

---

# INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2011

---

# ÍNDICE

1. Carta del Presidente.....	5
2. Presentación del informe .....	9
3. Una visión global de Áreas en España.....	15
3.1 Principales acontecimientos.....	16
3.2 Cifras clave .....	18
4. Estrategia y gestión .....	21
4.1 La actividad de Áreas España.....	22
Las marcas .....	23
Pertenencia a asociaciones y organismos sectoriales y del entorno.....	24
Premios y distinciones.....	26
4.2 La responsabilidad social corporativa en Áreas.....	27
Gobierno corporativo y relación con accionistas .....	28
Derechos humanos y corrupción.....	30
4.3 Misión, visión y valores .....	31
4.4 Relación con los grupos de interés.....	33
5. Producto y servicio .....	35
5.1 Sistema de gestión de la calidad .....	36
5.2 Personas usuarias .....	42
Responsabilidad de producto y servicio .....	42
La relación con el cliente .....	49
5.3 Concedentes y franquiciadores .....	51
5.4 Innovación .....	52
6. Colaboradores.....	55
6.1 Gestión del equipo humano .....	56
6.2 Perfil de la plantilla .....	57
6.3 Canales de diálogo y participación .....	59
6.4 Igualdad de oportunidades .....	60
6.5 Conciliación de trabajo-familia-ocio y beneficios sociales.....	62

6.6 Formación y mejora continua .....	63
6.7 Prevención de riesgos laborales.....	66
7. Medio Ambiente.....	69
7.1 Gestión medioambiental en Áreas.....	70
Marco de gestión.....	70
Sensibilización ambiental.....	72
7.2 Consumos .....	75
Energía.....	75
Agua.....	77
Materiales .....	77
7.3 Emisiones y residuos .....	78
Emisiones.....	78
Aguas residuales .....	79
Residuos.....	80
8. Proveedores.....	83
8.1 Relación con los proveedores .....	84
8.2 Extensión del compromiso .....	85
9. Comunidad .....	91
9.1 Acción social y patrocinios .....	92
9.2 Participación en asociaciones .....	94
10. Índice de contenidos e indicadores del Global Reporting Initiative .....	97
11. Informe de revisión de GRI .....	111

1

# CARTA DEL PRESIDENTE





# 1 CARTA DEL PRESIDENTE



Me complace presentar el informe de responsabilidad social corporativa de ÁREAS España correspondiente al ejercicio 2010-11, elaborado por primera vez según los criterios y requisitos establecidos por la organización Global Reporting Initiative (GRI), estándar internacional en la elaboración de memorias que incluyen información económica, social y ambiental.

Este año hemos adoptado el estándar de GRI con el objetivo de sistematizar de acuerdo con criterios internacionales la información corporativa sobre responsabilidad social, permitiendo así a nuestros grupos de interés identificar la información relevante y comparar nuestra actividad con otras organizaciones. La adopción de este estándar ha supuesto la implementación de un nuevo proceso de elaboración del informe, que ha incluido una consulta específica a nuestros grupos de interés, y la recogida de información cualitativa y cuantitativa con un elevado grado de exhaustividad. Por esta razón, el alcance del informe de este año es España, y está previsto ir ampliando el mismo año tras año mediante la incorporación de nuevos países.

Cabe destacar la renovación durante el periodo 2010-2011 del compromiso del Pacto Mundial de Naciones Unidas, del que ÁREAS es socio fundador en España, junto con la adhesión como organización firmante del “Manifiesto por la Corresponsabilidad: Hacia una Responsabilidad Social Compartida”. El documento, promovido por la Fundación Corresponsables, tiene como objetivo la divulgación de la “Corresponsabilidad” en el conjunto de la sociedad y de las organizaciones.

El presente documento complementa la información publicada en el informe anual sobre el desempeño social y ambiental de ÁREAS en España. En este sentido, somos conscientes del impacto de los productos y servicios que distribuimos, para lo que disponemos de distintas herramientas que permiten garantizar la seguridad de los productos y maximizar la calidad de los mismos y del servicio que ofrecemos. En la medida de nuestras posibilidades, hemos incorporado periódicamente criterios sociales y medioambientales en la innovación de producto y servicio, entre los que destacan el apoyo a la estrategia NAOS de nutrición responsable, la inclusión de consumibles biodegradables y la colaboración estrecha con las empresas proveedoras,

que nos permite entre otros, promocionar la compra local sin renunciar a maximizar la competitividad de nuestros productos. La eficiencia en el consumo de recursos se convierte en un factor clave para generar ventajas competitivas en el futuro a corto y medio plazo, para lo que integramos la eficiencia energética en el desarrollo de nuevas infraestructuras y en la gestión de las ya existentes.

En el mismo sentido, el equipo humano constituye el principal activo del que dispone ÁREAS, y la retención del talento se convierte en uno de los objetivos principales de la organización en el contexto actual. Destaca el proyecto de gestión y desarrollo de talento que hemos puesto en marcha este año, junto con el despliegue de acciones de formación, tanto generales como específicas. Así, durante el ejercicio 2010-11 hemos impartido 158.578 horas de formación a un total de 7.816 participantes, lo que supone un incremento significativo en el número de participantes, y hemos trabajado para desarrollar iniciativas de formación específica en oficios. La salud y la seguridad de las personas trabajadoras es uno de los factores clave de ÁREAS, y en el marco de la gestión de riesgos laborales, hemos implantado diferentes acciones derivadas de las evaluaciones de riesgos de los centros de trabajo que permitan asegurar la seguridad de los puestos de trabajo y minimizar los riesgos de accidentes.

El contexto actual presenta nuevas oportunidades de mejora e innovación vinculadas a la responsabilidad social que perseguimos identificar e implantar de una forma integrada con nuestra planificación estratégica, con el objetivo de poner en valor los impactos positivos de la actividad de ÁREAS y responder a las demandas de nuestros grupos de interés, incluyendo accionistas, personas trabajadoras, personas usuarias y empresas concedentes, empresas colaboradoras, y la sociedad en general. De igual modo, trabajamos constantemente para sistematizar los canales de comunicación y diálogo con nuestros grupos de interés, que nos permita identificar nuevas expectativas y prioridades relacionadas con la triple cuenta de resultados en un ciclo de mejora continua.

En este sentido, les invito a consultar la información publicada y a hacernos llegar todos los comentarios y opiniones que consideren oportunos, y que seguro nos permitirán mejorar en el proceso de rendición de cuentas e incorporar nuevos ámbitos de trabajo y gestión vinculados a la responsabilidad social corporativa, tanto en lo que se refiere al contenido del informe como en lo referente a la estrategia de la organización.

Emilio Cuatrecasas  
Presidente



2

## PRESENTACIÓN DEL INFORME





# 2 PRESENTACIÓN DEL INFORME

## ALCANCE: ÁREAS EN ESPAÑA

El presente Informe de responsabilidad social corporativa corresponde al ejercicio 2010-11 y es el primer informe de Áreas realizado de acuerdo con los requisitos establecidos por la organización Global Reporting Initiative en relación a la elaboración de informes de sostenibilidad. Debido a esta principal novedad y sus repercusiones en cuanto a contenido y proceso de elaboración, el alcance del informe abarca únicamente España. A diferencia de los informes anteriores que cubrían todo el Grupo Áreas, la información que se incluye en éste sólo hace referencia a las actividades que el Grupo lleva a cabo en España, de modo que la información incluida no es comparable con la que se encuentra publicada en los anteriores informes de responsabilidad social corporativa publicados por Áreas.

De ahora en adelante, para facilitar la comprensión del alcance en el contenido del informe, se hará referencia a Áreas España para referirse a la actividad de Áreas en España.

## PERÍODO: EJERCICIO 2010-11

Los contenidos del informe detallan el progreso económico, social y ambiental de Áreas España correspondiente al período comprendido entre el 1 de octubre de 2010 y el 30 de septiembre de 2011. Este periodo constituye el año fiscal de actividad para la organización, por lo que la gran mayoría de indicadores se han recogido en este marco temporal (en aquellos casos en que no es así, se ha especificado en el informe).

## DEFINICIÓN DEL CONTENIDO

El informe se ha elaborado de conformidad con los principios internacionales establecidos en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad versión 3.1 (G3.1) del Global Reporting Initiative, de modo que recoge los principales indicadores y aspectos de la sostenibilidad de la organización.

De acuerdo con esta guía, los contenidos del informe se han definido considerando los principios de materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad que establece el G3.1. En cuanto al principio de mate-

rialidad, se ha procurado que el informe cubra todos aquellos aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos sociales, ambientales y económicos de Áreas España, así como aquellos en los que se centra por la gestión, medición y seguimiento de la estrategia de responsabilidad social corporativa.

En relación al principio de materialidad, para determinar qué asuntos o temas son materiales de Áreas España, se han considerado:

- Los resultados obtenidos en la encuesta de participación de los grupos de interés y otra información relevante procedente de revisiones periódicas de temas materiales para el sector.
- Las informaciones recopiladas en las entrevistas personales con los responsables de los departamentos de Áreas España.
- Los cinco compromisos de la estrategia de responsabilidad social corporativa.
- Las recomendaciones y los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

## PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

De forma complementaria a los canales de relación y participación con los grupos de interés que dispone la organización, se ha lanzado una encuesta para conocer las prioridades de los grupos de interés estratégicos y evaluar la materialidad de los contenidos presentados que contribuya a determinar los contenidos a tratar en el informe.

Los grupos de interés encuestados han incluido a personas trabajadoras, clientes - personas usuarias, clientes - empresas, accionistas, empresas proveedoras y contratadas, comunidad, administraciones públicas, concedentes y franquiciadores.

La participación directa de los grupos de interés mediante la encuesta específica de materialidad ha generado unos resultados cuantitativos que, aunque estadísticamente no son significativos, proporcionan información muy relevante tanto para la elaboración del informe de responsabilidad social como para el desarrollo de la estrategia y acciones de responsabilidad social de la organización.

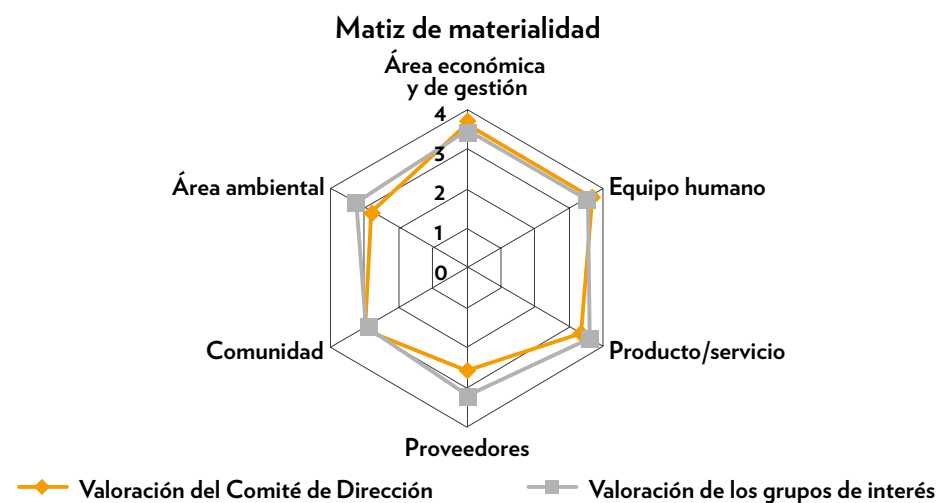
## ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

La matriz de materialidad indica el rango de valoración de los grupos de interés de cada uno de los temas tratados en la encuesta respecto al grupo de personas que toman decisiones en Áreas. Mediante un análisis estadístico simple, se ha determinado una escala valorativa con cuatro grados de interés (nada de interés, poco interés, interés medio y mucho interés) que se han asignado a los temas correspondientes para establecer las prioridades en cada grupo de interés.

En general, las prioridades desde ambas perspectivas están parcialmente alineadas, siendo el área ambiental y la relación con proveedores los principales ámbitos con potenciales de mejora positivos.

*La encuesta de materialidad proporciona información muy relevante tanto para la elaboración del informe como para el desarrollo de la estrategia de responsabilidad social de la organización*

*Primer informe de Áreas realizado de acuerdo con los requisitos establecidos por la organización Global Reporting Initiative (G3.1).  
Revisado por GRI para un nivel de aplicación B*



### CONTEXTO DE SOSTENIBILIDAD

En relación a la **responsabilidad social corporativa** en el sector de la restauración, los temas relevantes y materiales son, principalmente: la nutrición, la salud y el bienestar de los clientes, la implicación con la comunidad (por ejemplo, la participación en proyectos sociales o solidarios), las condiciones laborales del equipo humano y el medio ambiente. También los temas de marketing con causa, de inserción laboral de personas con discapacidad y de extensión del compromiso de sostenibilidad a la cadena de proveedores, en aspectos como la compra de materias primas.

Referente al **ámbito ambiental** los aspectos considerados relevantes son: la sensibilización ambiental dirigida a los clientes, la ecoeficiencia y/o la eficiencia energética en los establecimientos, el packaging y los embalajes de los productos, el consumo de recursos materiales con menor impacto ambiental (por ejemplo, el papel certificado), la gestión de los residuos y el final de la vida útil de los productos. En la realización de este informe, Áreas ha considerado su contexto de sostenibilidad más amplio, incluyendo cuestiones de ámbito global como el cambio climático y cuestiones de ámbito local, como la gestión de los impactos ambientales más locales.

### PUNTO DE CONTACTO

Para cuestiones relativas al informe y a la estrategia de responsabilidad social corporativa de Áreas, se puede contactar vía e-mail con la organización mediante la siguiente cuenta de correo electrónico: [responsabilidadsocial@areasmail.com](mailto:responsabilidadsocial@areasmail.com)

Cabe destacar que es importante recibir un retorno de los diferentes grupos de interés acerca del contenido y la presentación de este informe, con el objetivo de mejorar tanto la información que se incluye en el mismo, como otros aspectos vinculados a la gestión de la responsabilidad social en la organización.

*Punto de contacto para cuestiones relativas al informe y la estrategia de responsabilidad social corporativa de Áreas:*

*[responsabilidadsocial@areasmail.com](mailto:responsabilidadsocial@areasmail.com)*







3

# UNA VISIÓN GLOBAL DE ÁREAS EN ESPAÑA

3.1 PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS

3.2 CIFRAS CLAVE



# 3 UNA VISIÓN GLOBAL DE ÁREAS

## 3.1 Principales acontecimientos

### NUEVAS ADJUDICACIONES Y OPERACIONES

Áreas consolida su posición como operadora hostelera en los aeropuertos de La Palma (Islas Canarias), Santiago de Compostela y A Coruña, con la gestión de once puntos de restauración. En el mismo sentido, Áreas inauguró 13 establecimientos de restauración y tiendas en la nueva terminal aeroportuaria de Alicante, y se adjudicó la gestión de nueve nuevas tiendas en el aeropuerto de Madrid-Barajas.

### LA RENOVACIÓN DEL COMPROMISO CON EL PACTO MUNDIAL

Anualmente Áreas publica el Informe de Progreso del Pacto Mundial mediante el cual, además de comunicar la evolución en cada uno de los Principios, renueva el compromiso adquirido en el año 2002. Cabe destacar que el año 2011 Áreas ha firmado el Manifiesto por la Corresponsabilidad: Hacia una Responsabilidad Compartida, cuyo objetivo es la divulgación de la corresponsabilidad en el conjunto de la sociedad y de las organizaciones. El compromiso con la comunidad local se ha mantenido activo a través de la participación de Áreas en diferentes asociaciones y campañas.

### TRABAJANDO PARA LA MEJORA DEL PRODUCTO Y EL SERVICIO HACIA EL CLIENTE

El Sistema de Gestión de la Calidad implantado en la totalidad de los centros constituye la base de Áreas para asegurar el máximo nivel de calidad del producto y servicio que ofrece a sus clientes. En este sentido, se han realizado 1.885 auditorías higiénicas a los puntos de venta, se ha puesto en marcha una nueva formación técnica de oficio (ITV), se ha renovado el convenio NAOS vinculado a la alimentación saludable, y se ha puesto en marcha el Proyecto Customer Experience 360, entre otras actuaciones.

### POTENCIANDO LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO PROFESIONAL

Durante el periodo 2010-2011 se ha trabajado para potenciar la formación de las personas trabajadoras, siempre dentro del horario laboral, con un incremento sustancial del total de horas de formación recibidas. De igual modo, cabe destacar el lanzamiento del proyecto “Gestión y desarrollo de talento”, con el doble objetivo de trabajar para responder a las expectativas profesionales de las personas trabajadoras y de elaborar **un mapa de talento de la organización**.

### AVANZANDO EN LA MINIMIZACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

La evolución de los consumos energéticos y de los consumos hídricos de la actividad de Áreas tiende a la baja, de igual modo que la evolución de las emisiones de gases de efecto invernadero (CO<sub>2</sub>). La extensión del Sistema de Gestión Ambiental y la implantación de nuevas medidas de eficiencia energética y de gestión de residuos son aspectos en los que Áreas continuará trabajando para minimizar el impacto ambiental de la empresa.

# 3.2 Cifras clave

Áreas España	2010-2011
<b>Indicadores de actividad</b>	
Número de establecimientos gestionados	603
Número de establecimientos gestionados según mercado	
<i>Aeropuertos</i>	224
<i>Autopistas, autovías, carreteras</i>	252
<i>Estaciones y otros</i>	127
Número de establecimientos gestionados según línea de negocio	
<i>Hostelería</i>	344
<i>Tienda</i>	198
<i>Hotel</i>	11
<i>Gasolinera</i>	50
Número de marcas propias gestionadas	31
Número de marcas franquiciadas gestionadas	33
<b>Indicadores económicos</b>	
Ingresos de explotación	430 M€
Índice de valor percibido de clientes (hostelería)	7,96
Índice de valor percibido de clientes (tienda)	8,90
Porcentaje de quejas y sugerencias atendidas	100%
Número de empresas proveedoras homologadas	1.379
<b>Indicadores sociales</b>	
Número de empleados en plantilla media equivalente	4.391
Porcentaje de la plantilla con contrato indefinido	79%
Porcentaje de la plantilla a jornada completa	92%
Porcentaje de mujeres en plantilla media equivalente	65%
Horas totales de formación	158.578
Inversión total en formación	435.000 €
Importe destinado a acción social	82.739 €
Importe destinado a compras solidarias	365.118 €
<b>Indicadores ambientales</b>	
Consumo eléctrico	58.990 MWh
Consumo de gas natural	1.612 MWh
Consumo de gas GLP	11.991 MWh
Consumo de gasoil	2.345 MWh
Potencia solar instalada	72,11 kW
Emisiones de CO <sub>2</sub>	20.616 t CO <sub>2</sub>
Consumo de agua	435.172 m <sup>3</sup>







Secrets Sucrés  
aromas de sensación

4

## ESTRATEGIA Y GESTIÓN

- 4.1 LA ACTIVIDAD DE ÁREAS ESPAÑA
- 4.2 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ÁREAS
- 4.3 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES
- 4.4 RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

# 4 ESTRATEGIA Y GESTIÓN

Áreas España forma parte del grupo empresarial Áreas, una compañía multinacional nacida en 1968 que actualmente gestiona 1.267 restaurantes, cafeterías, tiendas, hoteles y gasolineras en España, México, Estados Unidos, Portugal, Chile, Marruecos, Argentina, República Dominicana y St. Martin. Con un equipo humano de cerca de 12.000 empleados ofrece la fiabilidad de una compañía multinacional y el conocimiento de más de 40 años de experiencia, lo que le confiere la flexibilidad necesaria para adaptarse a proyectos de distintas envergaduras.

## 4.1 La actividad de Áreas España

Áreas España tiene por objetivo ofrecer un servicio integral, profesional y de calidad a todas aquellas personas que se desplazan, con servicios de hostelería y distribución comercial. Dispone de establecimientos en los principales núcleos y vías de comunicación: aeropuertos, autopistas, autovías, estaciones de ferrocarril, centros comerciales y recintos feriales en todo el territorio español.

Actualmente, Áreas España gestiona 603 establecimientos entre restaurantes, cafeterías, tiendas, hoteles y gasolineras<sup>(1)</sup>.

Dentro de todos sus modelos de negocio, Áreas España es un operador especializado en restauración y distribución.

(1) El mapa de la ubicación de los establecimientos de Áreas en España en la página 31 del Informe Anual.

