
| REYES                              | 798           | 644           |
| BIENVENIDA A LAS CLASES            | 874           | 570           |
| DÍA DEL NIÑO                       | 1.831         | 1.761         |

|                                    | 2018          | 2017          |
|------------------------------------|---------------|---------------|
| <b>PROGRAMAS SOCIALES EXTERNOS</b> | <b>3.627</b>  | <b>5.934</b>  |
| ESC. ABIERTAS                      | 1.458         | 2.356         |
| IMAG. DEL BICENTENARIO             | 27            | 85            |
| PASEOS CULTURALES                  | 1.989         | 2.390         |
| VER MEJOR                          | 35            | 70            |
| PEQUEÑOS ANFITRIONES               |               | 193           |
| SALÍ DE GIRA QUEDATE EN CASA       |               | 339           |
| CONOCIENDO MI CIUDAD               |               | 510           |
| AVISTAJE DE AVES                   | 87            |               |
| SIRIA                              | 31            |               |
| <b>TOTAL BENEFICIARIOS</b>         | <b>34.125</b> | <b>31.345</b> |

**Usuarios con Beneficios Totales y Seguro**

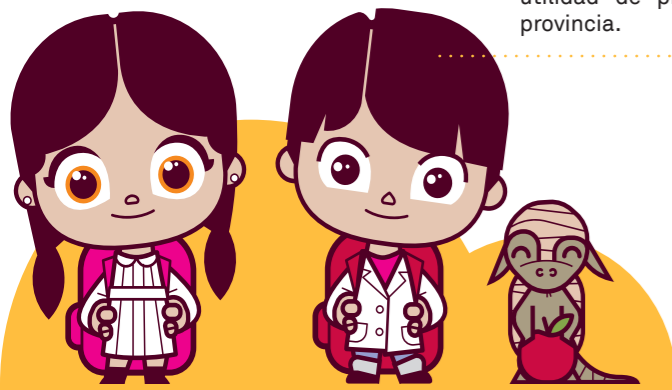
|                            | 2018          | 2017          |
|----------------------------|---------------|---------------|
| <b>TARIFAS ESPECIALES</b>  |               |               |
| SIN CARGO Y SEGURO         | 34.125        | 31.345        |
| ESTUDIANTES                | 6.281         | 6.219         |
| JUVENILES                  | 3.713         | 3.199         |
| CONGRESOS Y EVENTOS        | 915           | 426           |
| CONVENIO                   | 2.327         | 2.089         |
| IPS                        | 216           | 196           |
| PROMO SALTA                | 54            | 796           |
| <b>TOTAL BENEFICIARIOS</b> | <b>47.631</b> | <b>44.270</b> |

## 02 Programas de Desarrollo, Evaluaciones de Impacto y Participación en las Comunidades Locales, aplicados en toda la Organización:

