



José-Gabriel Martín
VICEPRESIDENTE EJECUTIVO

Queridos amigos,

El presente Manual de Responsabilidad Social Corporativa recoge la labor realizada por Áreas durante el periodo comprendido entre octubre 2008 y septiembre de 2009, en este ámbito y su relación con los diez principios del Pacto Mundial.

Este informe está totalmente vinculado con el informe anual en el cual se presenta Áreas, su actividad, su ámbito de actuación y por supuesto su sostenibilidad económica.

Como podrán apreciar en la carta de introducción de nuestro presidente, Áreas afronta con confianza los grandes retos que plantean la actual situación y la coyuntura económica mundial que considera como una oportunidad para realizar beneficiosos cambios que habrán de emprender tanto Áreas como el resto de la sociedad en todos los ámbitos.

La clave del éxito de Áreas sigue siendo su eficacia, honestidad, excelencia, y sobretodo el trato personalizado que tiene con sus grupos de interés, tanto internos como externos que un año más confían en ella.

Los grandes proyectos en esta materia como el Plan de Igualdad, el Plan de Comunicación con los grupos de interés o la auditoria interna de RSC, siguen en vigor aunque algunos se realicen más pausadamente.

Espero que aprecien todo nuestro esfuerzo en este informe y que nos acompañen en el apasionante camino que hemos emprendido hacia la RSC.

José Gabriel Martín

Vicepresidente Ejecutivo

Barcelona
Sevilla
Madrid
Bilbao
Lanzarote
Alicante
Santiago
A Coruña
Porto

SIB
DE



Informe de Responsabilidad Social Corporativa **2009**

España · México · EEUU · Portugal · Chile · Marruecos
Argentina · República Dominicana · St. Martin



Areas

The Areas logo consists of a yellow oval with three wavy lines above the word 'Areas' in a bold, black, sans-serif font.



Índice

1. Perfil de Áreas	4
1.1. Quiénes somos	6
1.2. Áreas en cifras	8
1.3. Misión, Visión, Valores	10
1.4. Hechos relevantes	14
2. La RSC en Áreas	16
2.1. La RSC para Áreas: estratégica, sostenible y global	18
2.2. Compromiso con los grupos de interés	20
2.3. Adheridos al Pacto Mundial de Naciones Unidas	22
3. El compromiso de Áreas con sus grupos de interés	24
3.1. Compromiso con los Colaboradores	26
3.2. Excelencia en el servicio al Cliente	36
3.3. Protección del Medio Ambiente	51
3.4. Cerca de la Sociedad	66
3.5. Proveedores	72
4. Un futuro responsable y sostenible	74
5. Anexos	78
5.1. Acerca de este informe	80
5.2. Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas	82



1

Perfil de Áreas

- 1.1 Quiénes somos
- 1.2 Áreas en cifras
- 1.3 Misión, Visión, Valores
- 1.4 Hechos relevantes



1.1 Quiénes somos

Áreas nació en 1968 con el objetivo principal de **ofrecer un servicio integral, profesional y de calidad** a todas aquellas personas que se desplazan, con servicios de **hostelería y distribución comercial**.

Actualmente, gestionamos más de **1.200 restaurantes, cafeterías, tiendas, hoteles y gasolineras en España, México, Estados Unidos, Portugal, Chile, Marruecos, Argentina, República Dominicana y St. Martin**.

Nuestro equipo humano está formado por cerca de **12.000 empleados**, para ofrecer el mejor servicio en nuestros establecimientos ubicados en los principales núcleos de comunicación: ae-

ropuertos, autopistas, autovías, estaciones de ferrocarril, centros comerciales, recintos feriales y puntos céntricos de la ciudad en los **9 países donde estamos presentes**.

Ofrecemos la fiabilidad de una compañía multinacional y el **Know-how de más de 40 años de experiencia**, lo que nos confiere la flexibilidad necesaria para adaptarnos a proyectos de distintas envergaduras.

150 millones de viajeros al año, nuestra mejor tarjeta de presentación, así como nuestra razón para **seguir invirtiendo esfuerzo y trabajo en el desarrollo internacional de la compañía**.