### Restauración:

- Cafetería
- Cafetería Heladería
- Hamburguesería
- Tex Mex
- Bocadillería - Sandwichería
- Vinos y Tapas
- Cervecería y Tapas
- Cervecería Inglesa

### Distribución:

- Multitiendas
- “Delicatessen”
- Chocolates y Dulces
- Librería y Prensa
- Moda
- Juguetes

- Cervecería Alemana
- Restaurante Grill
- Restaurante
- Restaurante Gastronómico
- Hoteles
- Catering

- Regalos infantiles
- Complementos de viaje
- Moda deportiva
- Moda y Complementos
- Joyería
- Óptica

### LAS MARCAS

Áreas dispone de marcas propias y de franquicias/partners de restauración y distribución.

#### Listado marcas restauración

##### Propias:

- La Pausa
- Medas
- Ars
- Caffriccio
- Vinea
- Natural Break
- Café Café
- As Hoteles
- aire|tapasbar
- El Madroño
- Antara
- Carling Pub
- Warsteiner

##### Franquicias:

- Starbucks
- Il Caffè di Roma
- Espression Lavazza
- Farggi
- Burger King
- Cañas y Tapas
- Subway
- Rodilla
- Henry J. Beans



**Listado marcas distribución**

**Propias:**

- Sibarium
- Divers
- Oxígeno
- Story Store
- The Station Market y The Airport Market
- The Sweet Market
- The Market
- Desire
- News&Books
- Secrets Sucrés
- Travel Mate

**Franquicias:**

- Adolfo Domínguez
- Adidas
- Farga
- Piquadro
- Tuc Tuc
- Imaginarium
- Cottet
- FCBotiga
- Ferrari
- Aïta

**Nueva estrategia comercial de marcas en restauración y distribución**

Áreas ha desarrollado una nueva estrategia comercial de marcas en restauración y distribución con el objetivo de reforzarlas sobre la base de la innovación con marcas propias, la asociación con líderes y conceptos a medida para cada mercado.

Caffriccio o Vinea son ejemplos de marcas propias específicas en el mercado de los aeropuertos. Burger King, Starbucks, Subway o Il Caffè di Roma de Lavazza son ejemplos de colaboración con un líder bajo el régimen de franquicia. Y, en relación a la asociación con líderes del gran consumo o bien referentes del sector para la creación de conceptos exclusivos, el concepto inaugurado en el Aeropuerto de Barajas con Danone es un ejemplo de referente de la alimentación sana. Otros ejemplos son el desarrollo de nuevos conceptos conjuntamente con compañías cerveceras de referencia para el público británico y alemán: Pub Carling y Warsteiner.

Por último, destacar que Áreas ha llegado a acuerdos con grandes chefs, como Quique Dacosta, con 2 Estrellas Michelin, para la puesta en funcionamiento del gastrobar “Airetapasbar”, en el Aeropuerto de Alicante.

**PERTENENCIA A ASOCIACIONES Y ORGANISMOS SECTORIALES Y DEL ENTORNO**

**AECOC. Socio y miembro asesor del Comité Horeca de AECOC**

Asociación multisectorial de fabricantes y distribuidores que tienen por objetivo la mejora del sector a fin de aportar mayor valor al consumidor. El comité Horeca está compuesto por empresas que trabajan para acercar a las empresas del sector a estándares tecnológicos, prácticas de gestión y conocimientos que les ayuden a optimizar las respuestas al consumidor final.

**FEHRCAREM. Socio y miembro de la Junta Directiva (Vicepresidencia)**

Asociación que reúne grandes grupos de restauración con el fin de dar respuesta a las necesidades y demandas del sector.

**APD. (Asociación para el progreso de la Dirección). Socio global**

Asociación que tiene el objetivo de colaborar con el desarrollo de las empresas, a través del desarrollo de sus directivos.

**CEOE. (Confederación Española de Organizaciones Empresariales)**

**Miembro del Comité Permanente de la Comisión de Turismo**

Institución que representa a los empresarios de España. Agrupa, con carácter voluntario, a 230 organizaciones empresariales, de las que 55 son territoriales. Su misión es la defensa de los intereses de la empresa. Como tal, asume la interlocución única ante el Gobierno, las Administraciones públicas, los Sindicatos, y demás poderes políticos y sociales.

**EXCELTUR. Miembro de la Junta Directiva (Vicepresidencia)**

Asociación sin ánimo de lucro formada por grupos empresariales turísticos españoles de los subsectores del transporte aéreo, por carretera, ferroviario y marítimo, alojamiento, agencias de viajes y tour operadores, medios de pago, alquiler de coches, ocio, parques temáticos, hospitales turísticos, grandes centrales de reservas y tiempo compartido entre otros.

**AEC. (Asociación Española para la Calidad). Socio y miembro del Comité de Hostelería y Turismo**

Entidad privada sin ánimo de lucro cuya finalidad es fomentar y apoyar la competitividad de las empresas y organizaciones españolas, promoviendo la cultura de calidad y desarrollo sostenible.

**AENOR. (Asociación Española para la Normalización y Certificación) Participación en el Comité Técnico de Normalización de AENOR (AEN/CTN 167)**

Entidad dedicada al desarrollo de la normalización y la certificación en todos los sectores industriales y de servicios. Tiene como objetivo contribuir a mejorar la calidad y la competitividad de las empresas, así como proteger el medio ambiente e impulsar el bienestar de la sociedad.

**Clúster Agroalimentario UPC. Empresa adherida**

Clúster formado por grupos de investigación, institutos y entes vinculados a la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC) que tiene el propósito de fomentar y promover la colaboración entre el sector tecnológico y el sector agroalimentario, con el fin de impulsar y potenciar la investigación y la innovación.

**FOMENT. Socio Individual**

Confederación de las organizaciones empresariales y empresas de Cataluña. Una organización independiente, privada, sin ánimo de lucro, acogida al derecho constitucional y legal de asociación de los empresarios, y que se rige con criterios democráticos por representantes libremente elegidos.

### **CAMBRA DE COMERÇ DE BARCELONA. Miembro**

Institución representativa, independiente, democrática y eficiente, que garantiza la promoción de la actividad económica y empresarial y el desarrollo sostenible del territorio.

### **Junta Arbitral de Consumo. Empresa adherida**

Organismo dedicado a resolver los conflictos que pueden surgir entre consumidores y empresarios, sin tener que acudir a los tribunales de justicia.

### **Sistema Arbitral de Consum de Catalunya. Empresa adherida**

Órgano administrativo al servicio de consumidores y empresarios para atender y resolver quejas o reclamaciones, con el propósito de ofrecer a sus clientes una imagen de transparencia y garantía en la resolución de cualquier conflicto que pueda surgir durante el servicio de una forma rápida, sencilla, justa y gratuita.

### **Red Española del Pacto Mundial. Socio fundador**

La Red Española es una de las primeras plataformas mundiales de esta naturaleza y características. Se trata de una de las redes más activas, y destaca por su modelo multistakeholder que agrupa a distintos grupos de interés: empresas, ONG, sindicatos, instituciones académicas y organismos sociales.

### **Fundación Chile-España. Patrón fundador**

Entidad sin ánimo de lucro destinada a promover y lograr el progreso e incremento de las relaciones entre España y Chile. Su objetivo es impulsar el desarrollo de las actividades e intercambio cultural, social, económico y artístico entre las dos naciones.

De igual modo, algunas personas trabajadoras de Áreas participan de forma activa en diferentes organizaciones, entre las que destacan EGARSAT (mutua de accidentes laborales), AEDIPE (Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas) y Fundación Prevent (organización que promueve la cultura preventiva en materia de riesgos laborales), como ponentes en diversos foros y participantes en los grupos de trabajo. Así mismo participa de forma activa en instituciones académicas como ESADE e IDEC-UPF, en los que distintas personas de Áreas participan como profesores colaboradores.

## **PREMIOS Y DISTINCIONES**

### **Premio Madrid Excelente - Marca de garantía Madrid Excelente**

Desde el mes de noviembre del año 2010, Áreas luce el sello Madrid Excelente, un reconocimiento que concede la Comunidad de Madrid a las organizaciones para reconocer y certificar la calidad y la excelencia en su gestión con el fin de fomentar la competitividad del tejido empresarial.

El sello Madrid Excelente reconoce a Áreas por su apuesta por la innovación y la mejora constante, que cuida su responsabilidad social corporativa, que atiende a la satisfacción de las personas y que contribuye con su constante esfuerzo y trabajo bien hecho al desarrollo económico y social de la región.



### **V Premios nacionales de hostelería**

Áreas ha sido galardonada en la quinta edición de los Premios Nacionales de Hostelería promovidos por la Federación Española de Hostelería, en la categoría de Empresa Hostelera de origen español en el mundo.



Los galardones FEHR premian la trayectoria de empresarios, empresas e instituciones destacadas por su aportación al sector hostelero en diversos ámbitos que contribuyen a poner en alza la Hostelería, como son: la innovación, la responsabilidad medioambiental, la seguridad alimentaria y promoción de la cultura, entre otros aspectos.

### **Distinción en materia de igualdad**

Áreas en el aeropuerto de Alicante, ha sido reconocida por la Mesa de Igualdad de Oportunidades para el Empleo de Alicante, promovida por la organización Cruz Roja Alicante.



Esta distinción reconoce el esfuerzo realizado por diferentes empresas para implantar medidas vinculadas a la conciliación de la vida familiar y laboral, la utilización de un lenguaje no sexista, la existencia de protocolos de actuación en los casos de acoso y procesos de selección que incluyan la perspectiva de género, entre otras.

# 4.2 La responsabilidad social corporativa en Áreas

Áreas contempla en su estrategia la responsabilidad social corporativa, y define el compromiso con sus grupos de interés mediante diferentes herramientas, en la visión y los valores de la compañía. De este modo, la gestión de los aspectos económicos, sociales y ambientales llega a todas las áreas de la compañía. Para la gestión de la estrategia de responsabilidad social, Áreas dispone de sistemas de seguimiento y monitorización de parámetros vinculados a la misma. Estos sistemas se detallan a lo largo del presente informe.



La gestión de la responsabilidad social corporativa en Áreas

Áreas, a nivel de grupo empresarial, tiene como base cinco compromisos estratégicos que se corresponden con los principales grupos de interés de la compañía:

- **Cientes y concedentes**  
Son la razón de ser de Áreas, puesto que a ellos se dirigen sus servicios y soluciones. Ello explica que uno de los principales objetivos de Áreas sea satisfacer las necesidades actuales y futuras de los clientes. Para comunicarse con este grupo de interés, Áreas emplea varios métodos de comunicación.
- **Colaboradores**  
Para Áreas, los colaboradores son el principal activo de la empresa. Es por ello que cuida de una manera especial el diálogo que mantiene con ellos, contando con diversos canales de comunicación.  
El Grupo también considera básico asegurar su igualdad de derechos y oportunidades, independientemente del país en el que trabajen, de su género, nacionalidad, raza y creencias.
- **Proveedores**  
Áreas hace extensivo su compromiso con la RSC a todos sus proveedores, de cara a lograr que esta filosofía esté presente en toda su cadena de valor.
- **Comunidad**  
Además del desarrollo económico derivado de la propia actividad de Áreas en las zonas donde opera, la compañía quiere ir más allá. Es por ello que lleva a cabo acciones, campañas y colaboraciones para contribuir a la erradicación de la pobreza, impulsar la educación vial, fomentar la integración de personas con discapacidad y promover una dieta saludable, entre otros objetivos sociales. En este caso, Áreas también utiliza un amplio abanico de canales de comunicación.
- **Medio ambiente**  
El enfoque de negocio sostenible asumido por Áreas implica una actitud respetuosa con el medio ambiente. Es por ello que la compañía realiza un esfuerzo constante por minimizar todos sus impactos en el entorno.

GOBIERNO CORPORATIVO Y RELACIÓN CON ACCIONISTAS

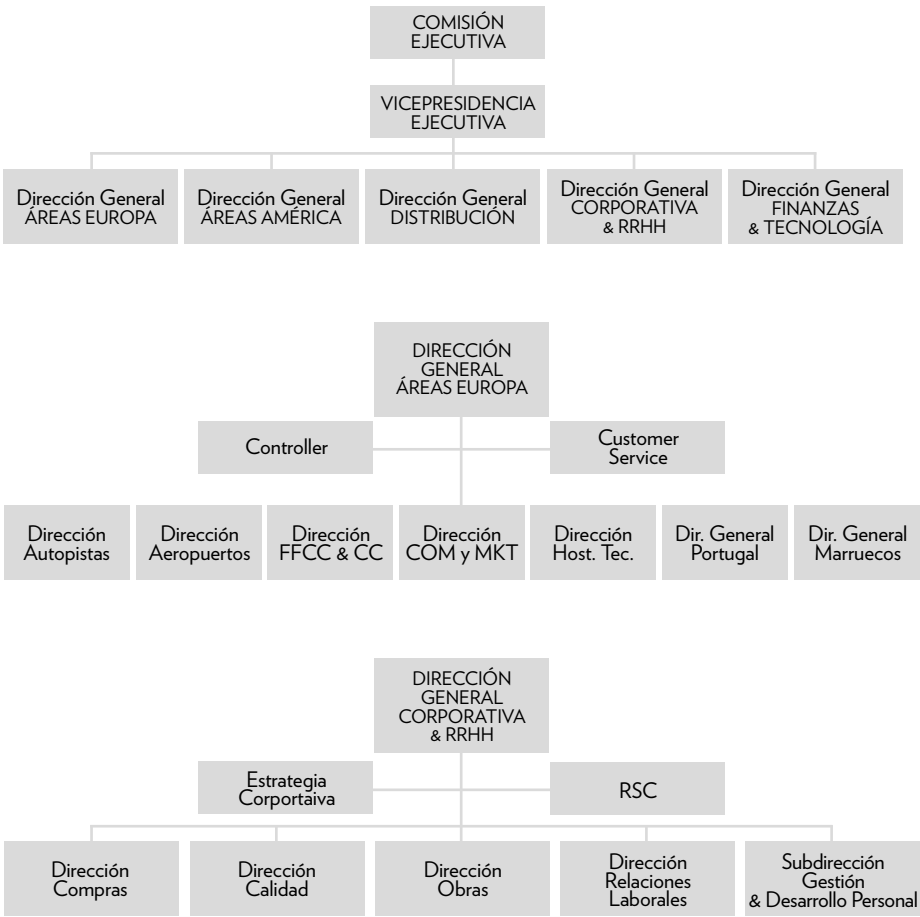
Áreas España sigue de una forma genérica las recomendaciones del Código Conthe de gobierno corporativo aunque, por su condición de organización no cotizada, no tiene la obligación de elaborar un informe anual de gobierno corporativo.

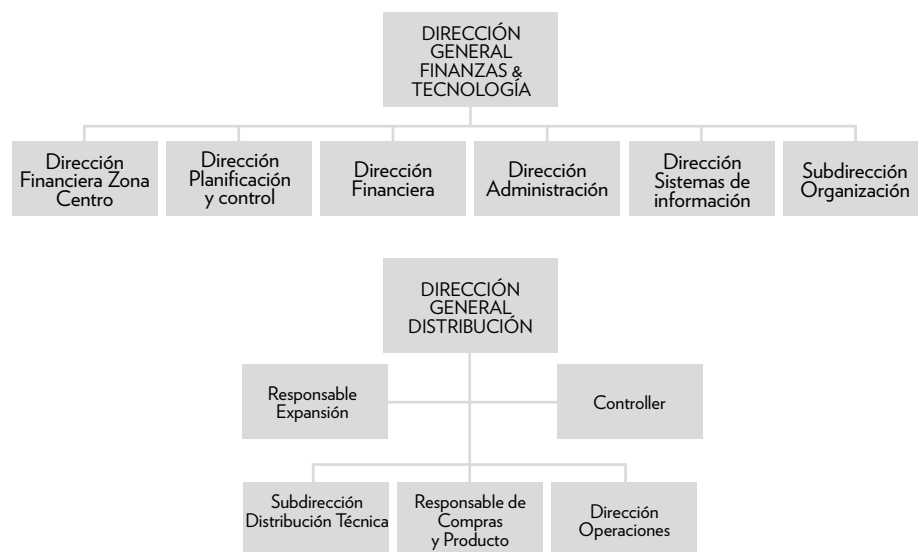
Los principales órganos de gestión de la organización incluyen el Consejo de Administración, la Comisión Ejecutiva, el Comité de Dirección, el Comité de Inversiones y el Comité de Operaciones. Los miembros del Consejo de Administración tienen probada y amplia experiencia de gestión en el ámbito nacional

Los cinco compromisos estratégicos de Áreas son la base de la gestión de la responsabilidad social corporativa

e internacional, y todos ellos provienen del sector privado. Tres miembros del Consejo de Administración son independientes. Los criterios por los que las personas del Consejo de Administración son elegidas están formalmente establecidos en los acuerdos de constitución de la organización. El Consejo de Administración, o en su defecto la Comisión Ejecutiva, realiza un seguimiento pormenorizado del presupuesto anual, además de aprobarlo. La planificación estratégica se revisa anualmente, y se hace un seguimiento exhaustivo del grado de cumplimiento de los objetivos establecidos. La relación con los accionistas es muy directa, pues están presentes en el Consejo de Administración de la empresa. Durante el ejercicio 2010-2011, se han llevado a cabo un total de cinco reuniones del Consejo de Administración y cinco reuniones de la Comisión Ejecutiva, además de las reuniones vinculadas a la revisión específica del Plan Estratégico.

En 2011 se han producido cambios en la estructura organizativa a nivel del grupo Áreas que afectan directamente a la actividad de Áreas España. Por un lado, se han creado la Dirección General Europa y la Dirección General de América (antes nacional e internacional). Por otro lado, la Dirección General Técnica ha pasado a ser la Dirección General Corporativa y Recursos Humanos y, Marketing y Hostelería Técnica pasan a depender de Europa.





## DERECHOS HUMANOS Y CORRUPCIÓN

La gestión ética y el respeto de los derechos humanos son una parte integrante de la práctica de la actividad de Áreas, tanto en lo referente a la relación con el equipo humano como con el resto de los grupos de interés. Los valores de la organización y la toma de decisiones de la misma, así como el análisis de riesgos, se encuentran alineados con los principios del Pacto Mundial.

La gestión de la corrupción implica a los departamentos de recursos humanos, operaciones y finanzas, mediante diferentes procedimientos internos establecidos. Existen procedimientos paralelos vinculados a los posibles casos de corrupción que se puedan dar, cuya gestión cuenta con el apoyo del departamento de seguridad.

### Miembros del Pacto Mundial

Desde el año 2002, Áreas es una empresa adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact), con el objetivo de impulsar la responsabilidad social asumiendo los diez principios vinculados al respeto de los derechos humanos, laborales, la protección del medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Es un compromiso más a favor de una relación ética, justa y comprometida.

Anualmente, el Grupo Áreas presenta su Informe de Progreso, en el que da cuenta del cumplimiento y su progreso en relación a los diez principios.

### Firmante del Manifiesto por la Corresponsabilidad:

#### Hacia una Responsabilidad Social Compartida

Áreas recogió en marzo de 2011, el diploma que la distingue como una organización firmante del *Manifiesto por la Corresponsabilidad: Hacia una Responsabilidad Social Compartida*. Se trata de una iniciativa promovida por la Fundación Corresponsables que tiene como objetivo la divulgación de la corresponsabilidad en el conjunto de la sociedad y de las organizaciones.

*Los valores, la toma de decisiones y el análisis de riesgos de Áreas están alineados con los principios del Pacto Mundial*

# 4.3 Misión, visión y valores

## MISIÓN

Áreas es una sociedad privada formada por personas de gran valía profesional, cuya misión es **prestar servicios integrales y de excelente calidad a todas aquellas personas que se desplazan**, al tiempo que crea valor para el accionista, para el concedente y para la sociedad.

## VISIÓN

Ser reconocidos globalmente como los **operadores de referencia en restauración y distribución comercial, en régimen de concesión**, en las infraestructuras de transporte de viajeros.

## VALORES

Actualmente, se han establecido como prioritarios los tres primeros valores, de orientación al cliente, integridad y trabajo en equipo.

### 1. Orientación al cliente (interno/externo)

La orientación al cliente es la vocación y al mismo tiempo la actitud de toda la organización y sus componentes, que tiene como objetivo facilitar y favorecer aquellos servicios solicitados y/o necesarios, interna o externamente, relacionados con nuestro ámbito de competencia y misión, manteniendo en todo momento la divisa de la calidad, excelencia en el trato y diligencia exigibles.