### Programas Socio-Comunitarios Directos y/o Propios

#### FORTALECIMIENTO COMUNITARIO-PROGRAMAS SOCIALES INTERNOS

|   | 2018  | 2017  |
|---|---|---|
| <b>01 REYES MAGOS</b>                                 | Se organiza un programa de actividades infantiles. En el ingreso, se hace entrega a cada niño de una bolsa de golosinas. En el cerro se realizan actividades de entretenimiento con payasos, se regalan juguetes y se realizan sorteos de bicicletas. Los niños hacen uso del servicio con la tarifa sin cargo y los adultos que acompañan abonan una tarifa descuento. | <b>REYES MAGOS</b><br>Se organiza un programa de actividades infantiles. En el ingreso, se hace entrega a cada niño de una bolsa de golosinas. En el cerro se realizan actividades de entretenimiento con payasos, se regalan juguetes y se realizan sorteos de bicicletas. Los niños hacen uso del servicio con la tarifa sin cargo y los adultos que acompañan abonan una tarifa descuento.               |
| <b>02 TELEFÉRICO LE DA LA BIENVENIDA A LAS CLASES</b> | Se organiza un programa de actividades, se entrega a cada niño una bolsa de golosinas, en el cerro se realizan actividades de entretenimiento con payasos, se regalan útiles escolares y se realizan sorteos de mochilas completas. Los niños hacen uso del servicio con la tarifa sin cargo y los adultos que acompañan abonan una tarifa descuento.                   | <b>TELEFÉRICO LE DA LA BIENVENIDA A LAS CLASES</b><br>Se organiza un programa de actividades, se entrega a cada niño una bolsa de golosinas, en el cerro se realizan actividades de entretenimiento con payasos, se regalan útiles escolares y se realizan sorteos de mochilas completas. Los niños hacen uso del servicio con la tarifa sin cargo y los adultos que acompañan abonan una tarifa descuento. |
| <b>03 DÍA DEL NIÑO</b>                                | Se organiza un programa de actividades infantiles. En el ingreso se hace entrega a cada niño de una bolsa de golosinas, en el cerro se realizan actividades de entretenimiento con payasos, se regalan juguetes y se realizan sorteos de bicicletas. Los niños hacen uso del servicio con la tarifa sin cargo y los adultos que acompañan abonan una tarifa descuento.  | <b>DÍA DEL NIÑO</b><br>Se organiza un programa de actividades infantiles. En el ingreso se hace entrega a cada niño de una bolsa de golosinas, en el cerro se realizan actividades de entretenimiento con payasos, se regalan juguetes y se realizan sorteos de bicicletas. Los niños hacen uso del servicio con la tarifa sin cargo y los adultos que acompañan abonan una tarifa descuento.               |
| <b>04 COLABORACIÓN PARA EVENTOS SOCIALES</b>          | Se organizan traslados gratuitos, se entrega una bolsa de golosinas, en el cerro se implementa un programa de diversiones con payasos, magos y premios. El descuento es total para los niños, el acompañante paga la tarifa normal.   | <b>COLABORACIÓN PARA EVENTOS SOCIALES</b><br>Se organizan traslados gratuitos, se entrega una bolsa de golosinas, en el cerro se implementa un programa de diversiones con payasos, magos y premios. El descuento es total para los niños, el acompañante paga la tarifa normal.  |
| <b>05 TURISMO</b>                                     | Se entregan pases sin cargo para los visitantes que recibe la provincia. Los mismos tienen la utilidad de promocionar los atractivos de la provincia.   | <b>TURISMO</b><br>Se entregan pases sin cargo para los visitantes que recibe la provincia. Los mismos tienen la utilidad de promocionar los atractivos de la provincia.   |