1.2 Áreas en cifras

INDICADORES ECONÓMICOS		
	07-08	08-09
FACTURACIÓN	720 millones de euros	620 millones de euros
Nº DE ESTABLECIMIENTOS	1.165	1.256

INDICADORES SOCIALES		
	07-08	08-09
Nº DE EMPLEADOS	12.007	11.841
PORCENTAJE DE PLANTILLA FEMENINA	62%	60%
HORAS DE FORMACIÓN	167.000	173.000

INDICADORES AMBIENTALES		
	2008	2009
CONSUMO ELÉCTRICO (miles de Kwh)	65.213	60.371
CONSUMO DE GAS (miles de Kwh)	15.884	16.225
CONSUMO DE GASOIL (miles de Kwh)	2.084	2.744
POTENCIA SOLAR INSTALADA (Kwh)	69,8 (térmica)	69,8 (térmica) + 2,31 (fotovoltaica)
EMISIONES DE CO ₂ (toneladas)	31.098	29.466
CONSUMO DE AGUA (m ³)	528.490	471.629





1.3 Misión, Visión, Valores

Hemos creado una serie de valores para ayudarnos a crear una cultura corporativa.

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

Para alcanzar de manera eficiente el objetivo definido en nuestra misión, hemos establecido una serie de valores para ayudarnos a crear una cultura corporativa que nos permita actuar de manera coordinada buscando la superación continua de nuestra empresa y prestando servicios de mayor calidad a nuestros clientes:

- **Orientación al cliente (externo/ interno)**

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.

- **Integridad**

La **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 la coherencia siempre entre nuestro discurso y nuestros hechos. Así mismo será la actitud de todos los colaboradores de Áreas y, por lo tanto, también de la organización, que en forma del ejercicio profesional honesto, compromete

todo 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.

- **Trabajo en equipo**

El **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 nuestra 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.

- **Aportación de valor a los colaboradores**

Aportar valor a los colaboradores es una preocupación constante de Áreas, 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

lleva de forma indisoluble el sentirse integrado en un proyecto compartido implicándose y comprometiéndose con el mismo incluso más allá de intereses personales y/o departamentales.

- **Comunicación abierta**

La **comunicación abierta** es aquella práctica permanente en nuestra organización y 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 nuestro 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.

- **Eficiencia y eficacia**

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

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.

- **Capacidad y voluntad de integración**

La **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 con-



establecidos coyunturalmente. Todo ello siguiendo los parámetros y principios establecidos y comúnmente aceptados de la calidad y la economía razonable de medios.

- **Innovación**

La **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 organiza-

ción y también de nuevas oportunidades de desarrollo al efecto de favorecer la competitividad de nuestra empresa.

- **Vocación de liderazgo**

La **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 quehacer profesional individual y colectivo.



12



13

1.4 Hechos relevantes



14

Hechos relevantes

- Áreas se incorpora al Comité HORECA de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores AECOC
- Emilio Cuatrecasas, Presidente de Áreas, recibe el galardón del premio 'Aster-ESIC a la Trayectoria Empresarial'
- 173.000 horas de formación impartidas a través de la Escuela Áreas
- Se destinan 59 becas y un total de 40.000 euros para formación universitaria, y 44 becas por un valor total de 21.000 euros para fomentar el deporte adaptado
- Inicio del proyecto para la implantación de un sistema de gestión integrado basado en los requisitos de la norma OHSAS 18001:2007
- Áreas recibe un año más el certificado de empresa ISO 9001:2000
- 1.561 'Propuestas de Mejora' recibidas por parte de los colaboradores
- Dos establecimientos de Áreas, reconocidos con el Premio ADIF al Mejor Establecimiento 2008 y una nueva tienda al Mejor Establecimiento 2009
- Lanzamiento de campañas y promociones con el objetivo de ayudar a la economía del viajero
- Gestiones para la acreditación de 10 establecimientos Áreas con el sello AMED que promueve una dieta sana y saludable como la mediterránea
- Premio FEHR a la Empresa hostelera del año 2008
- Puesta en marcha de una instalación de alumbrado exterior con farolas fotovoltaicas en el área de servicio de Montcada de la autopista C-33 (Barcelona).
- Campañas de sensibilización sobre educación vial como 'La aventura de viajar' y 'El abandono causa accidentes'