### 2. Integridad

Es el concepto que identifica, califica y acompaña de forma indisoluble todas y cada una de las prácticas que se llevan a cabo en el seno de la organización, que estarán enmarcadas en los principios éticos comúnmente aceptados, manteniendo siempre la coherencia entre nuestro discurso y nuestros hechos. Asimismo, será la actitud de todos los colaboradores de Áreas y, por lo tanto, también de la organización, que en forma del ejercicio profesional honesto, comprometido y responsable, conllevará la credibilidad individual y colectiva, así como la reputación social, mediante el cumplimiento riguroso de compromisos, la honradez y la ética empresarial.

### 3. Trabajo en Equipo

Es la actitud positiva de colaboración interdepartamental e intradepartamental. Se basa en el intercambio y aportación de experiencias, conocimientos y esfuerzos



en la actividad diaria cada vez que las circunstancias lo requieran, y también en grupos creados ad hoc, todo ello para la consecución de un objetivo común.

**4. Aportación de valor a los colaboradores**

Es una preocupación constante de Áreas, y forma parte esencial de su código deontológico e implica la creación de un entorno favorable para el desarrollo y la capacitación profesional de sus colaboradores. La organización potencia los conocimientos, habilidades y actitudes inherentes al puesto en un plano de igualdad de oportunidades, mediante políticas definidas de formación y planes de carrera, así como prácticas de promoción. Todo lo anterior se acompaña de una práctica retributiva ajustada al mercado de trabajo y sector, en una empresa sólida que ofrece estabilidad laboral, reconocimiento y relaciones laborales abiertas y dialogantes.

**5. Capacidad y voluntad de integración**

Es querer y tener capacidad de acoger de forma plena a todos los colaboradores de Áreas, sea cual fuere su procedencia, condición y cultura, favoreciendo su implicación y compromiso con el Proyecto de Empresa. Este valor conlleva de forma indisociable el sentirse integrado en un proyecto compartido implicándose y comprometiéndose con el mismo incluso más allá de intereses personales y/o departamentales.

**6. Comunicación abierta**

Es aquella práctica permanente de la organización, llevada a cabo por todos y cada uno de los componentes de la misma, que favorece el intercambio de ideas, opiniones e información o mensajes relacionados con el trabajo a través de los medios establecidos a tal efecto. Dicha comunicación podrá darse en sentido vertical, horizontal o transversal, de forma ascendente, descendente o lateral.

**7. Eficiencia y eficacia**

Son los resultados de la actitud positiva de todos y cada uno de los componentes de la empresa en su esfuerzo por realizar y conseguir en tiempo y forma los cometidos de cada uno de los puestos de trabajo, así como los objetivos establecidos coyunturalmente. Todo ello siguiendo los parámetros y principios establecidos y comúnmente aceptados de la calidad y la economía razonable de medios.

**8. Innovación**

Es la búsqueda proactiva y la capacidad de implementación de prácticas, procesos, productos, maquinaria y tecnología que permitan la consecución de crecimiento, perfeccionamiento, optimización y mejora continua en todos los ámbitos de la organización y también de nuevas oportunidades de desarrollo a efectos de favorecer la competitividad de la empresa.

**9. Vocación de liderazgo**

Es la firme voluntad de todos los integrantes de la organización de conducir el proyecto empresarial al éxito, frente a nuestros competidores o sin ellos, emprendiendo las acciones necesarias para que la excelencia sea la constante en nuestro que hacer profesional individual y colectivo.

# 4.4 Relación con los grupos de interés

Áreas mantiene una estrecha relación y un diálogo fluido con sus grupos de interés para dar respuesta a sus inquietudes y necesidades utilizando múltiples canales de comunicación y diálogo.

**PERSONAS TRABAJADORAS**

- Revista interna
- Intranet
- Correo electrónico y postal
- Newsletter electrónico
- Reuniones periódicas con la representación legal de la plantilla y las personas trabajadoras

**CLIENTES FINALES**

- Página web
- Encuestas y estudios de satisfacción
- Teléfono de atención al cliente
- Hojas de reclamaciones
- Folleto de sugerencias
- Newsletter electrónico

**COMUNIDAD**

- Notas de prensa
- Acciones de relaciones públicas
- Comunicaciones en el punto de venta
- Página web
- Newsletter electrónico
- Folleto corporativo

**PROVEEDORES  
Y EMPRESAS CONTRATADAS**

- Página web
- Memoria corporativa
- Catálogo de marcas
- Newsletter electrónico
- Reuniones periódicas
- Teléfono
- Correo electrónico

**ACCIONISTAS**

- Newsletter electrónico
- Página web
- Memoria Corporativa
- Conference Call

**GOBIERNOS  
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**

- Inauguraciones
- Actos institucionales
- Memoria corporativa

**CONCENDENTES**

- Reuniones periódicas
- Newsletter electrónico



# 5 PRODUCTO Y SERVICIO

- 5.1 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
- 5.2 PERSONAS USUARIAS
- 5.3 CONCEDENTES Y FRANQUICIADORES
- 5.4 INNOVACIÓN



# 5 PRODUCTO Y SERVICIO

## 5.1 Sistema de gestión de la calidad

Desde el año 1999 Áreas tiene implantado un Sistema de Gestión de la Calidad certificado según la norma ISO 9001:2008 que se renueva anualmente, con la inclusión de los nuevos centros.

El alcance del sistema es toda España, y se certifican todos los centros a medida que se van incorporando al Grupo.

*Sistema de Gestión de la Calidad certificado según ISO 9001:2008 desde el año 1999*



Áreas, consciente de la necesidad de asegurar la calidad de los productos y servicios que oferta, así como de evaluar la gestión de las actividades que desarrolla, dispone de un Plan de Calidad que recoge los objetivos, las acciones, los indicadores y los estándares de calidad que se pretenden lograr. Dicho plan se focaliza en tres ámbitos de actuación, vinculados al Plan Estratégico:

- **Calidad en la gestión**
- **Calidad de producto**
- **Calidad de servicio**

El Plan de Calidad articula las medidas de control y evaluación oportunas para asegurar la eficacia y eficiencia de los distintos programas y poder impulsar la mejora permanente, de acuerdo con el círculo PDCA (Plan-Do-Check-Act).

Como punto de partida en el Sistema de Gestión, la Dirección General establece y revisa anualmente mediante la Revisión del Sistema, la **Política Integrada de Gestión de Calidad y de Seguridad y Salud en el Trabajo**.

### EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

Garantizar la satisfacción de los clientes es un objetivo clave en la estrategia de Áreas. Es por ello que el análisis de las necesidades de los clientes constituye la base en la definición de los procesos y procedimientos que están enfocados a la superación y cumplimiento de sus expectativas. En este sentido Áreas dispone, dentro del Departamento de Calidad (Dirección General Corporativa y Recursos Humanos), de un Área de Calidad de Servicio cuya función principal es desarrollar y gestionar las herramientas y acciones que garanticen la satisfacción de los clientes.

Áreas tiene implantadas herramientas para controlar la calidad de servicio en los establecimientos y medir la satisfacción de los clientes finales. Para medir la satisfacción, Áreas pone a disposición de los clientes tres canales de comunicación que pueden ser utilizados para hacer llegar cualquier percepción a la compañía:

- Cuestionarios de satisfacción y estudios de satisfacción ad hoc.
- Hojas de reclamaciones.
- Correo electrónico (desde la página web [www.areas.es](http://www.areas.es)).

Estas herramientas se gestionan de forma ágil, aportando la máxima resolución y proximidad al cliente, brindando, de esta forma, un vínculo de profesionalidad y preocupación con el cliente, que tiene vía directa con las personas adecuadas de la empresa.

### Cuestionarios de satisfacción

De forma continua en el tiempo, se hace uso de los cuestionarios de satisfacción entregados activamente por parte del personal a los consumidores, en los que se valoran las tres dimensiones básicas del servicio: instalaciones, servicio y producto. Dependiendo de la actividad (hostelería o tienda), los atributos a medir en cada dimensión pueden variar.

A través de dichos cuestionarios, las valoraciones de los clientes se complementan con información cualitativa, para conocer el segmento de mercado consumidor de los productos y servicios de Áreas.

Paralelamente, Áreas realiza encuestas telefónicas a los clientes que han penalizado alguno de los aspectos, con el objetivo de profundizar en los motivos de insatisfacción, derivando en las acciones correctoras pertinentes.

Los resultados obtenidos en los cuestionarios de satisfacción de los clientes en los tres últimos ejercicios son:

HOSTELERÍA	2008-09	2009-10	2010-11
Índice de valor percibido	7,78	7,76	7,96

TIENDA	2008-09	2009-10	2010-11
Índice de valor percibido	8,05	8,11	8,90

Los comentarios positivos recibidos en los cuestionarios hacen especial hincapié en una valoración global positiva, junto con la atención del personal, el estado de las instalaciones y los productos disponibles:

FELICITACIONES	2010-11
Global	90%
Servicio (el personal)	5,8%
Instalaciones	2,1%
Productos	2,0%
Otros	0,1%

Actualmente, Áreas está desarrollando un proceso para diferenciar los cuestionarios en base al producto. Además, también se añadirán nuevos procesos de evaluación de la satisfacción del cliente, entre los que se encuentran las llamadas telefónicas y los grupos focales.

Estudios de satisfacción ad hoc

De forma más espontánea, según la detección de las necesidades puntuales que van surgiendo, Áreas realiza estudios de satisfacción ad hoc. Durante el ejercicio 2011 se han llevado a cabo los siguientes estudios de satisfacción:

- Aeropuertos de Barcelona, Palma de Mallorca y Alicante. Se valoró la satisfacción, la recomendación y la intención de volver a los aeropuertos.
- Productos top en autopistas.

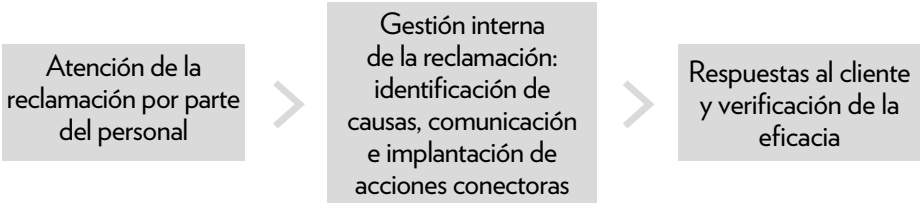
Sistema de reclamaciones

En el marco del Sistema de Gestión de la Calidad, certificado según la norma ISO 9001, Áreas cuenta con un procedimiento para la gestión de las reclamaciones

de los clientes. Las reclamaciones se tratan de forma personalizada, tanto a nivel de establecimiento, con el personal operacional, como a nivel de cliente con el objetivo de comunicar a los diferentes grupos de interés, siempre que sea posible, las acciones correctoras implantadas que permitan evitar la recurrencia de situaciones similares con otros clientes en el futuro.

Áreas tiene establecido un circuito que permite asegurar la resolución de cualquier incidencia o conflicto que pueda surgir durante el servicio con los clientes. De esta forma, todas las reclamaciones, independientemente de su naturaleza y del canal utilizado, siguen el mismo proceso, el cual se cierra con una encuesta de satisfacción al cliente sobre el tratamiento de su reclamación.

Etapas de la gestión de la reclamación:



Con el ánimo de conseguir el éxito en la gestión de las reclamaciones, el personal de Áreas recibe una formación específica sobre el tratamiento de cualquier conflicto, permitiendo, así, que las reclamaciones se entiendan como una oportunidad de mejora. Además, para facilitar la comunicación de cualquier punto de mejora por parte de los clientes, todos los establecimientos tienen a disposición de los clientes las “Hojas de Reclamación/Denuncia Oficial” de la propia comunidad autónoma, teniendo todo el personal del punto de venta acceso a ellas.

El 100% de las quejas recibidas en los tres últimos ejercicios han sido atendidas.

	2008-09	2009-10	2010-11
Número de quejas recibidas y atendidas	587	462	493
Número de sugerencias recibidas y atendidas	25.178	63.803	98.402

Principales temas vinculados a las sugerencias y quejas recibidas:

- Servicio recibido (41%)
- Instalaciones y limpieza (28%)
- Producto (20%)

*El 100% de las quejas y sugerencias recibidas han sido atendidas*



ACCIONES DESARROLLADAS EN EL PERIODO 2010-2011 PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS

FUENTE	ACCIÓN	OBJETIVO
· Visitas de Mystery Shopper · Comunicaciones recibidas por parte de clientes	· Reciclaje de formación del servicio en las explotaciones más significativas	· Recordar la importancia de la excelencia en el servicio por parte del personal para mantener unos índices de satisfacción elevados entre los consumidores
· Cuestionarios de satisfacción	· Recordatorio al personal en unidades de gestión concretas	· Analizar la Voz del cliente y detectar aspectos a mejorar
· Voz del cliente en cuanto a productos		
· Visitas de Mystery Shopper	· Fomento de la venta sugerida por parte del personal · Elaboración de un documento recopilatorio de los pasos de mostrador	· Aumentar el ticket medio de los consumidores · Garantizar la excelencia en el servicio por parte del personal

INFORMACIÓN CLARA Y TRANSPARENTE

Áreas procura que la información referente a los servicios y productos ofrecidos a los clientes sea clara y transparente, principalmente, en lo que se refiere al etiquetaje y a las promociones. En cuanto a las promociones, dispone de un procedimiento interno que obliga a elaborar una ficha de promoción que debe ser validada por el Departamento de Hostelería Técnica y por el Departamento de Compras. El objetivo es garantizar que el contenido del cartel publicitario de la promoción se corresponde con lo que posteriormente se servirá.

Portal de calidad

Áreas dispone de un Portal de Calidad en la intranet corporativa, que ofrece toda la información relacionada con el sistema de gestión, según actividades (tiendas, hostelería y hoteles), cómo son los informes, los recordatorios y las notas importantes.

Departamento de Hostelería Técnica

Es el enlace técnico entre las operaciones y las áreas técnicas más corporativas (por ejemplo, calidad), y constituye un catalizador responsable de:

- **Proyecto:** desarrollo del lay out (implantación, diseño del local, exposición) y mejoras operativas a nivel de concepto.
- **Producto:** desarrollo de nuevos productos y seguimiento e implementación del plan de marketing y promociones (customer service). Especialista de producto (cocina, procesos y gastronomía), pastelería, merchandising, café y servicio de atención al cliente).

- **Merchandising:** desarrollo de la visibilidad, disponibilidad y rentabilidad del producto en el lineal.
- **Formación operativa**

Periódicamente, Áreas realiza valoraciones nutricionales e imparte formación específica sobre nutrición, en algunos casos en colaboración con un grupo experto de nutricionistas.

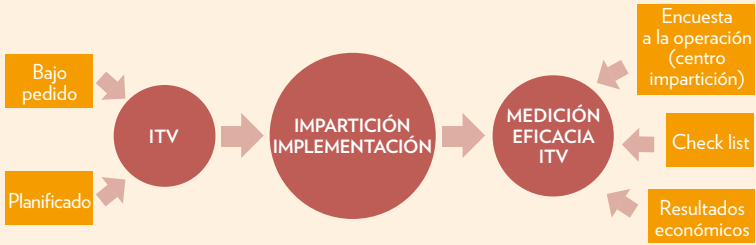
ITV (Implementación Técnica Validada), un apoyo a la gestión diaria

Buena práctica

El proyecto ITV (Implementación Técnica Validada) nació para dar apoyo a la operación en aspectos tan sensibles como la atención al cliente, el servicio y la detección de necesidades específicas de cada centro. El principal objetivo de la ITV es apoyar al centro y a los equipos, y al mismo tiempo obtener un mayor conocimiento que repercuta, como un valor añadido, en un servicio de alta calidad para el cliente.

Esta formación operativa, promovida por Hostelería Técnica, se desarrolla con una serie de acciones directas sobre los centros con presencia física del equipo de especialistas que provee un apoyo personalizado. Sirve, sobretodo, para tratar aspectos tanto de actitud como de aptitud, junto con aquellos puntos de gestión interna en las que se ayude a ampliar el campo de visión mediante la aportación de soluciones prácticas con resultados demostrables.

A partir de las sesiones realizadas se pueden elaborar planes de mejora relacionados con: mejoras de las instalaciones, sugerencia de inclusión de familias de artículos, potencia espacial de exposiciones, simplificaciones de mix, etc.



Es importante incidir en los puntos estratégicos de la venta:

- Dando confianza al cliente, para causar una primera buena impresión: el ambiente, la apariencia, la acogida y la amabilidad.
- Conociendo en profundidad la oferta.
- Averiguando qué demanda el cliente

Con ITV más las aperturas se han realizado 3.500 horas de formación que han supuesto un total de 90 días de trabajo en el terreno.

# 5.2 Personas usuarias

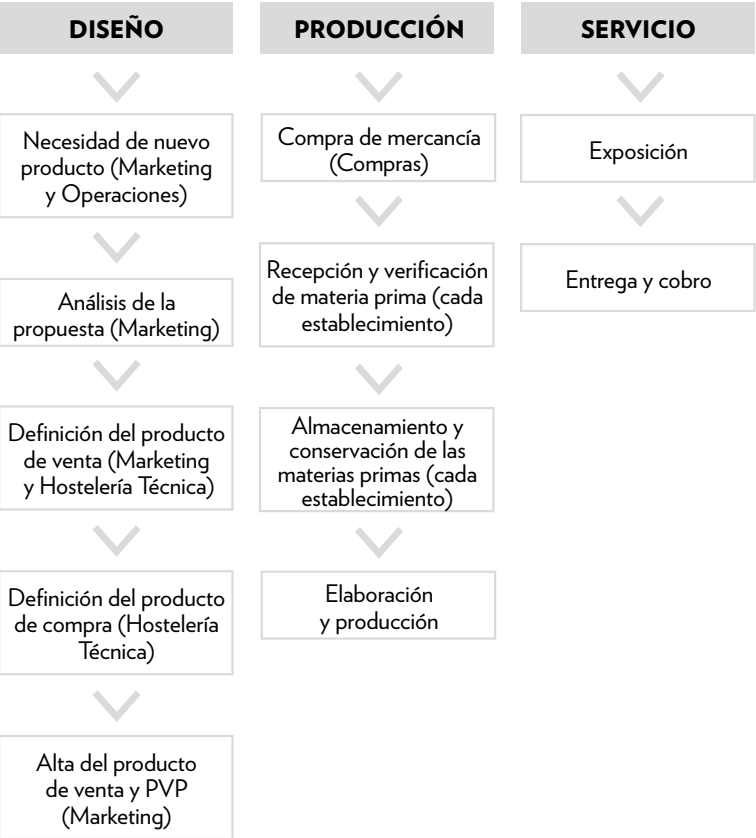
## RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO Y SERVICIO

Como parte del compromiso con los clientes, Áreas evalúa el impacto de sus productos y servicios en la salud y seguridad de los clientes. La alimentación es uno de los aspectos esenciales de la salud de las personas, por lo que Áreas ofrece una selección de opciones saludables que promueven el consumo responsable de sus productos y favorecen una alimentación saludable.

Durante el ejercicio 2011, Áreas ha llevado a cabo un análisis de los menús para celíacos y está trabajando sobre las intolerancias alimentarias en niños. Además, está elaborando un código nutricional para las marcas La Pausa y ARS.

### 1. Ciclo de vida de los productos

Áreas analiza las fases del ciclo de vida para la elaboración de un producto, desde su definición (fase de diseño) hasta su venta (fase de servicio), contemplando todas las etapas intermedias (fase de producción).



En la primera etapa de la fase de diseño, necesidad de nuevo producto, se sitúan las acciones destacadas como, por ejemplo, los análisis de menús para celíacos y la estrategia NAOS (Estrategia para la Nutrición, Actividad física y prevención de la Obesidad).

Recientemente, se ha creado un nuevo departamento, Customer Service. Dentro de sus funciones, atiende posibles no conformidades y gestiona las incidencias que se producen con los proveedores, con el objetivo de mejorar de forma continuada la calidad del producto.

En la etapa de compra, Áreas dispone de un proceso de homologación y evaluación de proveedores, que en el caso de proveedores estratégicos que sirven materias primas incluye:

- **Selección**
- **Evaluación inicial** por uno de los siguientes métodos: muestras, servicios de prueba y cuestionario.
- **Evaluación continua** a todos los proveedores de Áreas durante la vigencia del contrato con los mismos, con el doble objetivo de asegurar su capacidad de suministrar de acuerdo con los requisitos especificados y de verificar el cumplimiento de tales requisitos a lo largo del tiempo. Los métodos establecidos para la evaluación continua son: auditoría de calidad, auditoría de recepción, auditoría de materia prima, análisis de materia prima y análisis de no conformidades.