|                                   | 2018   | 2017   |
|-----------------------------------|--|--|
| <b>06 PRENSA</b>                  | Se entregan pases sin cargo a miembros de la prensa que promocionan los atractivos de la provincia.  | <b>PRENSA</b><br>Se entregan pases sin cargo a miembros de la prensa que promocionan los atractivos de la provincia.   |
| <b>07 INVITACIONES ESPECIALES</b> | Visitantes.  | <b>INVITACIONES ESPECIALES</b><br>Visitantes.  |
| <b>08 FUNDACIONES</b>             | Se coordina directamente con instituciones y organizaciones sin fines de lucro, que persiguen una finalidad social, trabajando para el progreso, desarrollo y bien común de la sociedad. (Centros Terapéuticos, HOPE, ADANNA, HIRPACE, OPJ, etc.). | <b>FUNDACIONES</b><br>Se coordina directamente con instituciones y organizaciones sin fines de lucro, que persiguen una finalidad social, trabajando para el progreso, desarrollo y bien común de la sociedad. (Centros Terapéuticos, HOPE, ADANNA, HIRPACE, OPJ, etc.). |
| <b>09 JARDINCITO</b>              | Se otorgan descuentos especiales totales a los alumnos, y los acompañantes pagan el seguro.  | <b>JARDINCITO</b><br>Se otorgan descuentos especiales totales a los alumnos, y los acompañantes pagan el seguro.   |
| <b>10 POLICIA INFANTIL</b>        | Coordinación con las instituciones públicas (municipalidad, educativas, etc.) y privadas (clubes, etc.) de capital e interior de la provincia. Se otorga el beneficio del pago únicamente del seguro.  | <b>POLICIA INFANTIL</b><br>Coordinación con las instituciones públicas (municipalidad, educativas, etc.) y privadas (clubes, etc.) de capital e interior de la provincia; Se otorga el beneficio del pago únicamente del seguro.   |
| <b>11 BARRIALES</b>               | Coordinación con las instituciones de los barrios de capital e interior de la provincia. Se otorga el beneficio de tarifas especiales.   | <b>BARRIALES</b><br>Coordinación con las instituciones de los barrios de capital e interior de la provincia. Se otorga el beneficio de tarifas especiales.   |
| <b>12 CONVENIOS ESPECIALES</b>    | Se otorgan descuentos a los afiliados a los distintos convenios (Colegio de Abogados, Concejo de Ciencias Económicas, Copaipa, ADP, CTERA).  | <b>CONVENIOS ESPECIALES</b><br>Se otorgan descuentos a los afiliados a los distintos convenios (Colegio de Abogados, Concejo de Ciencias Económicas, Copaipa, ADP, CTERA).   |
| <b>13 ESTUDIANTILES</b>           | (Primarios y Secundarios): Coordina directamente con las diferentes instituciones educativas de nivel primario y secundario (públicas y privadas). Provincial, Nacional, e Internacional.  | <b>ESTUDIANTILES</b><br>(Primarios y Secundarios): Coordina directamente con las diferentes instituciones educativas de nivel primario y secundario (públicas y privadas). Provincial, Nacional, e Internacional.  |
| <b>14 CONGRESOS Y EVENTOS</b>     | Se otorgan descuentos a los participantes de los distintos congresos autorizados.  | <b>CONGRESOS Y EVENTOS</b><br>Se otorgan descuentos a los participantes de los distintos congresos autorizados.  |
| <b>15 IPS</b>                     | Se otorgan descuentos a los afiliados al Instituto Provincial de Salud de Salta.   | <b>IPS</b><br>Se otorgan descuentos a los afiliados al Instituto Provincial de Salud de Salta.   |
| <b>16 PROMO SALTA</b>             | Promociones para residentes salteños.  | <b>PROMO SALTA</b><br>Promociones para residentes salteños.  |
| <b>17 LOCALES DE ARTESANOS</b>    | se cuenta con 12 locales ocupados destinados para exposición de artesanías, cuyos locatarios son de buen trato y cordial hacia la comunidad interna y externa.   | <b>LOCALES DE ARTESANOS</b><br>se cuenta con 12 locales ocupados destinados para exposición de artesanías, cuyos locatarios son de buen trato y cordial hacia la comunidad interna y externa.  |

## Programas Socio-Comunitarios Indirectos y/o Coordinados

### FORTALECIMIENTO COMUNITARIO-PROGRAMAS SOCIALES EXTERNOS

|    | 2018   | 2017   |
|----|--|--|
| 01 | IMAG: DEL BICENTENARIO<br>Niños y jóvenes estudiantes.       | IMAG: DEL BICENTENARIO<br>Niños y jóvenes estudiantes.       |
| 02 | CONOCIENDO MI CIUDAD<br>Niños y jóvenes estudiantes.         | CONOCIENDO MI CIUDAD<br>Niños y jóvenes estudiantes.         |
| 03 | PEQUEÑOS ANFITRIONES<br>Niños y jóvenes estudiantes.         | PEQUEÑOS ANFITRIONES<br>Niños y jóvenes estudiantes.         |
| 04 | SALÍ DE GIRA QUEDATE EN CASA<br>Niños y jóvenes estudiantes. | SALÍ DE GIRA QUEDATE EN CASA<br>Niños y jóvenes estudiantes. |
| 05 | PASEOS CULTURALES<br>Niños y jóvenes estudiantes.            | PASEOS CULTURALES<br>Niños y jóvenes estudiantes.            |
| 06 | VER MEJOR<br>Niños y jóvenes estudiantes.                    | VER MEJOR<br>Niños y jóvenes estudiantes.                    |
| 07 | CAI<br>Niños y jóvenes estudiantes.                          | CAI<br>Niños y jóvenes estudiantes.                          |
| 08 | ESC ABIERTAS<br>Niños y jóvenes estudiantes.                 | ESC ABIERTAS<br>Niños y jóvenes estudiantes.                 |
| 09 | AVISTAJE DE AVES<br>Niños y jóvenes estudiantes.             |  |
| 10 | SIRIA<br>Niños y jóvenes estudiantes.                        |  |