15



2

La RSC en Áreas

- 2.1** La RSC para Áreas: estratégica, sostenible y global
- 2.2** Compromiso con los grupos de interés
- 2.3** Adheridos al Pacto Mundial

Áreas tiene, desde su nacimiento en 1968, un fuerte compromiso con su entorno y una firme voluntad de generar valor social a través de su negocio que se manifiesta en una apuesta clara por la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Con el objetivo de contribuir a la meta del desarrollo sostenible, la compañía está empeñada, desde un ámbito global, en satisfacer en la medida de lo posible las necesidades y expectativas de sus colaboradores, clientes y proveedores, minimizando al máximo su impacto en el medio ambiente y contribuyendo, desde la actividad económica, a la generación de valor para toda la sociedad.

2.1 La RSC para Áreas: estratégica, sostenible y global

“Áreas aplica la Responsabilidad Social Corporativa de manera global en toda la compañía, extendiendo todas y cada una de las acciones de compromiso que adquiere con sus grupos de interés en todos los países en los que opera”

Áreas sostiene una visión estratégica de la RSC, integrada en su modelo de negocio y en el día a día de su actividad. Como gran empresa y líder en el mercado en el que opera, Áreas entiende que su responsabilidad va más allá de generar beneficios económicos y que se extiende a la creación de valor para todos sus grupos de interés.

De esta manera, coincide en su formulación de la RSC con la definición que de este nuevo paradigma empresarial hace el Ministerio de Trabajo e Inmigración y para quien la Responsabilidad Social de las Empresas es “además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.

Generar riqueza social está en la base de la actividad de Áreas, así como la contribución al desarrollo sostenible que la compañía entiende como la satisfacción de las necesidades del presente sin poner en peligro las capacidades de las generaciones futuras, en línea con la definición que de desarrollo sostenible comprende el documento conocido como Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas.

Visión global de la RSC

Áreas entiende la RSC desde un punto de vista global, de aplicación en todos y cada uno de los países en los que opera. La compañía tiene, por lo tanto, el propósito de aplicar progresivamente todas las medidas de RSC que se emprendan en cada uno de los países en los que tiene presencia, sin perder de vista las características diferenciadoras de las diversas culturas y sociedades que componen la compañía.

Esta visión global y estratégica de la RSC se sustenta en el convencimiento de que la RSC es el único camino para seguir creciendo, si se tiene en cuenta el largo plazo, en el marco de un futuro sostenible.



2.2 Compromiso con los grupos de interés

La RSC en Áreas se encuentra sistematizada en una política de Responsabilidad Social concretada en cinco compromisos estratégicos, que se han ido adaptando año tras año a la evolución de la compañía. Estos compromisos se corresponden con los principales grupos de interés de Áreas:

1. Colaboradores

Áreas tiene un fuerte compromiso con sus colaboradores, a los que considera el activo principal de la empresa. La compañía cree que es básico mantener un permanente diálogo con ellos, así como asegurar su igualdad de derechos y oportunidades, independientemente del país en el que trabajen, así como de su género, raza, nacionalidad y creencias.

2. Clientes y concedentes

Uno de los objetivos fundamentales de Áreas es satisfacer las necesidades actuales de los clientes, pero también las futuras. Los clientes y concedentes son la razón de ser de la compañía, ya que a ellos se dedican los servicios y soluciones que ésta ofrece.

3. Sociedad

Además de generar empleo y riqueza allí donde opera, la compañía se ha fijado como objetivos la contribución a la erradicación de la pobreza, la promoción de la educación vial, la integración de personas con discapacidad y el fomento de una dieta saludable, entre otros. Su contribución a estos grandes retos sociales se plasma en campañas, acciones y colaboraciones dirigidas a la acción social.

4. Medio Ambiente

La protección y el respeto por el entorno en el que se desarrolla la actividad de Áreas es uno de sus compromisos principales. A la compañía le preocupa el futuro y en consecuencia pone remedio a toda actividad que pueda perjudicar el medio ambiente.

5. Proveedores

Áreas hace extensivo su compromiso con la RSC y sus valores a todos sus proveedores, como parte que son de su cadena de valor.