En la etapa de recepción y verificación de materia prima, las actividades de comprobación se hacen extensivas a la totalidad de productos alimenticios. Para ello, parte del personal propio del establecimiento lleva a cabo un control de recepción. El objetivo es valorar el modo de actuación de los proveedores en los pedidos que se reciben y verificar el cumplimiento de las Especificaciones Técnicas de Producto de Compra (ETPC). Este control se realiza en cada recepción, tanto para productos alimenticios perecederos como para productos alimenticios no perecederos.

Como parte de la verificación de los estándares de seguridad alimentaria implantados, Áreas emplea metodologías que incluyen auditorías higiénicas y comprobaciones analíticas realizadas por un laboratorio externo.

### Auditorías higiénicas

Áreas audita varias veces al año todos los centros y las cocinas centrales.

	Número de auditorías realizadas	Nivel de cumplimiento
Puntos de venta	1.885	94,33%
Cocinas centrales	12	98,73%

*El nuevo departamento Customer Service tiene como una de sus funciones principales la gestión de incidencias con proveedores, con el objetivo de mejorar de forma continuada la calidad del producto*



### Comprobaciones analíticas

Según un plan de muestreo anual se procede a la recogida y posterior análisis de muestras de superficies y de alimentos. Para todas y cada una de las unidades se planifica mensualmente el alcance del muestreo del análisis a realizar. De las muestras de alimentos, el 100% de las muestras elaboradas en la Cocina Central cumplen con lo establecido en la normativa; para las muestras de productos acabados elaborados en los centros, el nivel de cumplimiento es del 99.13%.

En el caso de las superficies, el nivel de cumplimiento es el adecuado según los parámetros legales establecidos.

### 2. Planes de gestión

Para la gestión, seguimiento y monitorización de la seguridad y calidad del producto, Áreas dispone de medidas específicas vinculadas a diferentes ámbitos.

Por lo que respecta a la calidad del producto, desde el punto de vista de aseguramiento de la calidad tanto higiénica como organoléptica, Áreas actúa desde varios niveles de la organización y en todas las etapas que intervienen en el proceso de recepción, almacenamiento, manipulación, elaboración y presentación del producto. Además, establece una serie de controles que aseguran la calidad esperada del producto en el momento de su entrega al cliente final.

#### 2.1 Aseguramiento de la Calidad organoléptica del producto

Áreas tiene establecida una sistemática para la valoración de la calidad de los productos presentados al cliente, mediante la realización de una auditoría de producto efectuada por personal externo (laboratorio), previamente formado y verificada su capacitación. En la práctica, esta acción se ha establecido como plan de control organoléptico para productos con impacto considerable en las ventas. Actualmente se está realizando sobre bocadillos, bollería y café. Las auditorías de producto se realizan un mínimo de doce veces al año por punto de venta, con una planificación total de 5.060 auditorías.

#### 2.2 Aseguramiento de la calidad higiénica. Plan de Autocontrol Higiénico-Sanitario

La implantación de sistemas de autocontrol en los establecimientos de restauración se ha realizado según las normas internacionales (Codex Alimentarius) y las de la Unión Europea, cuya aplicación garantiza la seguridad e inocuidad de los alimentos en cada fase de la cadena alimentaria. La inocuidad es el resultado de diversos factores, entre los que se incluyen el cumplimiento de los requisitos legalmente obligatorios y la aplicación de programas de autocontrol en materia de seguridad alimentaria.

El Plan de Autocontrol Higiénico-Sanitario establecido en Áreas comprende:

- Planes de prerequisites, y los registros derivados de su aplicación
- Plan de APPCC, y los registros derivados de su aplicación
- Evaluación de resultados y medidas correctivas
- Verificación

Los prerequisites consideran los peligros provenientes del entorno de trabajo, incluidos los producidos por contaminaciones cruzadas. En cambio, el Plan de APPCC considera los peligros específicos del proceso de producción.

#### Planes de prerequisites

La producción de alimentos seguros para el consumo humano requiere que el Plan de APPCC se construya sobre una sólida base de condiciones y prácticas higiénicas que eviten la introducción de agentes peligrosos, el aumento de la carga microbiológica o la acumulación de residuos y otros agentes químicos y/o físicos en los alimentos, de manera directa o indirecta. Estas prácticas proporcionan el entorno básico y las condiciones necesarias para la producción de alimentos seguros. Engloban aspectos, entre otros, como la limpieza y la desinfección de instalaciones y equipos, el suministro y el uso de agua de abastecimiento, la prevención y el control de plagas y las prácticas de manipulación del personal y los conocimientos sobre seguridad alimentaria. Todos los planes de prerequisites requieren unos planes específicos que contemplan los diferentes aspectos antes mencionados. Áreas dispone de los siguientes planes:

- Plan de limpieza y desinfección
- Plan de control del agua
- Plan de formación de manipuladores
- Plan de desinsectación y desratización
- Plan de mantenimiento de locales, instalaciones y equipos
- Plan de control de suministradores de productos y servicios
- Plan de gestión de residuos
- Plan de trazabilidad
- Buenas prácticas de higiene

#### Plan de APPCC

Es el sistema de autocontrol e inspección de obligado cumplimiento desde su transposición al derecho español por el Real Decreto 2207/95 (BOE 27/2/96) y que Áreas tiene implantado en sus centros de producción. Los objetivos claves de la aplicación del APPCC son:

- Cumplir con la legislación vigente
- Elaborar alimentos siempre seguros
- Proporcionar la evidencia de una producción y manipulación segura
- Confiar plenamente en la seguridad de los alimentos que se elaboran

Este sistema asegura en la medida de lo posible que los productos que se elaboran, almacenan o transportan no causarán ningún perjuicio a la salud del consumidor.

El beneficio fundamental del APPCC es que su aplicación supone una garantía de seguridad de los alimentos, poniendo un especial énfasis en la prevención y no en el análisis e inspección de los productos finales, lo que reduce los costes de control. Asimismo, obliga a mantener una documentación específica para evidenciar el control del proceso, que facilita cualquier aspecto legal, comercial y social.

#### Evaluación de resultados y medidas correctivas

La correcta implantación de un sistema de este tipo obliga a que, detectada una desviación y analizada su causa, se actúe sobre ésta a fin de restituir la normalidad y determinar cómo actuar. Se han establecido diferentes niveles de actuación y tratamiento, que comprenden:

- Tratamientos ante desviaciones derivadas de la implantación del Plan de Autocontrol.
- Tratamientos ante desviaciones derivadas de procedimientos de comprobación.
- Tratamiento del producto, ya sea por un incumplimiento detectado en su recepción, en su especificación técnica, o bien en su almacenamiento o manipulación, o por desviaciones en el Plan de APPCC debido a la superación de los límites críticos.

#### Verificación

Consiste en comprobar que el Plan se ajuste a la realidad de los procesos, que se mantienen bajo control todos los puntos críticos identificados y que se garantiza la producción de alimentos seguros, evitando el consumo de aquellos que no lo sean.

La verificación del sistema se realiza de diferentes formas y a distintos niveles. Se emplean metodologías de auditorías y análisis que abarcan:

- Revisión de los registros de vigilancia.
- Revisión de la eficacia de las acciones correctoras establecidas a partir del análisis tras la aplicación de las mismas.
- Comprobaciones analíticas por parte de un laboratorio externo.
- Procedimientos de auditoría por parte de un laboratorio externo, lideradas desde el Departamento de Calidad y por parte del mismo Departamento de Calidad.

### 3. Gestión de incidentes relacionados con la calidad y seguridad alimentarias

Áreas dispone de un procedimiento de gestión de incidentes relacionados con la calidad y seguridad alimentarias que tiene por objeto definir los protocolos de actuación ante diferentes situaciones relacionadas con aspectos de calidad, higiénicos y de seguridad alimentaria.

Se contemplan, además, instrucciones detalladas de qué hacer y cómo actuar ante los escenarios de incidentes más plausibles, de manera práctica y rápida; con todo ello, se deben garantizar las condiciones óptimas que confirmen que los clientes reciben un producto de alta calidad y de forma segura en unas instalaciones adecuadas.

En función del origen de los incidentes se distinguen las siguientes tipologías:

- **Relacionados con la calidad del producto.** Se deben al incumplimiento de las condiciones organolépticas esperadas en el producto, en alguna de las etapas del proceso productivo (recepción, almacenamiento, manipulación y exposición) debido a una inadecuada gestión, interna o externa, del mismo.
- **Relacionados con la seguridad del producto.** Se deben a cualquier situación en la que un producto causa o puede llegar a causar una enfermedad o lesión a un cliente o a un empleado.

En enero de 2011, se recibió una notificación de necesidad de retirada cautelar, por parte de un fabricante de caramelos debido a un exceso de colorante concreto, cuyos valores excedían los niveles permitidos. Por parte de Áreas se llevó a cabo la retirada en las condiciones de forma y plazo previstas.

Más allá de dar respuesta a necesidades puntuales de retiradas cautelares, el **Plan de Trazabilidad** implantado, que incluye la identificación de las materias primas e ingredientes, tanto en la etapa de recepción, como de elaboración y presentación final del producto, contempla actividades planificadas y rutinarias de comprobación, realizadas por el Departamento de Calidad.

No se ha recibido ningún otro tipo de comunicación de alerta alimentaria, por lo que no ha sido necesario activar los mecanismos previstos en estos casos.



## La alimentación saludable y el desarrollo del producto

### Buena práctica

#### Estrategia NAOS



¡come sano y muévete!

Áreas, como compañía asociada a Fehrcarem, ha demostrado su interés en colaborar de forma voluntaria con la Administración Pública para fomentar estilos de vida equilibrada entre los consumidores españoles.

El primer convenio NAOS entre ambas partes se firmó en el año 2005, y estuvo vigente hasta el año 2007. El nuevo convenio supone un paso más, después del esfuerzo realizado por las empresas de restauración, miembros de Fehrcarem, para introducir mejoras en la oferta en productos como las frutas y las verduras o los procesos de I+D relativos a los productos.

Para Áreas la firma de este nuevo convenio es una muestra de su compromiso de responsabilidad con la sociedad española a la que presta su servicio. A través de la Estrategia NAOS, se pretende impulsar iniciativas que contribuyan a lograr el cambio social que se requiere para abordar la actual problemática de la obesidad y el sobrepeso de la población española, mediante la promoción de una alimentación saludable y la lucha contra el sedentarismo.

De igual modo, desde el año 2010, Áreas está certificando sus establecimientos en España a través de AMED. AMED es un proyecto que identifica los establecimientos promotores de la alimentación mediterránea. El proyecto se basa en 3 principios:



1. La alimentación y la actividad física influyen en la salud de las personas.
2. El patrón de alimentación del Mediterráneo se considera una propuesta de alimentación muy saludable.
3. El sector de la restauración es cada vez más importante en el modelo de alimentación actual.

## LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

Para Áreas, la satisfacción de las expectativas y de las necesidades de los clientes es un objetivo clave y la base del negocio. Por ello, la orientación al cliente es el centro de todas las decisiones de la organización.

Para mantener una buena relación con los clientes, Áreas tiene establecidos múltiples canales de comunicación y diálogo que le permiten identificar y conocer las principales inquietudes y preocupaciones surgidas, y darles respuesta. Un ejemplo de ello es el desarrollo de prestaciones adicionales en las áreas de servicio, como la disponibilidad de redes Wi-Fi y canales de televisión para poder seguir los partidos de fútbol aunque sean de pago (GoITV).

En cuanto a los clientes finales, a través de los comentarios recibidos de los canales a disposición de los mismos, Áreas ha identificado los siguientes aspectos como principales, tanto a nivel de satisfacción como de importancia dentro de su proceso de compra:

- Atención al cliente y calidad de los productos
- Precio
- Variedad
- Aspecto de los productos

Para dar respuesta a los puntos mencionados, y así incrementar el grado de satisfacción de los clientes, se han realizado desde el Área de Operaciones, principalmente, las siguientes acciones con la Voz del Cliente:

- Semanalmente, se ha remitido la voz del cliente a los gerentes, quienes devuelven el feed back de las acciones emprendidas.
- A nivel global, periódicamente se presentan los resultados de los comentarios recibidos en las áreas técnicas implicadas, principalmente Hostelería Técnica y Márketing, para la definición de acciones de mejora. Y, puntualmente, se toman en consideración los comentarios recurrentes de un mismo punto de venta y/o zona.

*El área de Operaciones ha hecho un seguimiento específico de la Voz del Cliente, implicando a todos los departamentos vinculados*

### Proyecto Customer Experience 360°

#### Buena práctica

El proyecto Customer Experience 360° tiene por objetivo obtener la percepción de los clientes finales de las áreas (marcas/explotaciones) más estratégicas de la compañía. Implica a todos los puntos de venta de las actividades de hostelería, tienda y gasolineras, así como a los departamentos técnicos de la compañía.

Customer Experience 360° parte de los cuestionarios de satisfacción entregados de forma aleatoria por parte del personal a los clientes finales, así como, de las 300 llamadas telefónicas que se realizan mensualmente a los clientes para obtener información según las necesidades de las dos actividades (cada mes se actualiza el contenido de las encuestas telefónicas). Los cuestionarios y las llamadas permiten identificar las áreas de mejora prioritarias de la compañía.

Una vez identificadas las áreas estratégicas, se han establecido diferentes grupos de trabajo, en los que se realizarán dos actividades para profundizar en los aspectos de más importancia para los clientes e identificar y actuar en los aspectos que no cubren sus necesidades al 100%. Las técnicas que se utilizarán serán:

- Entrevistas en profundidad (100 entrevistas por grupo dos veces al año)
- Focus Group (2 veces al año por grupo)

Los impactos del proyecto Customer Experience 360° son:

- Mejora de la satisfacción de los clientes para conseguir la fidelización de los mismos
- Aumento de las ventas tanto a través del aumento del ticket medio como del número de tickets

## 5.3 Concedentes y franquiciadores

En relación con el compromiso clave de Áreas de buscar la satisfacción de sus concedentes, Áreas dispone de múltiples canales de comunicación que tratan de mantener una relación fluida con las organizaciones concedentes y franquiciadoras.

En este sentido, Áreas propone dar un paso adelante en la comunicación de la información de las ventas de cada uno de los puntos, mediante la creación de un portal en internet de acceso restringido al Concedente y al Franquiciador, en el que ambos tendrán acceso directo a información relacionada con la actividad, de un modo más ágil y dinámico. Este portal está en proceso de diseño y se desarrollará durante el próximo ejercicio.

Las organizaciones concedentes y franquiciadoras de Áreas establecen ciertos requisitos en cuanto a la gestión y el desarrollo del servicio prestado por Áreas, entre los que se encuentran criterios de producto y servicio. De igual modo, estas organizaciones se encargan en ocasiones de gestionar algunos aspectos ambientales derivados de la actividad de Áreas, de modo que la gestión es compartida. En el marco de esta gestión, Áreas ha realizado auditorías ambientales y ha incorporado criterios sociales y ambientales de producto exigidos por las empresas concedentes y franquiciadoras.

*Áreas ha realizado auditorías ambientales y ha incorporado criterios sociales y ambientales en el desarrollo de productos exigidos por las empresas concedentes y franquiciadoras*

#### OBJETIVOS DE CLIENTES PARA EL PERÍODO 2010-2011

	Consecución
· Mejorar de forma continua la calidad del producto y su coste.	✓
· Orientar el merchandising al resultado.	✓
· Fidelizar al cliente mediante la calidad del producto.	➔
· Sistematizar el proceso de venta.	➔
· Potenciar el contacto con el cliente.	➔
· Implantar la herramienta de medición de la calidad interna.	✓
· Alcanzar un objetivo del 90% en las valoraciones de Mystery Shopper.	✓
· Alcanzar un grado de satisfacción objetivo del 80% en los cuestionarios.	✓

✓ Hecho

➔ En proceso



OBJETIVOS DE CLIENTES PARA EL PERÍODO 2011-2012

- Maximizar de forma continuada la satisfacción de expectativas de los clientes.
- Dinamizar la oferta de productos, adecuando las gamas y potenciando el producto.
- Fomentar los productos recién elaborados.
- Mejorar la gestión de las colas.
- Potenciar la exposición de productos.
- Mantener el objetivo del 90% y reforzar la figura del Mystery Shopper.
- Obtener la percepción de los clientes de las áreas más estratégicas de la compañía (Proyecto Customer Experience 360º).
- Integrar el sistema de gestión de calidad y riesgos laborales.

# 5.4 Innovación

Áreas trabaja para innovar en los distintos ámbitos de la compañía, con el desarrollo de nuevos productos y servicios, e incluso procesos. Considera que la innovación es indispensable para el progreso en un entorno cada vez más competitivo.

La gestión de la innovación en hostelería en Áreas, que recae en el Departamento de Hostelería Técnica I+D+i, se divide en las siguientes líneas:

- Proyectos, para los cuales se hace un seguimiento del coste de la inversión. Por ejemplo, en relación al merchandising, se dispone de un registro de aprendizaje y actualmente se está trabajando la innovación en envases ecológicos.
- Productos, para los cuales se hace una hoja de control y seguimiento para cada proyecto. Además, se dispone de una hoja de seguimiento global de todos los proyectos y una de todo el departamento. También se trabaja la búsqueda de nuevos productos por encargo o por conveniencia, con el fin de aumentar la facilidad de los procesos.

Para el desarrollo de la innovación, Áreas invierte anualmente con sus recursos propios y/o con el soporte de los recursos de los proveedores. En los tres últimos ejercicios, la inversión en innovación se ha mantenido estable, con cifras que oscilan entre los 65.000 y los 80.000 euros. En el período 2010-2011, la finalidad de la innovación ha sido mantener el liderazgo y tener acceso a nuevos mercados.

De forma complementaria, los departamentos de sistemas de información y distribución técnica trabajan para extender prácticas de innovación en la organización enfocadas a mejorar la satisfacción del cliente y a incrementar la eficiencia de los procesos organizativos.

OBJETIVOS DE INNOVACIÓN PARA EL PERÍODO 2010-2011

- |  | Grado de consecución |
|--|----------------------|
| · Consolidar 4ª y 5ª gama (calidades).   | ✓                    |
| · Simplificar los procesos de venta.   | ➡                    |
| · Realizar un análisis profundo de la productividad por concepto/sistema de venta. | ✓                    |

- ✓ Hecho  
➡ En proceso

OBJETIVOS DE INNOVACIÓN PARA EL PERÍODO 2011-2012

- Mejorar la exposición frío-caliente.
- Regenerar los productos-equipos a medida de las necesidades detectadas.
- Cocina de ensamblaje como modelo de producción con el apoyo de producción de larga vida.





# 6 COLABORADORES

- 6.1 GESTIÓN DEL EQUIPO HUMANO
- 6.2 PERFIL DE LA PLANTILLA
- 6.3 CANALES DE DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN
- 6.4 IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
- 6.5 CONCILIACIÓN DE TRABAJO-FAMILIA-OCIO Y BENEFICIOS SOCIALES
- 6.6 FORMACIÓN Y MEJORA CONTINUA
- 6.7 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES



# 6 COLABORADORES

## 6.1 Gestión del equipo humano

Disponer de empleados cualificados y motivados constituye el activo más importante y la clave del éxito de toda empresa. Por eso, Áreas trabaja para ofrecer óptimas condiciones de trabajo, programas de formación atractivos y buenas oportunidades de desarrollo profesional. El objetivo es atraer a profesionales con gran talento que puedan satisfacer las necesidades de los clientes y dar respuesta a los retos de futuro de la compañía. La igualdad de oportunidades, la cohesión del equipo, la comunicación abierta y la salud y seguridad en el trabajo son aspectos considerados esenciales en la gestión de las personas trabajadoras de Áreas.

El compromiso de Áreas con los colaboradores se pone de manifiesto en la Declaración de los Derechos del Colaborador.

1. Trabajar en un ambiente seguro y saludable.
2. Recibir formación continua y completa, que ayude a mejorar día a día en el puesto de trabajo.
3. Conocer los horarios de servicio, para poder organizar la vida privada con la suficiente antelación.
4. Ser reconocido como parte del equipo.
5. Trabajar en un ambiente sin ningún tipo de discriminación por motivo de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición personal o social.

Áreas dispone de numerosas políticas de gestión que han sido debidamente difundidas a nivel interno, en las que se explicita el claro posicionamiento de la compañía en materias especialmente sensibles, la mayoría de ellas relacionadas con las personas trabajadoras y la difusión de los valores corporativos.