**03 Porcentaje de operaciones y/o centros donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impacto, y participación en las comunidades locales, incluido:**

### Análisis cuanti-cualitativo de Programas Socio-Comunitarios Directos y/o Coordinados:

Teleférico San Bernardo ha incorporado programas socio-comunitarios como: Barriales, Fundaciones, Convenio y colaboración para eventos sociales. Esto surgió para poder beneficiar a distintos usuarios y colaborar, asimismo, con diversas instituciones. De esta manera el incremento de beneficiados fue de un 14,81 %. Como se muestra en el siguiente cuadro:

| PROGRAMAS                    | BENEFICIARIOS                      | 2018      |               | 2017      |               |
|------------------------------|------------------------------------|-----------|---------------|-----------|---------------|
|                              |                                    | SIN CARGO | PARCIAL       | SIN CARGO | PARCIAL       |
| 01                           | REYES MAGOS                        |           | 724           |           | 1.086         |
| 02                           | BIENVENIDA A LAS CLASES            |           | 348           |           | 127           |
| 03                           | DÍA DEL NIÑO                       |           | 973           |           | 1.346         |
| 04                           | COLABORACIÓN PARA EVENTOS SOCIALES |           | 413           |           | 806           |
| 05                           | TURISMO                            |           | 1.550         |           | 1.494         |
| 06                           | PRENSA                             |           | 187           |           | 23            |
| 07                           | INVITACIONES ESPECIALES            |           | 542           |           | 301           |
| 08                           | PROGRAMAS SOCIALES INTERNOS        |           |               |           |               |
|                              | ESTUDIANTILES                      |           | 15.086        | 9.994     | 10.330        |
|                              | JARDINES                           |           | 507           |           | 334           |
|                              | FUNDACIONES                        |           | 798           |           | 644           |
|                              | POLICIA INFANTIL                   |           | 874           |           | 570           |
|                              | BARRIALES                          |           | 1.831         |           | 1.761         |
|                              | OTROS / USUARIOS                   |           | 3.745         |           | 3.650         |
|                              | CONGRESOS Y EVENTOS                |           |               | 915       | 426           |
|                              | CONVENIO                           |           |               | 2.327     | 3.650         |
|                              | IPS                                |           |               | 216       | 196           |
|                              | PROMO SALTA                        |           |               | 54        | 796           |
| 09                           | ARTESANOS                          |           | 2.920         |           | 2.920         |
| <b>SUB-TOTAL DE USUARIOS</b> |                                    |           | 30.498        | 13.506    | 25.402        |
| <b>TOTAL DE USUARIOS</b>     |                                    |           | <b>44.004</b> |           | <b>38.327</b> |

## Análisis cuanti-cualitativo de Programas Socio-Comunitarios Indirectos y/o Coordinados

Si bien en este ítem se modificaron los programas socio-comunitarios, debido al abanico de programas, en la gestión 2018, la cantidad de usuarios beneficiada representa una diferencia del 6,38 %, en relación a la Gestión 2017. Como se muestra en el siguiente cuadro:

| PROGRAMAS                             | BENEFICIARIOS                | 2018         |         | 2017         |         |
|---------------------------------------|------------------------------|--------------|---------|--------------|---------|
|                                       |                              | SIN CARGO    | PARCIAL | SIN CARGO    | PARCIAL |
| <b>10 PROGRAMAS SOCIALES EXTERNOS</b> |                              |              |         |              |         |
| IMAG. DEL BICENTENARIO                | Niños y jóvenes estudiantes. | 27           |         | 85           |         |
| CONOCIENDO MI CIUDAD                  | Niños y jóvenes estudiantes. |              |         | 510          |         |
| PEQUEÑOS ANFITRIONES                  | Niños y jóvenes estudiantes. |              |         | 193          |         |
| SALÍ DE GIRA QUÉDATE EN CASA          | Niños y jóvenes estudiantes. |              |         | 339          |         |
| PASEOS CULTURALES                     | Niños y jóvenes estudiantes. | 1.989        |         | 2.390        |         |
| VER MEJOR                             | Niños y jóvenes estudiantes. | 35           |         | 70           |         |
| CAI                                   | Niños y jóvenes estudiantes. |              |         | 389          |         |
| ESC. ABIERTAS                         | Niños y jóvenes estudiantes. | 1.458        |         | 1.967        |         |
| AVISTAJE DE AVES                      | Adultos.                     | 87           |         |              |         |
| SIRIA                                 | Niños y adultos.             | 31           |         |              |         |
| <b>TOTAL DE USUARIOS</b>              |                              | <b>3.627</b> |         | <b>5.943</b> |         |

COMENTARIOS: Es importante destacar que Teleférico San Bernardo colabora con escuelas, hospitales, comedores, escuelitas de fútbol, instituciones barriales, no solo con los pases para el paseo en teleférico, sino también, con donaciones de juguetes, globos, alquiler de juegos infantiles, materiales de construcción, etc.

Cuando se reciben visitas de niños de bajos recursos, o que no pueden afrontar el gasto de una colación, los niños son invitados por la empresa con un refrigerio.

Buscando fortalecer los lazos con la comunidad, Teleférico San Bernardo desarrolló un programa de ploteo de góndolas, donde cada una de ellas simboliza un Departamento de la Provincia, logrando de esta manera que, cada uno de los 23 departamentos se encuentren representados.





INDICADORES  
DE DESEMPEÑO  
GRI

## INDICADORES DE DESEMPEÑO GRI

En relación con el nivel de aplicación de la Guía GRI para este reporte, Teleférico San Bernardo obtiene un nivel de aplicación C, reportando 10 indicadores de diferentes aspectos, los cuales se listan a continuación:

| INDICADOR GRI NÚMERO | DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR   | PÁGINA |
|----------------------|---|--------|
| EC1                  | Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y de gobierno. | 29     |
| EN3                  | Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.  | 30     |
| EN5                  | Intensidad energética.  | 30     |
| EN10                 | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.   | 31     |
| LA1                  | Número, tasa de contrataciones y rotación media de los empleados.   | 32     |
| LA2                  | Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.   | 32     |
| LA6                  | Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.   | 33     |
| LA8                  | Asuntos relacionados con la salud y la seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.   | 33     |
| LA9                  | Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.  | 34     |
| S01                  | Porcentaje de operaciones o centros donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad.  | 36     |







# CRÉDITOS

## COORDINACIÓN

Mag. Abogado Diego Méndez Macías

## ÁREA ENERGÍA

Ing. Alberto Elbirt  
Ing. Luis Langone

## ÁREA AMBIENTAL

Ing. Emilce Arias  
Ing. Luis Langone

## ÁREA SOCIAL

Lic. Gaby Mercedes Toro  
Claudia Sanguedolce

## ÁREA ECONÓMICA Y RECURSOS HUMANOS

CPN Fernando Faraldo  
Lic. Carolina Macaferri

## COMPAGINACIÓN Y REDACCIÓN

Dr. Martín Miranda  
Dra. Lourdes Samsón  
Mag. Abogado Diego Méndez Macías

## REVISIÓN

CPN Mirtha Cecilia Cancinos Díaz  
Dr. Martín Miranda

## AUDITORÍA EXTERNA

CPN María Eugenia Escotorín

## DISEÑO GRÁFICO

Gimena Moya Tonelli



Salta ARGENTINA  
Teletransporte Chicana 06  
SAN BERNARDO

*Salta*  
ARGENTINA  
*Tan linda que enamora.*

TELEFERICO SAN BERNARDO  
Avenida San Martin esq. Irigoyen  
Salta, Argentina  
+54 387 4310641  
[www.telefericosanbernardo.com](http://www.telefericosanbernardo.com)