Diálogo permanente y fluido

Áreas tiene establecidos distintos canales de comunicación que aseguran el diálogo permanente y fluido con sus grupos de interés.

Grupo de interés	Total
Colaboradores	Manual de bienvenida, intranet, revista interna y comunicaciones adjuntas en las nóminas mensuales
Clientes y concedentes	Notas de prensa y acciones de RRPP, comunicaciones en el punto de venta, web, newsletter electrónica y folleto corporativo
Sociedad	Notas de prensa y acciones de RRPP, comunicaciones en el punto de venta, web, newsletter electrónica y folleto corporativo
Medio Ambiente	Newsletter electrónica, revista interna, web e informe anual RSC
Proveedores	Newsletter electrónica





2.3 Adheridos al Pacto Mundial de Naciones Unidas

Áreas es socio fundador de **ASEPAM** (Asociación Española para el Pacto Mundial), como una muestra de su respeto y compromiso por la difusión de los valores éticos y sociales que promueve esta iniciativa internacional, impulsada por la ONU en abril de 2002. Asimismo, la compañía presenta anualmente su Informe de Progreso, una publicación mediante la cual rinde cuentas a la Red Española del Pacto Mundial de los avances acometidos en el marco de la Responsabilidad Social y, de manera más concreta, en torno a los Diez Principios Universales que promulga el Pacto y que son:

Áreas se fijó en 2008 como objetivo la realización de un diagnóstico exhaustivo a nivel internacional del estado de cumplimiento de los requisitos implícitos de compromiso con el Pacto Mundial, un proyecto que está progresando y que supone un paso esencial hacia la internacionalización de la política de RSC de Áreas.

<p>Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia</p>	<p>Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación</p>
<p>Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos</p>	<p>Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente</p>
<p>Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva</p>	<p>Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental</p>
<p>Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción</p>	<p>Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente</p>
<p>Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil</p>	<p>Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno</p>



3

El compromiso
de Áreas con
sus grupos
de interés

- 3.1 Colaboradores
- 3.2 Clientes
- 3.3 Medio Ambiente
- 3.4 Sociedad
- 3.5 Proveedores



3.1 Compromiso con los colaboradores

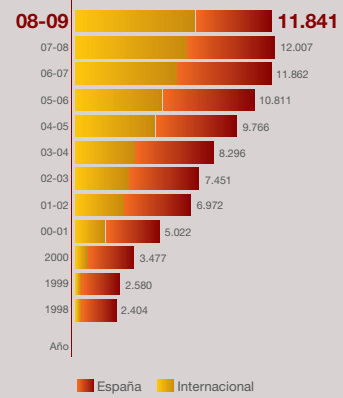
Una de las principales aportaciones de Áreas allí donde está presente es la creación de riqueza a través del empleo. La compañía da trabajo actualmente a cerca de 12.000 personas procedentes de los cuatro continentes que gozan de unas condiciones dignas en consonancia con los principios que promulga el Pacto Mundial de Naciones Unidas, al que la compañía está adherida desde 2005. Todas ellas integran un equipo comprometido y profesional, con una clara orientación y vocación de servicio.

La compañía está formada por una plantilla estable, diversa y joven, con una media de edad de 37 años y con una alta presencia femenina, que constituye el 60% del total. La actual recesión económica ha motivado un retroceso en el número de trabajadores que, no obstante, se ha visto atenuado por las nuevas contrataciones motivadas por aperturas como las de la nueva terminal del Aeropuerto de Barcelona.

Declaración de los Derechos del colaborador

1. Trabajar en un ambiente seguro y saludable.
2. Recibir una 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.

Número de empleados



Número de empleados por países	
España	38,7%
Chile	23,3%
USA	15,2%
México	13,5%
Portugal	3,8%
Marruecos	2,5%
Argentina	2,1%
República Dominicana	0,5%
St. Martin	0,5%

Composición de la plantilla según género	
Hombres	40%
Mujeres	60%
(Total sin USA)	

Composición de la plantilla según nacionalidad	
Latinoamericana	48,0%
Europea	47,7%
Africana	4,0%
Asiática	0,3%
TOTAL	100,0%
(Total sin USA)	

Apuesta por la formación y el desarrollo profesional

Áreas dedica una atención especial a la formación dirigida a sus colaboradores, con el objetivo de incrementar sus competencias y favorecer su desarrollo profesional. En 2009, la compañía ha impartido a través de la Escuela Áreas y la Universidad Corporativa Áreas (UCA), 173.000 horas de formación, de las que se han beneficiado más de 3.500 trabajadores.