### Representación legal de los trabajadores

Áreas cuenta con 38 grupos organizados de representación sindical que engloban comités de empresa, delegados sindicales, enlaces sindicales y delegados de

*La Declaración de los Derechos del Colaborador explicita el compromiso de Áreas con los colaboradores*

prevención de riesgos laborales. Estos grupos suman un total de 179 representantes distribuidos en todo el territorio español. El Departamento de Relaciones Laborales se encarga, a través de cuatro responsables de personal, de regular y gestionar las relaciones con todos ellos, celebrando reuniones periódicas según las necesidades surgidas, en condiciones de normalidad, en las relaciones laborales diarias. Además, Áreas convoca durante el año las reuniones que sean precisas, y en caso de presentarse objetivos trascendentes y concretos a tratar. En el presente ejercicio, se han llevado a cabo 250 reuniones.

## 6.2 Perfil de la plantilla

La plantilla media equivalente de Áreas España registra una tendencia a la baja, acentuada en los dos últimos años por la situación de recesión económica en el país. Actualmente, la prioridad de Áreas España es minimizar el impacto de dicha situación en la plantilla.

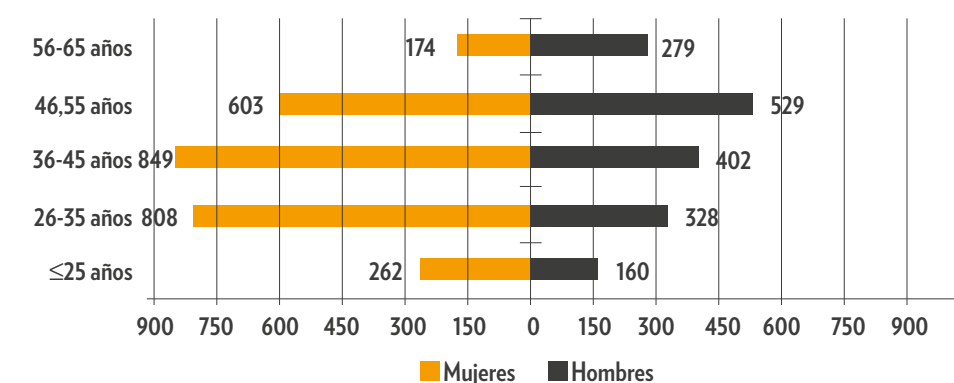
	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009-10	Ejercicio 2010-11
Plantilla media equivalente*	5.219	4.870	4.391
% de mujeres	64%	65%	65%
Plantilla a 30 de septiembre	4.578	4.533	4.394
% de mujeres	60%	61%	61%

\* Número de personas trabajadoras a jornada completa durante todo el año.

En Áreas existe la figura de los representantes legales de los trabajadores, y el 100% de la plantilla está cubierta por el convenio colectivo.

El 80% de la plantilla de Áreas España a 30 de septiembre<sup>1</sup> (4.394 personas) tiene entre 26-55 años (el 26% tiene entre 26-35 años, el 28% tiene entre 36-45 y el 26% tiene entre 46 y 55 años).

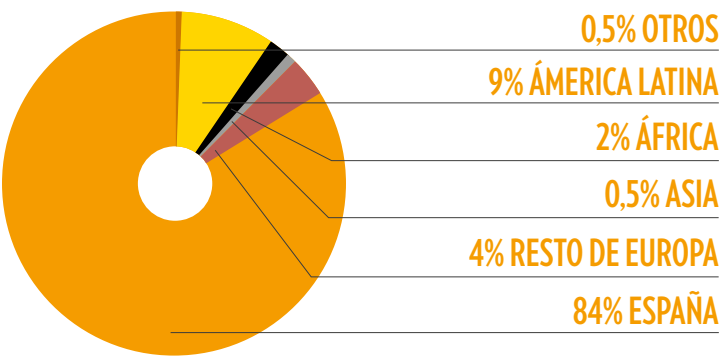
### Plantilla según género y grupo de edad



<sup>1</sup> Corresponde al dato de personas trabajadoras a final del ejercicio, que habitualmente es conocido como plantilla a 31 de diciembre. Se diferencia de la plantilla media equivalente en que considera el número de personas trabajadoras en el último día del periodo, independientemente de su jornada de trabajo.

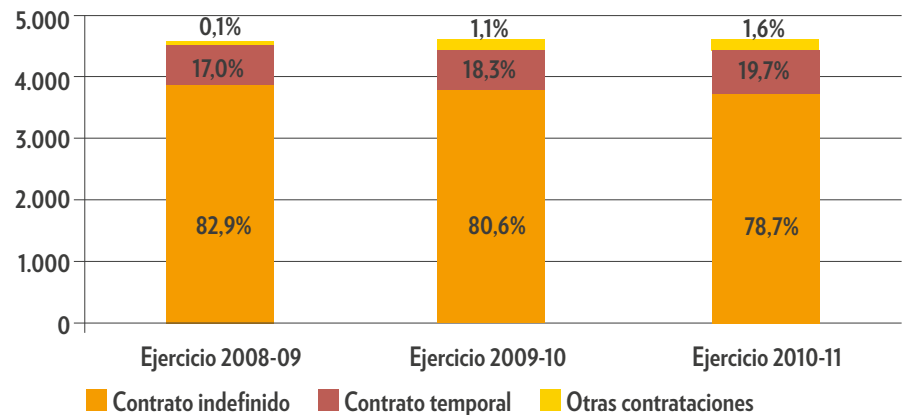


El 84% de la plantilla de Áreas España es de nacionalidad española y el resto procede principalmente de países de latinoamericanos.

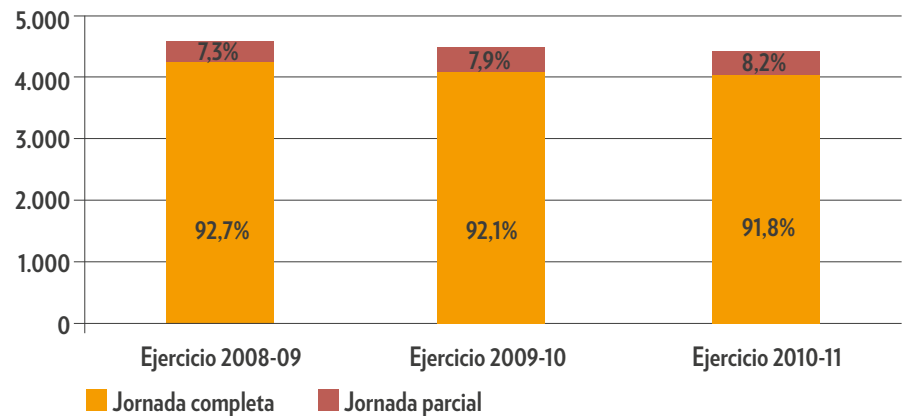


El 78% de las personas contratadas disponen de contrato indefinido, y el 92% trabaja a jornada completa.

Distribución de la plantilla según el tipo de contratación



Distribución de la plantilla según el tipo de jornada



El índice de rotación de Áreas España ha sido del 38%, incluyendo despidos, bajas voluntarias y bajas por otras causas y sin incluir las finalizaciones de contrato.

En caso de un eventual cierre de un centro, el departamento de RR.HH. conjuntamente con Operaciones estudia previamente las posibilidades de recolocación del personal afectado en centros y puestos similares para minimizar el impacto en la plantilla.

	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009-10	Ejercicio 2010-11
Índice de rotación	39%	35%	38%

## 6.3 Canales de diálogo y participación

Para fomentar el diálogo de la empresa con el equipo humano que la integra y, a su vez, de todas las personas colaboradoras entre ellas, Áreas dispone de diferentes canales y herramientas para dar respuesta a las necesidades de comunicación.

En este sentido, Áreas cuenta con un sistema formalmente establecido de evaluación, aplicación y seguimiento de las quejas y demandas recibidas por parte de los colaboradores. Específicamente, el Área de Prevención de Riesgos Laborales dispone de un documento para que cualquier trabajador pueda comunicar una situación de riesgo o de bajo confort en su centro o puesto de trabajo que deba ser analizada y gestionada, si es preciso, mediante la adopción de medidas correctoras.

El Área de Relaciones Laborales trabaja en estrecha relación con el Departamento de Operaciones, los gerentes de los centros y la representación legal de los trabajadores, quienes comunican todas las incidencias, demandas, quejas o solicitudes de los colaboradores de los centros. Todas ellas son evaluadas y valoradas desde las diversas situaciones, tomando la decisión final y comunicándola a la persona interesada.

En relación a las quejas y demandas susceptibles de ser calificadas de acoso laboral y/o sexual: se canalizan a través de un servicio de atención al empleado de Áreas, el **Servicio N.E.S.** (no estás solo/a ante el acoso), donde el trabajador puede acudir de forma confidencial a denunciar aquellas situaciones que pueden ser consideradas acoso laboral y/o sexual.

*Áreas cuenta con un sistema formalmente establecido de evaluación, aplicación y seguimiento de las quejas y demandas recibidas por parte de los colaboradores*

Además, Áreas tiene incorporado en la Intranet un sistema abierto de recepción de temas de gestión de personas, como una ventanilla de admisión de todas las posibles solicitudes en esta materia.

A raíz de la comunicación y el diálogo mantenido con el equipo humano, las principales inquietudes y cuestiones surgidas, provenientes principalmente de la representación legal de la plantilla, versan a menudo sobre la estabilidad en los puestos de trabajo, la conservación del empleo, el salario, y la determinación de la jornada laboral. Estas cuestiones son recibidas por el equipo de relaciones laborales, quien se ocupa de dar respuesta mediante los canales habituales de comunicación establecidos: teléfono, email o la celebración de las reuniones mensuales con los jefes de personal.

Referente a las inquietudes y preocupaciones de los trabajadores relacionadas con aspectos de prevención de riesgos laborales, se recogen a través de dos vías: los comunicados de situaciones de riesgo o bajo confort que los propios trabajadores pueden hacer llegar a la empresa directamente o por medio de sus representantes o del responsable del centro, y los resultados obtenidos de los diferentes estudios de riesgos psicosociales que se hacen dentro de la actividad preventiva del centro.

## 6.4 Igualdad de oportunidades

Áreas asume el compromiso de velar por la igualdad de oportunidades y la no discriminación, y así lo manifiesta en uno de los cinco compromisos estratégicos de responsabilidad social corporativa de la empresa en la Declaración de los Derechos del Colaborador.

En el año 2008, el Comité de Dirección de Áreas formalizó el compromiso de igualdad adoptado por la empresa y lo difundió a todo el personal de la compañía. También en 2008 se iniciaron los trabajos para elaborar el Plan de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres de Áreas España. Para ello, se llevaron a cabo estudios de valoración, grupos focales con la participación de empleados/as de diferentes áreas y niveles de la compañía además de representantes legales de los empleados de los distintos ámbitos de actividad y zonas de todo el territorio español. También se actualizó el protocolo de actuación en la prevención y gestión de los casos de acoso sexual y por razón de género.

*El servicio N.E.S  
(No estás solo/a ante  
el acoso) permite  
la formulación de  
denuncias anónimas*

Este procedimiento permite gestionar de forma sistematizada las quejas y resolver posibles conflictos de los trabajadores entre sí.

Posteriormente, en 2009 se realizó un diagnóstico de la situación de la empresa en materia de igualdad, valorando los puntos fuertes y los puntos débiles. No obstante, la puesta en marcha del plan se ralentizó y se solapó con diversos cambios estructurales significativos. En este momento se está actualizando el diagnóstico, para poder elaborar el Plan de Igualdad ajustado a la realidad vigente en la organización.

El porcentaje de mujeres en cargos directivos se sitúa en un 18%, cifra que aumenta hasta el 38% en el caso de los mandos intermedios. Cabe destacar que en ambos casos el porcentaje ha aumentado en los últimos años gracias a la implantación de acciones positivas para incrementar la presencia de mujeres en los puestos de mayor responsabilidad.

Porcentaje de mujeres según categoría laboral (Plantilla a 30 de septiembre)	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009- 10	Ejercicio 2010- 11
Cargos directivos	14%	13%	18%
Mandos intermedios	35%	36%	38%
Resto de plantilla	67%	67%	67%
Becarios		100%	100%
<b>Total</b>	60%	61%	61%

La tasa de retención tras la baja por maternidad o paternidad se sitúa en un 100% en el caso de los hombres y en un 96% en las mujeres.

	Ejercicio 2008-09		Ejercicio 2009- 10		Ejercicio 2010- 11	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Tasa retención	95%	83%	85%	92%	100%	96%

*La tasa de retención  
se sitúa en un 100%  
en el caso de los hombres  
y en un 96% en las mujeres*

La política salarial de Áreas está vinculada a la descripción de puestos de trabajo y a la antigüedad de las personas trabajadoras. El salario inicial del ejercicio 2010-2011 ha sido como mínimo de un 54% superior al salario mínimo local establecido en España.

Para la integración de personas con algún tipo de discapacidad psíquica o física, Áreas dispone de un programa de contratación específico, que ha supuesto la contratación directa de personas discapacitadas, que constituyen el 0,57% de la plantilla. Por otro lado, mediante las medidas alternativas previstas por la LISMI, que incluyen la contratación de bienes y servicios a centros especiales de trabajo, como la Fundación Cassià Just, y las donaciones, se ha completado el porcentaje de personas discapacitadas contratadas, alcanzando el 2% establecido en la LISMI.

# 6.5 Conciliación y beneficios sociales

## CONCILIACIÓN DE LA VIDA PROFESIONAL, FAMILIAR Y PERSONAL

Áreas cuenta con políticas que permiten una mayor conciliación de la vida personal y familiar de los colaboradores con su vida laboral. El 54% de la plantilla a 30 de septiembre se encuentra en la franja de edad comprendida entre los 26 y 45 años. De este porcentaje, un 69% son mujeres.

En este sentido, Áreas ha sido pionera en ofrecer medidas de conciliación. Por ejemplo, otorga 20 días naturales de descanso por lactancia, mejorando algunos convenios colectivos de aplicación en la empresa. Áreas también permite y facilita medidas de conciliación en todos los centros de trabajo, siempre y cuando su aplicación no genere imposibilidad de gestionar el servicio, especialmente en lo referente a los centros de trabajo que funcionan por turnos. También existe la posibilidad de realizar teletrabajo en situaciones específicas y para determinados puestos de trabajo.

Asimismo desde el Servicio de Prevención de Áreas, se facilita la tramitación de la prestación de riesgo durante el embarazo o periodo de lactancia de las trabajadoras, así como la gestión de la adaptación de los puestos de trabajo, tareas o turnos en caso de determinarse por vigilancia de la salud en personas especialmente sensibles.

## BENEFICIOS SOCIALES

La política empresarial de Áreas contempla beneficios sociales comunes para todos los colaboradores de la compañía así como también otros beneficios en función de la categoría laboral.

Algunos de los beneficios sociales comunes a toda la plantilla son el lote de navidad, préstamos de cantidad variable según la antigüedad del empleado, un fondo social, ayudas escolares para estudiantes de entre 3 y 18 años, premios a la permanencia positiva y el Carnet del Empleado, que ofrece una gran variedad de descuentos en las instalaciones de Áreas.

En relación a las actividades extra laborales que Áreas brinda a la plantilla, destaca el Club Áreas desde el cual se ofrecen cursos, entradas y ofertas, por ejemplo, entradas de teatro, precios especiales para la compra de un nuevo vehículo y ofertas para realizar cursos de idiomas.

# 6.6 Formación y mejora continua

En la gestión del equipo humano de Áreas es importante el desarrollo profesional de los empleados mediante el despliegue de programas formativos y de desarrollo profesional que potencian el talento de la plantilla.

## SISTEMA DE DIRECCIÓN POR OBJETIVOS

Para que el desarrollo profesional sea una realidad, Áreas dispone de un Sistema de Dirección por Objetivos (DPO) que permite establecer cuáles son las contribuciones individuales a los objetivos de la compañía y, a su vez, potenciar un estilo de dirección orientado al desarrollo de las personas.

El porcentaje total de la plantilla de Áreas España sujeta a una DPO es de un 12%.

Categoría laboral	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009-10	Ejercicio 2010-11
Cargos directivos	100%	100%	100%
Hombres	100%	100%	100%
Mujeres	100%	100%	100%
Mandos intermedios	56%	56%	59%
Hombres	51%	51%	54%
Mujeres	64%	64%	68%
Resto de plantilla	0%	0%	0%
Hombres	0%	0%	0%
Mujeres	0%	0%	0%

Nota: % de la plantilla que está sujeta a una DPO. Calculado en base a la plantilla de cada categoría y cada género.  
La categoría Mandos intermedios es muy amplia por eso abarca colectivo sin DPO.

## PLAN DE FORMACIÓN

La formación es un elemento de capacitación clave para la consecución de los objetivos de la compañía así como para ofrecer una atención de calidad a los clientes. Con la formación los colaboradores refuerzan aptitudes y reciben los conocimientos necesarios para el buen desarrollo de sus tareas diarias en sus respectivos lugares de trabajo.

El total de colaboradores formados en el último año ha aumentado un 197% respecto al 2010. Las horas totales de formación se han incrementado en un 86%. La categoría de mandos intermedios es la que ha registrado un mayor aumento, con un 262% para ambos géneros.

Las horas totales de formación han incrementado un 86% y el 100% de la formación ha sido impartida dentro del horario laboral



**El 100% de la formación se ha impartido dentro del horario laboral, fomentando así la conciliación de la vida profesional y personal.**

Más del 90% de la formación impartida corresponde a prevención de riesgos laborales y a buenas prácticas en higiene alimentaria. En menor medida, destaca la formación en idiomas (inglés) y también la formación vinculada al Plan de Desarrollo Directivo dirigida a personal directivo y a mandos intermedios.

También se han atendido solicitudes individuales de formación en temáticas diversas, como trade marketing o también hablar en público. Estas solicitudes incluyen además la asistencia a congresos relacionados con el sector.

Categoría laboral	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009- 10	Ejercicio 2010- 11
Total de asistentes a los cursos de formación	3.574	2.633	7.816
Inversión total en formación	605.000 €	480.000 €	435.000 €
% de formación dentro del horario laboral	100%	100%	100%
Horas de formación	173.797	85.132	158.578

Para evaluar el aprovechamiento de la formación, Áreas dispone de un procedimiento de análisis del impacto de la formación, que tiene por objetivo determinar, en base a los objetivos de aplicabilidad de cada acción formativa, qué conocimientos, habilidades y/o actitudes ha integrado y/o modificado el participante en su actividad profesional diaria. Asimismo, se valoran los cambios que el proceso de aprendizaje ha generado en el colaborador, cómo lo transfiere a su puesto de trabajo, y, por consiguiente, a su departamento o área, y a la organización en su conjunto.

La valoración del impacto consiste en evaluar los indicadores de comportamiento asociados a cada objetivo de aplicabilidad y definidos para cada acción formativa.

**Proyecto: Gestión y desarrollo de talento**

**Buena práctica**

Uno de los objetivos principales que se plantea el Departamento de Gestión y Desarrollo de Personas de Áreas es detectar, gestionar y desarrollar el talento de los colaboradores de la compañía más capacitados para el desempeño de su trabajo en los puestos clave. Para ello, el DGDP trabaja principalmente junto a los Departamentos de Operaciones para desarrollar los perfiles de los colaboradores que han destacado en el desempeño de sus funciones, por sus conocimientos, por sus habilidades y por el deseo de emprender nuevos retos.

Con el fin de dar un mayor alcance a todo el colectivo de Áreas, la empresa ha lanzado un nuevo proyecto de Gestión y Desarrollo del Talento que se llevará a cabo en diferentes fases:

1. Definición y alcance.
2. Obtención de datos curriculares.
3. Entrevistas con superiores.
4. Herramienta de evaluación objetiva.
5. Obtención de resultados (Mapa de talento).
6. Planes de Acción.

La primera fase de definición y alcance del proyecto ha finalizado y, actualmente, se está trabajando en el desarrollo, junto con el Departamento de Sistemas de la Información, de una herramienta que permita obtener la actualización de los datos curriculares del colectivo de Áreas. La fase previa de obtención de datos curriculares permite conocer mejor a los colaboradores, tener noticia de sus conocimientos y formación o experiencia profesional así como de su motivación, interés y expectativas profesionales.

Para facilitar la actualización de la base de datos, se ha dado a conocer esta herramienta a través de la Intranet de Áreas, que permite al colaborador introducir y actualizar sus datos personales, de formación, experiencia, expectativas y otros de interés. Se trata de una herramienta de autogestión del currículum de la persona de carácter personal y confidencial, el tratamiento y gestión de la información que de ella se derive se llevará a cabo únicamente por el Departamento de Gestión y Desarrollo de Personas.

El resto de las fases planteadas en este proyecto se iniciaran e implementarán durante el primer trimestre del ejercicio 2011-2012.

# 6.7 Prevención de riesgos laborales

La seguridad y salud de los colaboradores es una línea básica en la gestión del equipo humano de Áreas. La empresa tiene implantado un Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales basado en la norma OSHAS 18001:2007, de reconocido prestigio internacional.

Áreas cuenta con la figura del Comité de Seguridad y Salud, órgano paritario y colegiado, de participación, destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de la compañía en materia de prevención de riesgos laborales. En el ejercicio 2010-2011, Áreas ha contado con 16 comités de seguridad y salud, que cubren el 60% de la plantilla. Con ellos se han realizado un mínimo de 4 reuniones anuales a las que han asistido los miembros del servicio de prevención de la compañía y los representantes de los trabajadores y de la empresa en dichos comités. Por otro lado, en Áreas España existen un total de 77 delegados de prevención que representan a los trabajadores con funciones específicas en materia de prevención de riesgos laborales.

Para la gestión de la prevención de los riesgos laborales (PRL), Áreas dispone de un servicio propio mancomunado de PRL para todas las empresas del grupo empresarial en España, y la concertación de un servicio de prevención ajeno para la actividad de medicina del trabajo. Todos los centros y puestos de trabajo son evaluados periódicamente. Del resultado de las evaluaciones se desprende una planificación preventiva que comporta acciones correctoras.

Cabe añadir que la evaluación de los riesgos del centro y de los puestos de trabajo incorpora la realización de evaluaciones de riesgos específicas, entre las que se incluye la evaluación de los riesgos psicosociales. Esta evaluación se efectúa utilizando la metodología propuesta por el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo (INSHT). En el ejercicio 2010-2011 se han realizado un total de 54 informes de evaluación de riesgos psicosociales.

Algunas de las **actuaciones** de la Gestión de Prevención de Riesgos Laborales llevadas a cabo en Áreas durante el 2010-2011 son:

- Desarrollo de un sistema integrado de gestión basado en la norma OHSAS 18001:2007.
- Desarrollo del Plan de Prevención de Áreas.

*En el ejercicio 2010-11 Áreas ha contado con 16 comités de seguridad y salud, que cubren el 60% de la plantilla, y se han realizado un total de 54 informes de evaluación de riesgos psicosociales*

- Evaluaciones de riesgos y de informes específicos de seguridad, higiene, ergonómicos y psicosociales.
- Acciones formativas en materia de prevención de riesgos laborales.
- Investigación y análisis de daños a la salud por accidentes de trabajo o enfermedades profesionales.
- Planes de autoprotección o emergencias.
- Actuaciones de coordinación de actividades empresariales con contratas externas o proveedores de obras y/o servicios.
- Visitas de seguridad o prevención para el seguimiento de la actividad preventiva en los centros.
- Actuaciones de información: publicación de notas preventivas en la Intranet y divulgación entre los trabajadores, elaboración de fichas de riesgos por puestos de trabajo o actividad, publicación de artículos en la revista interna, divulgación de la normativa.
- Actuaciones de vigilancia de la salud de los trabajadores
- Campañas de promoción de la salud, con la colaboración de la mutua de accidentes de trabajo u otros proveedores externos.
- Actuaciones de integración de la gestión de la PRL en los centros a través de formación y de información a los gerentes o responsables de los mismos.

## INDICADORES DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Gasto global en prevención de riesgos laborales.

Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009- 10	Ejercicio 2010- 11
754.190€	813.871€	795.000€

Indicadores de control y seguimiento de prevención de riesgos laborales.

	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009- 10	Ejercicio 2010- 11
Número de accidentes con baja	321	251	193
Horas trabajadas totales	13.253.777	12.545.700	12.042.136
Número de jornadas perdidas	97.129	91.966	83.076
Número de horas no trabajadas	755.599	720.549	646.717
Número de horas perdidas por absentismo*	596.459	556.049	505.203

\*Absentismo derivado de Incapacidad Temporal.

## OBJETIVOS DE COLABORADORES PARA EL PERÍODO 2011-2012

- Identificar a las personas/puestos clave de la organización, asegurando su desarrollo y fidelizando su talento.
- Mejorar la formación de oficio.
- Mejorar los sistemas, métodos y contenidos de la formación de oficio para asegurar la profesionalización en el servicio.
- Implantar el Sistema Integrado de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales, según la norma OHSAS 18001:2007.
- Finalizar el diagnóstico inicial del Plan de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres.

# Oxígeno

## 7

## MEDIO AMBIENTE

- 7.1 GESTIÓN MEDIO AMBIENTAL EN ÁREAS
- 7.2 CONSUMOS
- 7.3 EMISIONES Y RESIDUOS



# 7 MEDIO AMBIENTE

## 7.1 Gestión medio ambiental en Áreas

Áreas quiere contribuir a la mejora de la sostenibilidad concentrando esfuerzos para minimizar los impactos medioambientales derivados de sus actividades. Esta convicción es uno de los cinco compromisos estratégicos de la RSC de la compañía y es el pilar sobre el que se fundamenta el sistema de gestión ambiental. Además, este compromiso se materializa con la firma del Pacto Mundial, una iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas, en la cual tres de sus diez principios hacen referencia al medio ambiente.

Sobre la base del compromiso ambiental, Áreas impulsa diferentes medidas para asegurar una gestión responsable en el consumo de recursos y la gestión de residuos. Otras medidas para minimizar el impacto ambiental son la consideración de criterios ambientales en el diseño y construcción de nuevos establecimientos, la sensibilización de la plantilla en buenas prácticas ambientales y el impulso de iniciativas diversas para contribuir a un desarrollo respetuoso con el medio ambiente.

### MARCO DE GESTIÓN

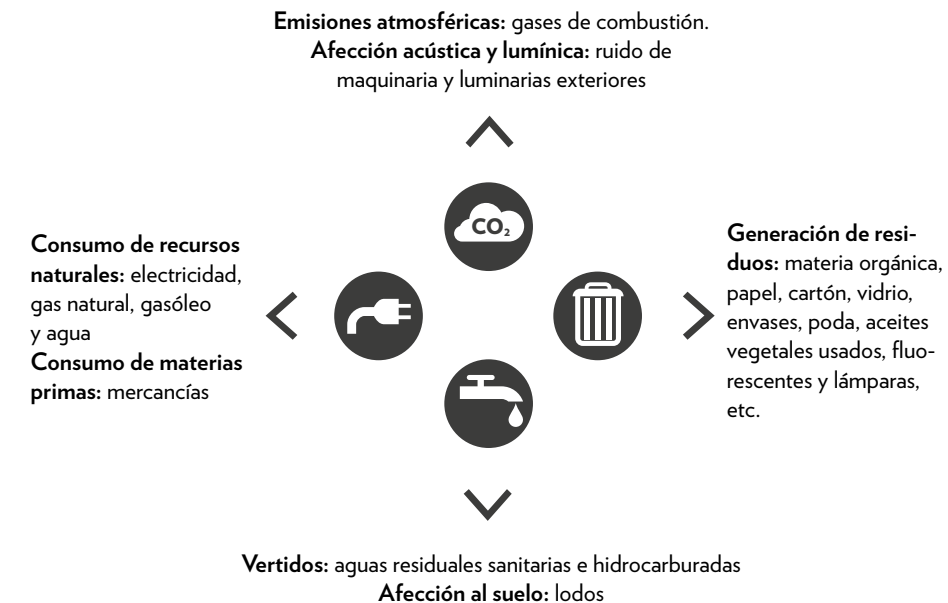
La gestión ambiental de Áreas se fundamenta en el estándar mundial ISO 14001. AREAMED, empresa del grupo que gestiona diferentes áreas de servicio en Catalunya y Aragón, está certificada con esta norma en la gestión ambiental. A su vez, este estándar inspira el tratamiento integrado y controlado del conjunto de aspectos ambientales derivados de la actividad de todos los establecimientos de Áreas en España, con el objetivo de promover la protección ambiental y la prevención de la contaminación a través de acciones de mejora en estos ámbitos.

*La gestión ambiental de Áreas se fundamenta en el estándar internacional ISO 14001*

El compromiso de la compañía para los próximos años es certificar según la norma ISO 14001 nuevos establecimientos.

A nivel operativo, la área de Medio Ambiente de Áreas dentro de la Dirección de obras asume, entre otras funciones, el control del cumplimiento de la legalidad ambiental vigente, el mantenimiento del sistema de gestión ambiental, la detección de no conformidades ambientales y el estudio y desarrollo de medidas ambientales para alcanzar una progresiva mejora continua del sistema. Asimismo, adecua y aplica los procesos de gestión a otros sectores de actividad de la compañía. Esto incluye, por ejemplo, los procedimientos de identificación de normativa y requisitos legales que son de aplicación a todas las actividades de Áreas.

### Impactos ambientales más significativos



### Inversiones y gastos ambientales

La mayor parte de los gastos ambientales de Áreas se deben principalmente a los servicios prestados por empresas externas especializadas en la gestión de determinados residuos y en el mantenimiento de depuradoras, cuya gestión principal recae en la empresa AREAMED.

	Ejercicio 2009-2010	Ejercicio 2010-2011
Gastos ambientales	1.933.064 €	1.990.397 €
Inversiones ambientales	322.000 €	392.000 €

### Inventario energético

#### Buena práctica

La gestión actual de los consumos energéticos y de agua se realiza mediante un sistema de recogida de datos y validación manual que dificulta la gestión periódica de estos consumos de un modo exhaustivo.

Con el objetivo de disponer de datos de consumos ajustados de forma mensual, el Departamento de Sistemas de Información en colaboración con el área de Medio Ambiente está desarrollando un inventario energético que automáticamente permitirá obtención y seguimiento de estos datos.

Esta aplicación se alimentará de los datos procedentes de contadores que las personas responsables imputen directamente en el sistema, de modo que incrementará la exhaustividad de dichos datos y permitirá que se gestionen dichos consumos a tiempo real, mejorando así la gestión ambiental de la organización.

En base a la política de transparencia de sus acciones ambientales, Áreas mantiene una comunicación fluida con sus grupos de interés. En este sentido, cabe destacar su participación, como empresa socia de FEHRCAREM, en la consulta pública de la nueva ley de residuos y suelos contaminados.

### SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL

#### Con los colaboradores

Para asegurar una correcta gestión ambiental se necesita de la sensibilización y la implicación de todos los colaboradores. Con este objetivo, Áreas lleva a cabo acciones informativas para conseguir un alto grado de sensibilización en relación al cuidado y preservación del medio ambiente y para contribuir a un mejor desempeño ambiental en el desarrollo de las tareas diarias de los colaboradores.

Para ello, dispone de los siguientes canales y herramientas específicas de comunicación ambiental:

- **Guías de buenas prácticas ambientales**

Dentro de las directrices de la compañía, se incluye la aplicación de buenas prácticas ambientales destinadas a la conservación del entorno y, en particular, al mantenimiento, higiene y limpieza de las instalaciones de trabajo. La guía incluye buenas prácticas que se aplican en la operativa diaria, como técnicas de gestión o pautas de trabajo, destinadas a mejorar el rendimiento ambiental y, por tanto, a reducir los impactos de la actividad. Son medidas sencillas que contribuyen a mejorar la calidad del servicio y repercuten en importantes ahorros de agua, energía y otros recursos.

También se dispone de documentación más específica relativa a procedimientos de gestión para determinadas operativas que son distribuidos entre el personal que lo requiera.

Esta guía se incluye en el manual de acogida, “Bienvenido/a a Áreas” y está al alcance de todos los colaboradores de la compañía mediante la Intranet.

- **Revista “CON ACENTO”**

Áreas edita la revista “Con Acento”, en la que se publican artículos que sirven para divulgar conocimientos y experiencias ambientales de la compañía entre todos sus colaboradores. En algunos casos también incluyen recomendaciones en relación a la temática. Algunos de los temas tratados son: la iluminación eficiente, el uso eficiente del gas y el reciclaje de residuos, entre otros.



- **Intranet**

La Intranet complementa las herramientas anteriores. A ella tienen acceso todos los centros del grupo y **ofrece toda la documentación que se considera importante para el óptimo desarrollo de las funciones de los colaboradores.** Entre esta documentación no sólo están los procedimientos propios de Áreas sino también las políticas y reglamentos de los concedentes, documentos legales de interés, fichas de seguridad, plantillas diversas, cartelería sobre aspectos ambientales y buenas prácticas y guías de utilidad para el desarrollo de sus funciones, entre otros.

### Cartelería para la segregación de residuos

#### Buena práctica

En línea con las acciones de sensibilización ambiental, durante el ejercicio 2010-2011 Áreas ha desarrollado un conjunto de pósters gráficos para las personas trabajadoras que tienen por objetivo ayudar, facilitar, mejorar y asegurar la correcta segregación de los residuos de cartón, envases y vidrio.

Los resultados obtenidos se ponen de manifiesto con las cantidades de residuos gestionados de cada tipo (cartón, envases, vidrio) y en las auditorías ambientales de los concedentes, donde se observa un incremento en las cantidades recogidas.



#### Con los clientes

Con el objetivo de hacer partícipes del compromiso con el medio ambiente a los clientes, Áreas desarrolla campañas destinadas a sensibilizar a la gente sobre los aspectos ambientales en los que sus acciones pueden tener alguna incidencia. Estas campañas pueden ser promovidas por iniciativa propia o en colaboración con los concedentes. Por otro lado, también intenta concienciar a sus clientes de la importancia del ahorro de agua en el país mediante la colocación de adhesivos en los servicios propios de las explotaciones.

## 7.2 Consumos

Las actividades que Áreas desarrolla implican un consumo de energía, agua y materiales en múltiples procesos. Desde hace años, Áreas trabaja para conseguir un uso más eficiente de los recursos y así minimizar su impacto en el entorno.

### ENERGÍA

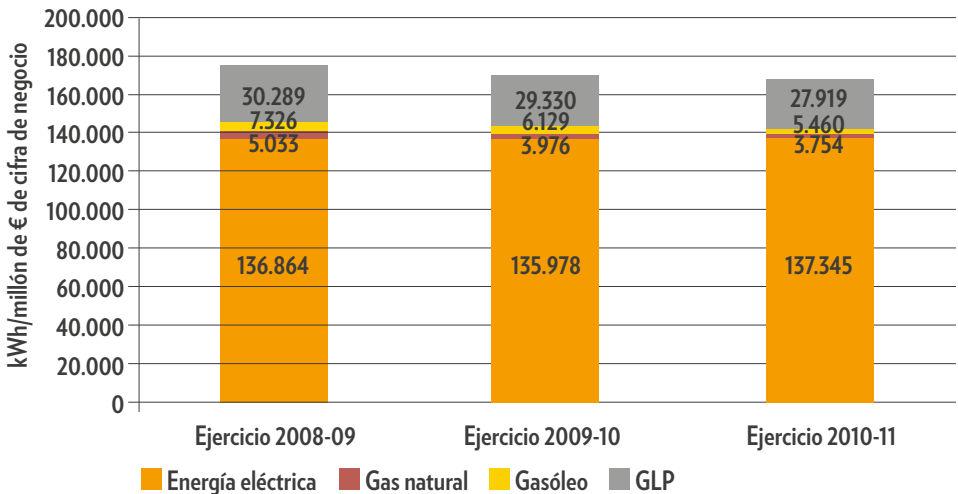
En la actividad de Áreas, el consumo de energía es uno de los mayores impactos en el medio ambiente. El consumo global de energía registra una tendencia a la baja en los tres últimos ejercicios debido principalmente a la puesta en marcha de políticas de eficiencia energética. El gasóleo es la energía que presenta una mayor disminución con un **12%**.

En el caso de la energía eléctrica se han incorporado los consumos de nuevas unidades en el mercado de aeropuertos que han elevado la base de comparación respecto a otros años. Sin tener en cuenta estos nuevos establecimientos, la reducción del consumo ha sido del **5%**.

MWh	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009-10	Ejercicio 2010-11	Tendencia
Energía eléctrica	61.096	59.395	58.990	-1%
Gas natural	2.247	1.737	1.612	-7%
Gasóleo (calefacción)	3.270	2.677	2.345	-12%
GLP	13.521	12.811	11.991	-6%
Total	80.134	76.621	75.090	-2%

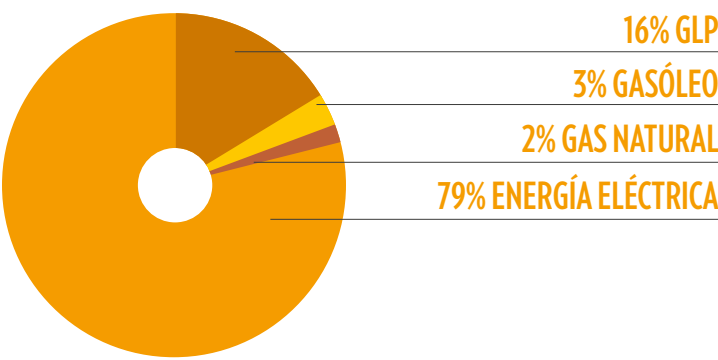
Considerando valores relativos a la cifra de negocio, la reducción en el consumo ha sido de un 0,5%.

### Consumo global de energía según la cifra de negocio





El 79% de la energía que consume Áreas es electricidad.



Principales acciones para el ahorro de energía

- Análisis y seguimiento de los consumos energéticos.
- Sustitución de equipos existentes por otros energéticamente más eficientes como: mecanismos de control de la iluminación (fotocélulas y detectores de presencia), luminarias interiores y exteriores de bajo consumo (iluminación LED), variadores de frecuencia en la maquinaria (campanas de cocinas, grupos de recirculación de agua fría, ascensores, depuradoras, entre otros).
- Optimización de los tiempos de uso de la maquinaria.
- Formación en temas de eficiencia energética a los responsables de mantenimiento de los diferentes centros de la compañía.

En relación a la utilización de iluminación LED, en este ejercicio Áreas ha instalado 1.516 unidades (de potencias entre 4 y 10 W) que han permitido reducir en 79,74 Kw la potencia instalada, con un ahorro de casi 350.000 Kwh/año de energía.

Total unidades	1.516,00
Total potencia instalada en LED	10,81 kW
Potencia antes de la instalación de LED	90,55 kW
Reducción de potencia instalada	79,74 kW
Reducción de energía estimada	349.261 kWh
Disminución de las emisiones de CO <sub>2</sub>	83,82 t

Fomento de las energías renovables

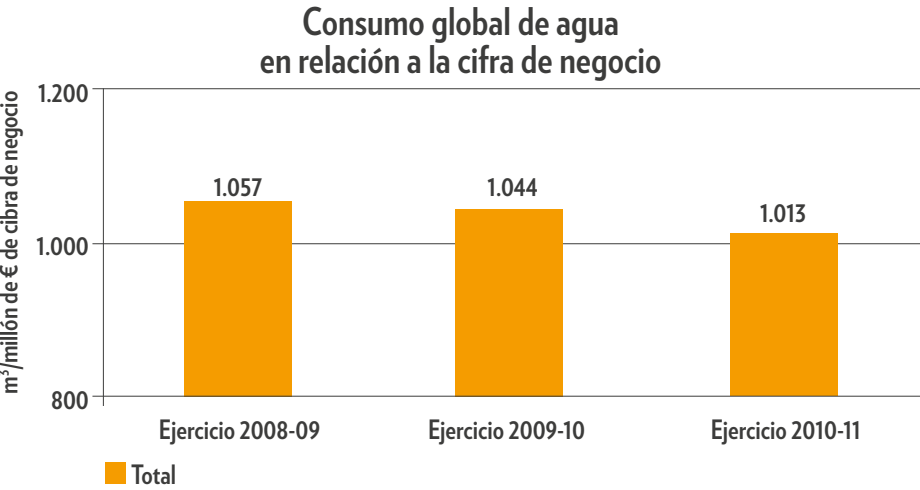
Evitando el consumo de combustibles fósiles, Áreas contribuye a la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>, causantes del efecto invernadero, a la vez que consigue un sustancial descenso en los gastos de energía convencional.

La potencia solar instalada en Áreas es actualmente de 72,11 kW, repartida entre los diversos establecimientos, para la producción de agua caliente sanitaria o para la generación de electricidad. Entre las instalaciones, cabe destacar las farolas fotovoltaicas para la iluminación exterior en algunas áreas de servicios.