Más de 75.000 horas se han dedicado a necesidades individuales de formación solicitadas por 46 empleados. El resto se han distribuido en enseñanza de idiomas, formación legal y obligatoria sobre higiene, prevención de riesgos y manipulación de alimentos, y otras habilidades y competencias adecuadas para un mejor desempeño del trabajo como informática, ventas y atención al cliente.

La formación es también para Áreas una de las herramientas básicas de transmisión de los valores corporativos a todos los colaboradores.

Plan de formación 2008-2009				
Acciones formativas	Beneficiarios	Participantes	Horas/ Participante	Horas totales
Formación en idiomas (inglés, francés y catalán)	Directores, mandos, técnicos, personal administrativo y personal de primera línea	175	Varias	2.900
Formación Legal y Obligatoria: • Buenas Prácticas de Higiene • Prevención de Riesgos Laborales • Manipulación de Alimentos	Personal de primera línea	2.056	15	28.050
Técnico Nivel Básico Prevención de Riesgos Laborales	Personal de primera línea (representantes de empresa y miembros comités seguridad y salud)	52	30	1.560
Técnico Nivel Básico Prevención de Riesgos Laborales	Mandos varios de la sede central	15	50	750
Proyecto "Vender Más y Mejor": • Módulo presencial: "Cómo promover la venta" • Módulos a distancia: "La actuación en el servicio"; "Merchandising: Hacer fácil la compra"; "Venta Sugerida: Vender Más y Mejor"	Personal de primera línea	20	3.112	44.608
Planes de Autoprotección	Supervisores de Barcelona y Madrid y responsables de distribución	50	5	250
Manipulación Manual de Cargas	Personal de primera línea	90	2	180
Curso Office	Personal de primera línea	15	15	225
Formación Normativa de Caja	Todo el personal de centros	900	2	1.800
Formación Oficina: Técnicas de Servicio/Recepción y atención al cliente/Técnicas de Venta	Personal de primera línea	140	125	17.500
Formación oficina: módulo café	Monitores de café	15	5	75
Solicitudes individuales de formación		46	1.650	75.900
TOTAL			3.574	173.798



Formación de acogida

Todos los colaboradores que se incorporan a Áreas reciben una formación inicial impartida por un grupo de monitores internos en cada uno de los centros operativos. Estos monitores, formados para su cometido, cuentan con un Centro de Soporte a la Formación que dinamiza y apoya su tarea formativa a la vez que ayuda al nuevo colaborador durante todo el proceso de integración en la compañía. Éste tiene a su disposición un teléfono para cualquier consulta o duda que desee realizar.

Para la formación, el monitor se sirve del Manual de Bienvenida, un documento que además de información corporativa recoge secciones de 'Buenas Prácticas en Higiene Alimentaria', 'Buenas Prácticas en Prevención de Riesgos Laborales', 'El Servicio en Áreas' y 'Buenas Prácticas Medioambientales'.

Una vez finalizado este proceso de formación de acogida, los trabajadores inician una Formación de Capacitación Avanzada que permite profundizar en los conocimientos relacionados con el oficio.



Evaluación del desempeño y promoción

Áreas lleva a cabo de manera bianual revisiones de Valoraciones de Puestos de Trabajo, con el objetivo de mantener la equidad interna y de mantener la competitividad en el mercado. Por otra parte y también cada dos años, la compañía realiza una Encuesta de Clima Laboral dirigida a mandos y personal de Dirección para detectar posibles áreas de mejora.

Finalmente, con el objetivo de favorecer el desarrollo profesional de sus trabajadores, Áreas cuenta con personal interno para ocupar puestos de trabajo vacantes. Durante 2009, se han realizado un total de 112 promociones internas.