AGUA

El consumo global de agua registra una tendencia a la baja en los tres últimos ejercicios debido principalmente al control que se realiza sobre este recurso.

m <sup>3</sup>	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009-10	Ejercicio 2010-11	Tendencia
Total	471.629	456.195	435.172	-5%



Principales acciones para el ahorro de agua

- Análisis y seguimiento de los consumos de agua.
- Sensibilización a los clientes a través de adhesivos que invitan a la optimización del consumo de agua.
- Incorporación de dispositivos automáticos en las salidas de agua.
- Uso del riego gota a gota en los jardines.
- Diseño de jardines eficientes.

MATERIALES

Áreas va incorporando progresivamente criterios ecológicos en la compra de material fungible y productos.

- **Detergentes para la limpieza.** Deben tener un nulo o bajo (<5%) contenido en fosfatos.
- **Aceites de fritura.** Uso de aceites del tipo “alto oleico”. Estos aceites son más adecuados para cocinar que el resto de aceites de semillas, ya que resisten mejor temperaturas de hasta 160-200°C, son más estables y se descomponen de una manera más lenta, incrementando la vida útil del producto. Estas características hacen que el aceite no deba ser cambiado con tanta frecuencia, lo que deriva en una reducción del aceite residual generado.

Una de las acciones de mejora destacada de este ejercicio es el cambio de materiales de papel sin criterios ambientales a **papel ecológico**. Algunos de estos materiales son las bolsas de papel para bollería y baguetes y las servilletas, entre otros.

# 7.3 Emisiones, aguas residuales y residuos

Las emisiones, las aguas residuales y los residuos son otros de los impactos significativos de la actividad de Áreas.

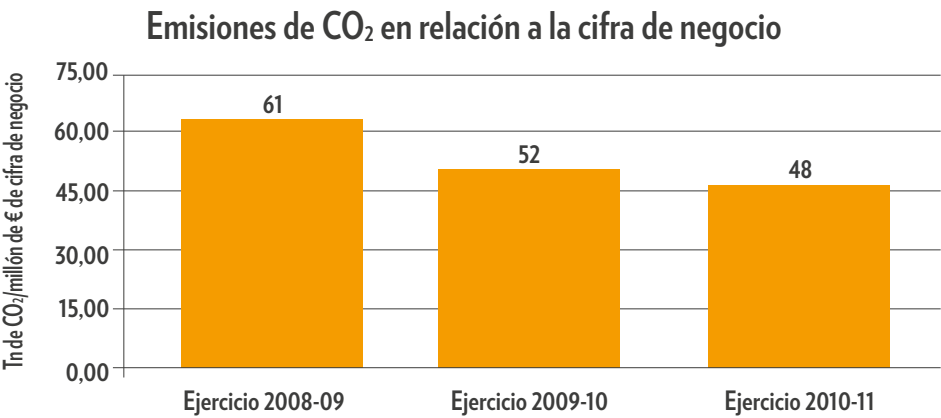
### EMISIONES

Al disminuir el consumo global de energía, las emisiones totales de CO<sub>2</sub> también han disminuido. Las emisiones directas (procedentes del consumo de gas natural y combustibles líquidos) han disminuido un 8% respecto del ejercicio anterior, de igual modo que las indirectas (procedentes del consumo de energía) que han disminuido un 9%.

Toneladas de CO <sub>2</sub>	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009-10	Ejercicio 2010-11	Tendencia
Directas	3.596	3.237	2.991	-8%
Indirectas	23.649	19.397	17.625	-9%
Total	27.245	22.634	20.616	-9%

Fuente: IPCC, AIE y Generalitat de Catalunya.

Las emisiones de gases de efecto invernadero han disminuido un 8%



### Principales acciones para la minimización de las emisiones atmosféricas

- Realización de controles de las emisiones de humos de las calderas de forma periódica por personal especializado, como parte de los programas de mantenimiento preventivo.

Además, Áreas está elaborando un inventario de todos sus equipos de climatización afectados por la normativa vigente en materia de prevención de escapes de sustancias que agotan la capa de ozono, especialmente con el Reglamento CE 1516/2007, por el que se establecen requisitos de control de fugas estándar para estos equipos. El objetivo es determinar si se encuentran o no afectados por ella, con el fin de emprender las medidas adecuadas. Asimismo, también ha iniciado un plan para la progresiva sustitución del gas R22 empleado en equipos de climatización.

- Instalación de dispositivos de recuperación de vapores de fase II (nocivos) en las gasolineras de la compañía. Estos vapores de gasolina, que se liberan durante el repostaje de los vehículos de motor en las estaciones de servicio, deben recuperarse para limitar las emisiones de vapores nocivos tanto para la salud humana como para el medio ambiente. Con esta acción Áreas se adelanta a la normativa.
- Optimización del consumo energético a través del uso de tecnologías y maquinaria eficiente energéticamente.

### AGUAS RESIDUALES

Las aguas residuales que se generan en la actividad de Áreas son de tipo sanitario, ya que provienen básicamente de los inodoros y de las cocinas, por lo que no contienen sustancias peligrosas.

Prácticamente la totalidad de vertidos generados por los distintos centros de la compañía tienen como destino una red de alcantarillado pública. Sin embargo, hay algunos centros que, debido a su lejanía respecto a los núcleos de población, no tienen la posibilidad de conectarse al colector municipal. Éstos disponen de estaciones depuradoras de aguas residuales de tipo biológico, en las que empresas especializadas realizan un mantenimiento y limpieza constante, así como análisis periódicos del agua vertida.

	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009-10	Ejercicio 2010-11
Volumen total de aguas residuales generadas (m <sup>3</sup> ) <sup>1</sup>	471.629	456.195	435.172
DQO (mg/l)	91,68	75,75	61,55
NTK (mg/l)	32,83	48,47	35,83
pH	7,01	7,06	6,91
Sales solubles ( S/cm)	1.721,50	2.208,70	2.407,50
MES (mg/l)	19,61	28,36	25,52

<sup>1</sup> Al no haber proceso productivo, se supone que se vierte la misma cantidad que se consume.  
Nota: Los cálculos han sido realizados en base a los resultados analíticos de 17 depuradoras en el ejercicio 2009 y sobre 15 depuradoras en el 2010.

### Principales acciones para la mejora de la calidad de los vertidos

- Realización de controles analíticos periódicos.
- Existencia de estaciones de depuración de aguas.
- Uso de separadores de grasa en las cocinas y separadores de hidrocarburos en las gasolineras.

- Los detergentes usados para la limpieza deben tener un nulo o bajo (<5%) contenido en fosfatos.

Cabe destacar que el área de servicio de Porta de Barcelona dispone de un sistema de recogida de aguas pluviales para la descarga de los inodoros. Se consumen unos 1.500 m3/año.

### RESIDUOS

La filosofía de Áreas en la gestión de residuos es la de las 3R (reducir, reutilizar, reciclar). Para facilitar el reciclaje se segregan la mayor parte de los residuos en origen, y se propicia con la ayuda de carteles de recogida selectiva en los centros.

El seguimiento de la buena segregación lo realizan, en su mayoría, los concedentes (AENA, AVASA, ADIF...), que son los responsables de realizar las recogidas de residuos. De igual modo, AREAMED se ocupa de esta segregación en las áreas de servicio que gestiona en Catalunya y Aragón.

La mayor parte de las fracciones de residuos es gestionada por empresas externas especializadas en la gestión de residuos. La complejidad en determinar las cantidades recogidas hace que sólo sea posible ofrecer datos de determinados centros. Con ellos se puede disponer de información homogénea, que marca la tendencia.

Toneladas	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009- 10	Ejercicio 2010- 11	Tendencia
Residuos sólidos urbanos	1.777,29	1.800,34	1.807,93	0,42%
Vidrio	17,85	27,48	37,80	37,54%
Envases	25,52	30,36	42,56	40,18%
Cartón	231,05	247,69	242,20	-2,22%
Grasas	96,19	87,92	95,28	8,37%
Aceites	84,25	59,54	53,13	-10,77%
Hidrocarburos	3,00	17,24	15,28	-11,37%
Sepiolitas	0,12	0,95	0,96	1,48%
Total	2.235,27	2.271,51	2.295,13	1,04%

Origen de los datos:  
RSU: Datos facilitados por AREAMED en áreas de servicio de Catalunya y Aragón y Centro Carga Aeropuerto Barcelona  
Vidrio: AREAMED  
Envases: AREAMED  
Cartón: AREAMED y Centro Carga Barcelona  
Grasas: Recogida de los separadores de grasas de establecimientos ÁREAS  
Aceites: Facilitado por Bionor, gestor de aceites de fritura usados, recogidos en ÁREAS  
Hidrocarburos: Recogida de los separadores de hidrocarburos de la EESS que gestiona ÁREAS  
Sepiolitas: Recogida de sepiolita contaminada por hidrocarburos en EESS que gestiona ÁREAS

### Principales acciones para la minimización de los residuos generados

- Rechazo de los envases o empaquetados que no tienen una función imprescindible desde el punto de vista de la conservación, de la facilidad para el traslado o para el consumo.
- Maximización de la cantidad de producto contenido en un envase, como por ejemplo la gestión de los palés: se solicita a los proveedores que se disponga la

máxima cantidad de producto posible sobre ellos, siempre teniendo en cuenta las limitaciones impuestas por la normativa de seguridad y las características del almacén de destino.

- Fomento de la reutilización. En el caso de que no sea posible, se intenta devolver al circuito comercial en el que se ha adquirido. Por ello, siempre que es viable, se prima a las empresas que utilizan el sistema de envase retornable.

OBJETIVOS DE MEDIO AMBIENTE PARA EL PERÍODO 2010-2011	
• Reducción del consumo de agua y energía en un 5%.	✓
• Sustitución de más de 1500 luminarias halógenas dicroicas por nuevas luminarias LED.	✓
• Reducción del consumo agua en Área de Montblanc, con la sustitución de la acometida (AREAMED).	✓
• Realizar auditorías energéticas en los principales centros de consumo eléctrico:	✓
Áreas de La Jonquera, Empordà, Porta de Barcelona, Penedès, Lleida.	✓
• Sustitución progresiva de equipos que funcionan con R22.	✓
• Cambio de equipos de climatización más eficientes en Área de Lleida.	✓
• Instalación de baterías de condensadores para reducción de consumos.	✓
• Conexión de la depuradora de La Jonquera a la depuradora municipal (AREAMED).	✓
• Mejorar la gestión y segregación de residuos, en relación a las ventas de hostelería (AREAMED).	✓
• Reducción del consumo de productos nocivos en AREAMED, mediante la instalación de un analizador de cloro en Montseny (AREAMED).	✓

OBJETIVOS DE MEDIO AMBIENTE PARA EL PERÍODO 2011-2012	
• Implantación de un nuevo estándar de eficiencia energética en las nuevas obras que se realicen, aplicándolas en proyectos de tiendas en Aeropuertos, Área del Cadi, Sobradriel y Altube.	
• Disminución del consumo eléctrico del 8% en Porta de Barcelona, a través de un sistema de gestión energética (Johnson control).	
• Formación y sensibilización en eficiencia energética, dirigida especialmente a los responsables de mantenimiento.	
• Cambio de calderas más eficientes en el Hotel del Área de La Jonquera, para el agua caliente sanitaria.	
• Cambio de climatizador más eficiente para Área de La Selva.	
• Cambio de luminarias de alumbrado exterior por otras más eficientes en un área de servicio (AREAMED).	
• Reutilización del fresado de firmas (AREAMED).	
• Instalación de contenedores de pilas y baterías en áreas de servicio de Catalunya (AREAMED).	
• Supresión de una de las dos depuradoras en Monegros, optimizando recursos (AREAMED).	
• Reducción de consumos de agua, sustituyendo parcialmente acometidas de agua en Pina (AREAMED).	
• Renovación del parque de papeleras y cartelería (AREAMED).	





# 8

## PROVEEDORES

8.1 RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

8.2 EXTENSIÓN DEL COMPROMISO

# 8 PROVEEDORES

## 8.1 Relación con los proveedores

En Áreas, las empresas proveedoras son un grupo clave para el negocio. A algunos de los proveedores, principalmente de productos para hostelería y tiendas, se los considera como socios estratégicos con los que se establecen relaciones de colaboración, para alinear la gestión de los proveedores a los objetivos de la compañía. Para ello, Áreas dispone de múltiples canales de comunicación y diálogo con este grupo de interés. Un ejemplo es el Customer Service, departamento de reciente creación que permite centralizar la recogida y seguimiento de las incidencias de las empresas proveedoras.

El Departamento de Hostelería Técnica mantiene dos reuniones al año con los proveedores estratégicos, que a su vez se reúnen con el Departamento de Compras. Las reuniones son, sobre todo, de creación y desarrollo, pero también de intercambios de opiniones y de comunicación de necesidades por ambas partes.

*Las reuniones con los proveedores estratégicos son de creación y desarrollo, además de intercambios de opiniones y comunicación de necesidades por ambas partes*

## 8.2 Extensión del compromiso

Áreas extiende el compromiso de responsabilidad social a sus empresas proveedoras mediante la incorporación de criterios sociales y ambientales, además de aspectos de calidad y precio, entre otros, en el procedimiento de evaluación y selección.

### Criterios de selección:

- Prestigio en el mercado
- Calidad de producto o servicio
- Experiencia histórica
- Flexibilidad frente a cambios
- Capacidad de resolución de incidencias
- Cobertura geográfica
- Exclusividad en el mercado
- Competitividad en precio
- Aspectos ambientales
- Aspectos sociales

El procedimiento de *Evaluación de suministradores* establece la metodología y los criterios para la selección, evaluación inicial y evaluación continua de los suministradores (proveedores y subcontratistas) en función de su capacidad para suministrar productos y servicios de acuerdo con los requisitos de Áreas.

Existen dos tipos principales de proveedores, cuya gestión se centraliza desde departamentos diferentes. Por un lado, los proveedores de materias primas de alimentación y bebidas son gestionados por el departamento de Compras, y por otro lado los proveedores del resto de productos que abastecen las tiendas, son gestionados por el departamento de Distribución.

La criticidad de los proveedores de hostelería hace que sus características sean muy específicas. En España, 35 proveedores clasificados como “A” representan el 80% de las compras. Estos proveedores son empresas de prestigio internacional que certifican en el cuestionario de autoevaluación que respetan los derechos humanos. Se les pregunta si tienen la certificación ISO 9001, ISO 14001, OSHAS 18001 y si están adheridos al Pacto Mundial, o si respetan dichos principios.

*Los criterios para la selección, evaluación inicial y evaluación continua de los suministradores están formalizados*

El 100% de los proveedores de tipo “A” tienen la ISO 9001, lo que representa el 60% en número de proveedores.

En esta línea, Áreas dispone de una política y un manual de buenas prácticas de compras que incluye conceptos de derechos humanos. El manual de calidad dispone de un procedimiento interno para comunicar las posibles incidencias en la recepción de los productos o siempre que se produzcan situaciones de no conformidad.

Evaluación y homologación de proveedores

Los proveedores cuya actividad pueda afectar a la calidad de los productos suministrados por Áreas son sometidos a una evaluación inicial con el fin de asegurar su capacidad de suministrar de acuerdo con los requisitos especificados, y de verificar el cumplimiento de tales requisitos a lo largo del tiempo.

La selección inicial puede realizarse en base a diferentes valoraciones:

- La evaluación de sus productos o servicios.
- Las muestras o pruebas tanto para proveedores de producto alimenticio como no alimenticio, y para los proveedores de servicios.
- El cuestionario de autoevaluación, siendo obligatorio para proveedores de productos alimenticios.
- La auditoría de calidad.

Los proveedores son sometidos a una evaluación continua a través de datos relativos al servicio ofrecido y a los productos suministrados.

La información generada se hace llegar oportunamente a los responsables de compras para que inicien las acciones que se consideren necesarias en caso de que las desviaciones detectadas superen los criterios establecidos.

Las acciones emprendidas desde el Departamento de Compras se ponen en conocimiento del proveedor, a fin de que éste proceda a solucionar la incidencia que ha provocado la desviación. Igualmente, se ponen en conocimiento del proveedor los resultados relativos a aquellas acciones emprendidas por Áreas, contempladas dentro de su sistema de gestión, y enfocadas a garantizar la calidad en el servicio y productos suministrados (auditorías en la recepción y auditorías de calidad).

Periódicamente, y considerando la evolución de los resultados obtenidos, se realiza una valoración global de los proveedores por parte de la Dirección de Compras.

Compras (alimentario)	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009- 10	Ejercicio 2010- 11
Número total de empresas proveedoras principales	35	35	35
Número total de empresas proveedoras homologadas	570	578	596

La política y el manual de buenas prácticas de compras incluye diferentes conceptos vinculados a los derechos humanos.

Distribución	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009- 10	Ejercicio 2010- 11
Número total de empresas proveedoras principales	74	71	65
Número total de empresas proveedoras homologadas	820	800	783

Plan y programa de control de proveedores

También se dispone de un Plan de control de proveedores que tiene por objetivo evitar que las materias primas y otros productos alimenticios de los que se provee el establecimiento comporten un peligro para la seguridad alimentaria. Este plan consta del Programa de Control de Proveedores, e incluye las actividades de comprobación de su cumplimiento y eficacia, y los registros derivados.

Además, Áreas realiza auditorías de calidad a proveedores desde el Departamento de Calidad, con el propósito de evaluar in situ sus instalaciones y verificar que dispone de los medios productivos adecuados y de la suficiente capacidad para producir con garantía los productos; y que el proveedor tiene definido e implantado un sistema de aseguramiento de la calidad de los productos suministrados. Es por ello que el alcance de la auditoría abarca los departamentos directamente implicados en la calidad del producto.

Compras (alimentario)	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009- 10	Ejercicio 2010- 11
Número total de empresas proveedoras auditadas	10	5	8
Número de incumplimientos detectados	20	14	9

Compras a proveedores locales

Áreas fomenta la contratación de bienes y servicios a proveedores locales de un modo equilibrado con los criterios que debe satisfacer el proveedor. En este sentido, aunque alcance acuerdos globales de compra, siempre que sea posible el producto o servicio será provisto por un proveedor local.

Millones de euros	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009- 10	Ejercicio 2010- 11
Compras (productos para hostelería técnica)			
Volumen total de compras a empresas proveedoras	90,7	86,9	81,9

Millones de euros	Ejercicio 2008-09	Ejercicio 2009- 10	Ejercicio 2010- 11
Distribución (producto acabado para las tiendas)			
Volumen total de compras a empresas proveedoras	48,1	52,4	51,6
Volumen de compras de productos locales	1,75	1,72	1,81



**Promoción de productos regionales (SIBARIUM y degustaciones regionales)**

**Buena práctica**

La cocina española, con sus variantes, cruza fronteras y es reconocida como una de las más ricas y variadas. En este contexto, Áreas apuesta por ofrecer un surtido de productos representativo de la mejor gastronomía española destacando el producto local a través de la marca Sibarium.

Sibarium es una tienda de productos gastronómicos de alta calidad con especial atención a las especialidades locales. Apuesta por la tradición pero pensando en el cliente actual y en las nuevas tendencias. Áreas selecciona un surtido de productos en el que el cliente cuenta con la mejor selección y una gran variedad de productos locales y nacionales cuyos valores son:

- Los sellos de calidad.
- Las denominaciones de origen D.O. y denominaciones de origen protegidas.
- Los productos artesanales.
- El enfoque del surtido dirigido a productos locales.

Todos los productos con denominación de origen aportan el valor de producto autóctono y propio de las distintas regiones de España. Además, en las distintas zonas donde se encuentran los establecimientos de Áreas, se adapta la oferta a los productos autóctonos identificativos del lugar.

Las tiendas Sibarium cuidan de manera esmerada la presentación de los artículos, la venta asistida de forma complaciente, y el gusto por los productos de la tierra. Se dirigen a personas que buscan productos autóctonos, artículos de alimentación selectos o gourmet, para consumo propio o para regalar.

Actualmente, hay en funcionamiento 16 establecimientos situados en 10 aeropuertos españoles.

**Extensión del compromiso ambiental**

El compromiso ambiental se hace extensivo a la cadena de proveedores. Siempre que Áreas contrata una empresa externa para realizar un servicio, pone en su conocimiento los requisitos ambientales que debe cumplir, tanto propios como de concedentes, para la correcta gestión de los aspectos ambientales.

**Colaboración con Cassià Just para la inserción de personal desfavorecido**

**Buena práctica**

Desde hace años, Áreas colabora con Cutting's (anteriormente Lorca & María Rosa), empresa proveedora de fruta y verdura. En el año 2006, Áreas mostró interés por aumentar la contratación de personal desfavorecido en la cadena productiva y solicitó el apoyo y la experiencia de la Fundación Cassià Just, llegando a un acuerdo de colaboración a tres bandas con la Fundación Cassià Just, Lorca & María Rosa y Áreas.

Desde Áreas se potencia esta colaboración de dos formas:

- Utilización de productos elaborados por personal "frágil" en las instalaciones de Cutting's y centrado básicamente en verduras de cuarta gama (listas para ensamblar) y frutas peladas, cortadas y envasadas preparadas para el consumo.
- Diseño específico de productos nuevos a medida para Áreas con el apoyo técnico y el conocimiento de Áreas: sándwiches y ensaladas envasadas listas para consumir.

El año pasado, Áreas compró productos a Cutting's por valor de casi 4,2 millones de euros, actualmente compra directamente a la Fundación Cassià Just por un valor de entre 13.000 y 17.000 euros al mes.

Para Áreas, este proyecto responde a la voluntad de integrar socialmente las personas desfavorecidas, contribuyendo así al cumplimiento de la LISMI, y generando una mejora de la calidad intrínseca del producto y una mejora de la imagen interna y externa mediante sinergias positivas que repercutan en beneficios sociales.



# 9 COMUNIDAD

- 9.1 ACCIÓN SOCIAL Y PATROCINIOS
- 9.2 PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES

# 9 COMUNIDAD

## 9.1 Acción social y patrocinios

De acuerdo con el compromiso estratégico de Áreas de contribuir no sólo al desarrollo económico sino también al desarrollo y al bienestar de la sociedad, desde hace tiempo, la compañía participa en diferentes iniciativas que se materializan mediante colaboraciones, donaciones y otras acciones con entidades de diferente tipología, como ONGs de apoyo a los colectivos más desfavorecidos.

El objetivo de Áreas es participar en el desarrollo de proyectos e iniciativas que aportan valor añadido a la sociedad y ofrecen oportunidades de desarrollo y progreso social.

### PRINCIPALES COLABORACIONES DE TIPO SOCIAL Y SOLIDARIO

- **África Digna.** Financiación de una misión oftalmológica en el África subsahariana.
- **Fundación Cassià Just.** Patrocinio para la creación de empleo para personas frágiles.
- **Fundación Prevent.** Subvención de becas para estudiantes discapacitados.
- **Familiares y amigos de Ángel Manzanares (FADAM).** Compra de rosas para la Diada de Sant Jordi y apoyo a la gala benéfica de la asociación para la investigación contra el cáncer infantil, entre otras acciones.
- **Intermón Oxfam.** Donación de 450 bocadillos para la celebración de la Fiesta de la Esperanza en Barcelona.
- **Campaña “Todos podemos sonreír” de Save the Children con la FEHR.** Venta de rascas de 1€ en 30 centros de Áreas.
- **UNICEF.** Venta de productos de UNICEF, en 5 tiendas de Áreas.

Otras entidades con las cuales Áreas ha colaborado durante el ejercicio 2010-2011 en el desarrollo de diferentes iniciativas solidarias puntuales son: Banc dels

*Áreas lleva a cabo acciones, campañas y colaboraciones para contribuir a la erradicación de la pobreza, impulsar la educación vial, fomentar la integración de personas con discapacidad y promover una dieta saludable, entre otros objetivos sociales*

Aliments, Manos Mundi, Fundación Cercle d'Economia, Manos Unidas, Fundación Internacional 22Q, Hermanitas de la Caridad, Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) y, también, ayuntamientos y hospitales. Además, Áreas colabora en iniciativas impulsadas por sus concedentes como, por ejemplo AENA.

Las acciones de colaboración social llevadas a cabo por Áreas durante el ejercicio 2010-2011 ascienden a 82.739 euros.

### Campaña de seguridad vial del SCT

#### Buena práctica

Áreas Media es un nuevo circuito de comunicación que combina soportes tradicionales de exterior con soportes digitales de interior, instalados en las principales áreas de servicio de Cataluña. Este formato representa una oportunidad para comunicarse con éxito y en el momento adecuado con una gran cantidad de conductores que utilizan las autopistas para sus desplazamientos, en concreto, las áreas de servicio para descansar de su trayecto, sobre todo en temporada vacacional.

El Servicio Catalán de Tráfico dispuso de este soporte de comunicación en un total de 19 áreas de servicio para realizar una campaña de seguridad vial mediante soportes exteriores e interiores, que durante el periodo de Agosto a Septiembre sensibilizó a las personas conductoras en materia de seguridad vial.

Esta campaña dispuso de un descuento en las tarifas ordinarias de publicidad de Áreas, con el objetivo de contribuir a la promoción de la seguridad vial entre los clientes de la organización.

### COLABORACIONES PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL

El papel de Áreas en la sociedad le ha llevado a realizar numerosos contactos, trabajos, proyectos o colaboraciones con convenios de prácticas con diversas escuelas de negocios y universidades como, por ejemplo: Esade, Institut Supérieur de Commerce International de Dunkerque, EAE, Universidad de Barcelona, CETT, IES Collblanc, Barceló Business School o Universitat Rovira i Virgili, entre otras. Estos convenios permiten la incorporación de jóvenes estudiantes a distintos departamentos de Áreas, dónde aprenden a aplicar los conocimientos teóricos y técnicos adquiridos en su formación.

Además de tener becarios en prácticas dentro de la compañía, Áreas concede becas a sus empleados para realizar estudios fuera de la empresa.

Durante el presente ejercicio, Áreas ha firmado un convenio de colaboración con la Generalitat de Catalunya en temas de formación, conjuntamente con FEHR-CAREM. El convenio prevé la formación de alumnos y profesores de hostelería del IES Meridiana así como facilidades para la formación de los trabajadores de Áreas.



### COMPRAS SOLIDARIAS

La acción social de Áreas también se materializa a través de compras solidarias a las siguientes entidades que trabajan para el desarrollo de colectivos desfavorecidos:

- **Fundación Cassià Just - Cuina Justa.** Compra de fruta y verdura a Cutting's empleando personal de Cassià Just y compra directa a Cuina Justa de sándwiches y ensaladas.
- **Fundación ASPROS (Asociación Protectora de Minusválidos Psíquicos de Lérida).** Compras de las cestas de Navidad para el personal de sede central.
- Asociación Benéfica Geriátrica. Contratación del servicio de lavandería.
- Promoción y Gestión Sociolaboral. Contratación del servicio de lavandería.
- Fundación Femarec. Compra de tóneros reciclados para las oficinas centrales.

Las compras solidarias realizadas por Áreas en el ejercicio 2010-2011 ascienden a un total de 365.118 euros.

## 9.2 Participación en asociaciones

Además de las asociaciones y organismos sectoriales y del entorno a los que pertenece Áreas, mencionados en el capítulo de Estrategia y gestión del presente informe, la compañía también participa en las siguientes entidades, como afiliada mediante el pago de una cuota anual:

- Barcelona Global
- Barcelona Centre Logístic de Catalunya
- Cámara de comercio e Industria Francesa de Barcelona
- Cámara de Comercio de Madrid
- Círculo de Economía
- Círculo Equestre
- Exceltur
- FEHRCAREM
- Fundación Chile España





10

# ÍNDICE DE CONTENIDOS E INDICADORES DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE



10  
ÍNDICE DE  
CONTENIDOS E  
INDICADORES  
DEL GLOBAL  
REPORTING  
INITIATIVE

Según la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad versión 3.1 del Global Reporting Initiative (GRI), éste informe cumple con los requisitos para un nivel de aplicación B autodeclarado. El nivel de aplicación ha sido revisado por GRI, y el informe de conclusiones está en la página 111.

	Estrategia y análisis	Página
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	6-7
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	6-7
	Perfil de la organización	
2.1	Nombre de la organización.	10
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	22-24
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	29-30
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	La sede central de la organización se encuentra ubicada en Barcelona, en Avenida Diagonal 579-585, 5ª planta.
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	10, 22
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Áreas es una sociedad anónima.
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	22-24
2.8	Dimensiones de la organización informante, incluido: número de empleados, ventas netas (para organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para organizaciones del sector público), capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto (para organizaciones del sector privado), cantidad de productos o servicios prestados y número de operaciones.	16-18
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos la localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones; y cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado).	No se han producido cambios significativos de tamaño, estructura o propiedad.
2.10	Premios y distinciones recibidas durante el período informativo.	26-27
	Parámetros de la memoria	
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario).	10
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente.	2010
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Anual.
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	12
	Alcance y cobertura de la memoria.	
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido: determinación de la materialidad, prioridad de los aspectos incluidos en la memoria e identificación de los Grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria.	10-12
3.6	Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	10
3.7	Existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	10
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Dado que el alcance del informe es España, se ha considerado el sistema de consolidación para publicar los datos correspondientes a todas las organizaciones filiales de España.



	Estrategia y análisis	Página
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	Los sistemas de gestión que existen en la organización son la base para la obtención de los indicadores.
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	Dado que es el primer informe de RSC elaborado según GRI, se considera que los anteriores informes no son comparables.
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	Dado que es el primer informe de RSC elaborado según GRI, se considera que los anteriores informes no son comparables. El alcance de este informe es España, mientras que los anteriores era todo el Grupo.
	Índice de contenidos de GRI	
3.12	Tabla que indica la localización de las Contenidos básicos en la memoria.	98-108
	Verificación	
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye en el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	Actualmente Áreas no lleva a cabo un proceso de aseguramiento de la información contenida en el informe.
	Gobierno, compromisos y participación de los Grupos de interés Gobierno	
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	29-30
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	28
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno, según género, que sean independientes o no ejecutivos.	28-29. El Consejo de Administración está formado por 14 hombres, de los que 3 son independientes.
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	29, 33, 59-60
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	29. Formalmente existe un vínculo entre el desempeño económico y de forma parcial el ambiental.
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	29. El Estatuto de Áreas y el Acuerdo de accionistas del Grupo establecen los mecanismos para evitar posibles conflictos de interés.
4.7	Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluyendo consideraciones de género y otros indicadores de diversidad.	28-29
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	31-32
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	28-29
	Estrategia y análisis	
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	28-29

	Compromisos con iniciativas externas	Página
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	27-28
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	24-26
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya y: esté presente en los órganos de gobierno, participe en proyectos o comités, proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios y tenga consideraciones estratégicas.	24-26
	Participación de los grupos de interés	
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	28
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	28
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	11-12, 28, 33, 37-39, 59-60, 84-85, 92-94
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los Grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	10-12

INDICADORES DE CUMPLIMIENTO ECONOMICO

Áreas sombreadas corresponden a indicadores cuya cobertura es parcial (en caso que haya una referencia) o bien indicadores que no han sido incluidos en el informe (sin referencia).

		Página	Pacto Mundial
	Enfoque de gestión	29, 84-85	1, 4, 6, 7
	Desempeño económico		
EC1 (P)	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 a gobiernos.	18	
EC2 (P)	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.		7
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.		
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.		
	Presencia en el mercado		
EC5 (P)	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local, según género, en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	61	1
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	87	6
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos y mano de obra procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen actividades significativas.	Dado que el alcance del informe es España, este indicador no es de aplicación.	
	Impactos económicos indirectos		
EC8 (P)	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.		
EC9 (A)	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.		

Áreas sombreadas corresponden a indicadores cuya cobertura es parcial (en caso que haya una referencia) o bien indicadores que no han sido incluidos en el informe (sin referencia).

INDICADORES DE CUMPLIMIENTO AMBIENTAL

		Página	Pacto Mundial
	Enfoque de gestión	70-71, 73-75, 78-80	7, 8, 9
	Materiales		
EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen.		8
EN2 (P)	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.		8, 9
	Energía		
EN3 (P)	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	75-76	8
EN4 (P)	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	75-76. Las fuentes primarias de energía eléctrica corresponden al mix eléctrico español.	8
EN5 (A)	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	76	
EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.		8, 9 8, 9
EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	76	8, 9
	Agua		
EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes.	77. No se dispone del dato desglosado sobre el origen del agua. Áreas consume agua de pozos y de compañía suministradora.	8
EN9 (P)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.		8
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.		8, 9
	Biodiversidad		
EN11 (P)	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Áreas no realiza actividades en zonas con potenciales impactos sobre la biodiversidad	8
EN12 (P)	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	Áreas no realiza actividades en zonas con potenciales impactos sobre la biodiversidad.	8
EN13 (A)	Hábitats protegidos o restaurados.	Áreas no realiza actividades en zonas con potenciales impactos sobre la biodiversidad.	8
EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Áreas no realiza actividades en zonas con potenciales impactos sobre la biodiversidad.	
EN15 (A)	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	Áreas no realiza actividades en zonas con potenciales impactos sobre la biodiversidad	8

	Emisiones, efluentes y residuos	Página	Pacto Mundial
EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	78	8
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	78	7, 8, 9
EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	78	8
EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.		8
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.		8
EN21 (P)	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	79	8
EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	80	8
EN23 (P)	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No se ha producido ningún vertido accidental significativo.	8
EN24 (A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	Áreas no transporta residuos peligrosos.	8
EN25 (A)	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	79-80	8
EN26 (P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	80	7, 8, 9
EN27 (P)	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.		8, 9
EN28 (P)	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Se han recibido sanciones monetarias por valor de 8.821,03 €, vinculadas a la gestión de basuras y aguas residuales.	8
EN29 (A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.		8
EN30 (A)	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	71	7, 8, 9

Áreas sombreadas corresponden a indicadores cuya cobertura es parcial (en caso que haya una referencia) o bien indicadores que no han sido incluidos en el informe (sin referencia).

INDICADORES DE CUMPLIMIENTO SOCIAL. PRÁCTICAS LABORALES

		Página	Pacto Mundial
	Enfoque de gestión	56-57, 59-63	1, 3, 6
	Empleo		
LA1 (P)	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por género.	57-58	
LA2 (P)	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, género y región.	59	6
LA3 (A)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	62-63	6
LA15 (P)	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por género.	61	
	Relaciones empresa/trabajadores		
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	57	1, 3
LA5 (P)	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	La difusión de los cambios organizativos significativos cuando son oficiales se realiza a la representación legal de los trabajadores en el 100% de los casos. La consulta y negociación se efectúa siempre según lo preceptuado por la Ley del Estatuto de los Trabajadores.	3
	Salud y seguridad laboral		
LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	66	1
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por género.	67	1
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	No se ha detectado en la comunidad una enfermedad significativa que requiera este tipo de acciones, además de las especificadas en la página 92.	1
LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.		
	Formación y educación		
LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado.	64	
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.		
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por género.	63	
	Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA13 (P)	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, género, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	29, 57-59	1.6
	Retribución equitativa		
LA14 (P)	Relación entre el salario base y la remuneración de mujeres y hombres, desglosado por categoría de empleado, por ubicaciones significativas de actividad.		1, 6

DERECHOS HUMANOS

		Página	Pacto Mundial
	Enfoque de gestión	30, 56-57, 59-61	1, 2, 3, 4, 5, 6
	Prácticas de inversión y abastecimiento		
HR1 (P)	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporan preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	84-85	1, 2, 3, 4, 5, 6
HR2 (P)	Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	85-87	1, 2, 3, 4, 5, 6
HR3 (P)	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.		1, 2, 3, 4, 5, 6
	No discriminación		
HR4 (P)	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	No ha habido incidentes significativos en materia de discriminación en las relaciones laborales de los colaboradores de la empresa.	1, 2, 6
	Libertad de asociación y negociación colectiva		
HR5 (P)	Actividades y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	85-87	1, 2, 3
	Trabajo infantil		
HR6 (P)	Actividades y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	85-87	1, 2, 5
	Trabajo forzoso		
HR7 (P)	Actividades y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	85-87	1, 2, 4
	Prácticas de seguridad		
HR8 (P)	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	La empresa de seguridad contratada por Áreas, es una empresa dedicada exclusivamente a la seguridad y está autorizada por el Ministerio del Interior de España; asimismo, el personal que presta el servicio dispone de la titulación y acreditación legal exigida y aprobada por el mismo Ministerio. Esto supone que todo personal dedicado a la seguridad recibe un periodo de formación donde dentro del programa general de estudios se aplica una asignatura denominada Área Jurídica y Derecho Constitucional que trata las normas relativas a derechos fundamentales y libertades que reconoce la Constitución de conformidad con el Tribunal Europeo de Derechos Humanos, La Declaración Universal de Derechos Humanos y sobre los Tratados y acuerdos Internacionales	1, 2



Áreas sombreadas corresponden a indicadores cuya cobertura es parcial (en caso que haya una referencia) o bien indicadores que no han sido incluidos en el informe (sin referencia).

	Prácticas de seguridad	Página	Pacto Mundial
		ratificados por España en las mismas materias. El personal también recibe formación específica sobre Derechos Fundamentales y Libertades Públicas, por lo que se forma concretamente en el principio de igualdad.	
	Derechos indígenas		
HR9 (P)	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	El ámbito geográfico de actuación de Áreas España es España, este indicador no resulta de aplicación práctica a la compañía.	1, 2
	Evaluación de impacto		
HR10 (P)	Porcentaje y número total de actividades que han sido objeto de revisiones y/o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.		
	Gestión de reclamaciones		
HR11 (P)	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.		

Áreas sombreadas corresponden a indicadores cuya cobertura es parcial (en caso que haya una referencia) o bien indicadores que no han sido incluidos en el informe (sin referencia).

SOCIEDAD

		Página	Pacto Mundial
	Enfoque de gestión	28, 30-33, 92-94	10
	Comunidad local		
SO1 (P)	Porcentaje de actividades donde se han implantado programas de desarrollo y, evaluaciones de impactos con la participación de la comunidad local.	92-94	
SO9 (P)	Actividades con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.		
SO10 (P)	Medidas de prevención y mitigación implantadas en actividades con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.		
	Corrupción		
SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.		10
SO3 (P)	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	No se dispone del dato correspondiente al porcentaje de trabajadores formados en políticas y procedimientos anticorrupción .	10
SO4 (P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	No se han producido incidentes de corrupción.	10
	Política pública		
SO5 (P)	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying” .	Áreas no participa en actividades de desarrollo de políticas públicas.	10
SO6 (A)	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	No se han destinado recursos a este tipo de actividades.	10
	Comportamiento anti competitivo		
SO7 (A)	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	No se han producido acciones legales derivadas de un comportamiento no competitivo o de prácticas monopolísticas.	
	Cumplimiento		
SO8 (P)	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Se han recibido sanciones laborales vinculadas alplan de igualdad y la comunicación laboral (4.441,31 €) y a la coordinación de actividades preventivas y vigilancia y salud (2.797,2 €).	

Áreas  
Informe RSC 2011

Áreas sombreadas corresponden a indicadores cuya cobertura es parcial (en caso que haya una referencia) o bien indicadores que no han sido incluidos en el informe (sin referencia).

RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO

		Página	Pacto Mundial
	Enfoque de gestión	36-40, 42, 44-45	1, 8
	Salud y seguridad del cliente		
PR1 (P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	46-48	1
PR2 (A)	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	47	1
	Etiquetaje de producto y servicio		
PR3 (P)	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	39-40	8
PR4 (A)	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	38-40	8
PR5 (A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	37-39	
	Comunicaciones de marketing		
PR6 (P)	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	39-40	
PR7 (A)	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No se han producido incidentes vinculados al no cumplimiento de regulaciones y códigos voluntarios.	
	Privacidad		
PR8 (A)	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Áreas dispone de mecanismos implantados vinculados a los sistemas de información que aseguren la privacidad de los datos de clientes. No se han producido quejas vinculadas a este aspecto.	1
	Cumplimiento		
PR9 (A)	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Se han recibido sanciones monetarias por valor de 3.753,85 € vinculadas a la gestión del servicio (hojas de reclamaciones, y señalización de la zona de fumadores) y otras operaciones de transporte.	



11

# INFORME DE REVISIÓN DE GRI







## Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Áreas** ha presentado su memoria "Informe de RSC 2010-2011 Áreas España" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación B.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3.1 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3.1 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 25 de enero 2012

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex".

Nelmara Arbex  
Subdirectora Ejecutiva  
Global Reporting Initiative



*Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándolo y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Descargo de responsabilidad:** En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 13 de enero 2012. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

*Creamos espacios donde  
el viajero puede descansar;  
comer, comprar o repostar  
sea cual sea el medio  
de transporte utilizado.*



Avda. Diagonal, 579-585, 5a planta  
08014 Barcelona, España  
T. 93 240 15 15  
[info@areasmail.com](mailto:info@areasmail.com)  
[www.areas.es](http://www.areas.es)