Colaboración con asociaciones e instituciones académicas

Áreas mantiene convenios de prácticas con distintas escuelas de negocio y universidades como EAE, Universidad de Barcelona, CETT, IES Collblanc, Barcelona Business School, Esade, etc. que permiten a jóvenes estudiantes tener una primera toma de contacto con el mundo laboral a través de participación en las tareas de diferentes departamentos de la compañía.

Por otra parte, Áreas participa, junto a la Asociación Empresarial de Cadenas de Restauración Moderna, FEHRCAREM y el Departamento de Educación de la Generalitat de Catalunya, en un proyecto de análisis y diseño de los perfiles profesionales y el curriculum académico de los profesionales de la hostelería, así como en una serie de acciones formativas destinadas a promover la inserción laboral de los profesionales de este sector.

Conciliación y beneficios sociales

Áreas busca la satisfacción de sus empleados. Es por eso que ofrece una serie de beneficios sociales y medidas de conciliación cuyo objetivo es facilitar la compaginación de la vida laboral y personal de la plantilla así como contribuir a su bienestar personal y profesional.

Algunos de los beneficios sociales de que disfrutan los trabajadores de Áreas son:

- Ayudas a la escolaridad de los hijos de los colaboradores con edades comprendidas entre 3 y 18 años.
- Facilidades para compaginar el trabajo con los estudios.
- Carné Áreas: Aquellos colaboradores con una permanencia continua superior a un año tienen derecho a la tarjeta identificativa de Áreas, que ofrece una serie de descuentos en todos los establecimientos de la empresa y otras organizaciones colaboradoras.
- Todos los colaboradores gozan de una serie de beneficios por formar parte de la empresa: descuentos del 50% en consumiciones en

cafeterías o restaurantes de Áreas (excepto menú), descuentos del 25% y del 15% en determinadas compras realizadas en tiendas de Áreas, y descuentos del 50% en los hoteles de la compañía.

- Seguro médico privado a un precio inferior al coste real de mercado
- Posibilidad excepcional de solicitar préstamos por diferentes motivos extraordinarios (enfermedad grave, situaciones de emergencia, etc.) siempre y cuando se cumplan determinados requisitos de antigüedad.
- Comidas dentro del centro de trabajo.
- Obsequio de lotería para el Sorteo de Navidad y de lote de Navidad.
- Premio de Permanencia Positiva, a aquellos colaboradores que cumplen 15 y 25 años de antigüedad en la empresa.

Para facilitar la conciliación de la vida personal y laboral de sus trabajadores, Áreas se compromete a facilitar con antelación de un mes los horarios y turnos de trabajo a sus colaboradores, para que de esta forma puedan planificarse su vida privada.



Fomento de la participación

Para asegurar un continuo y efectivo diálogo entre la empresa y sus trabajadores, Áreas dispone de diferentes canales de comunicación bidireccionales que proporcionan información sobre la actualidad corporativa y otros temas como higiene y medio ambiente, y al mismo tiempo, permiten al trabajador canalizar sus dudas, inquietudes o sugerencias.

Revista interna *Con Acento*

La revista *Con Acento* es uno de los principales canales de comunicación de Áreas. De manera cuatrimestral, todos los colaboradores reciben esta publicación en la que se combina la información más rigurosa sobre la actualidad de la compañía con secciones de ocio y entretenimiento que permiten conocer más a fondo los gustos e inquietudes de los colaboradores de la compañía.

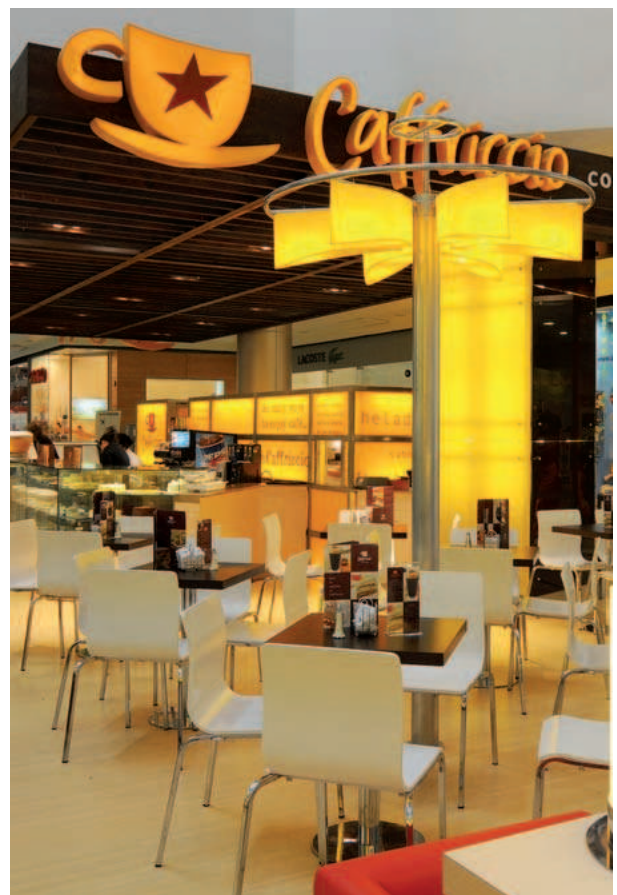
Manual de Bienvenida

Todos los colaboradores que se incorporan en la compañía reciben un Manual de Bienvenida en el que además de información sobre su proceso de formación de acogida y sobre la organización, se incluyen buenas prácticas de higiene, salud y prevención laboral, atención al cliente y medio ambiente. El manual incluye un teléfono al que todos los colaboradores pueden llamar para obtener información y/o resolver dudas sobre su proceso de incorporación. También incorpora un cuestionario de valoración.



Intranet corporativa

La intranet de Áreas es una herramienta interna de carácter informativo que permite una gran interactividad. Con ella, los trabajadores pueden estar al corriente de la actualidad sobre la compañía, así como realizar un buen número de gestiones y trámites.



Servicio NES

El Servicio NES (No Estás Solo/a frente al acoso) dispone, entre otras vías de recepción de denuncias, de un teléfono de atención gratuito y confidencial cuya finalidad es dar respuesta a las diferentes tensiones laborales y sociales que pueden darse en la compañía, así como gestionar debidamente los presuntos casos de acoso laboral en todas sus dimensiones. En los últimos años, el servicio ha mejorado y agilizado el proceso de respuesta y diagnóstico. Instituciones como ESADE y OGARSAT han reconocido las virtudes de este servicio para luchar contra el absentismo.

Canal de propuestas de mejora

Los trabajadores tienen a su disposición un canal para formular propuestas de mejora en los productos y servicios y/o en los procesos de trabajo de la compañía. Para Áreas, se trata de una herramienta especialmente valorada a la hora de detectar áreas de mejora en lo referente a la calidad.

Integración de colectivos desfavorecidos

Áreas se preocupa por la integración de las personas con discapacidad, tal y como lo demuestra su colaboración con la **Fundación Prevent**, a través del apoyo a las Becas Prevent al Espíritu Deportivo, que promueven el deporte adaptado, y a las Becas Prevent a la Formación Superior y Universitaria de personas con discapacidad.

La Fundación concede a través de estas ayudas dotaciones económicas de entre 600 y 1.500 euros dirigidas a facilitar el acceso y la continuación de estudios reglados a personas con un certificado de discapacidad del 45% o superior.

Desde el inicio de la colaboración entre Áreas y Fundación Prevent, 159 estudiantes han disfrutado de una de estas becas. En 2009 se han concedido 59 becas y un total de 40.000 euros para formación universitaria, y 44 becas por un valor total de 21.000 euros para fomentar el deporte adaptado.

Con objeto de promover la integración laboral de los colectivos desfavorecidos, Áreas cuenta entre sus proveedores con la **Fundación Cassià Just (Lorca & María Rosa, S.L.)** y con la **Fundación Aspros**, que proveen de fruta y servicios de manipulado, respectivamente.

Finalmente, la compañía colabora con otras asociaciones y fundaciones que trabajan por la integración de colectivos desfavorecidos como la **Fundación ONCE** o la **Asociación Catalana de Amigos del Pueblo Saharaí (ACAPS)**.

Salud y seguridad laboral

En materia de Seguridad y Salud en el trabajo, Áreas tiene constituido un servicio propio mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales que da soporte a todas las empresas del grupo y en las tres especialidades técnicas que establece la normativa vigente: Seguridad, Higiene Industrial y Ergonomía y Psicología aplicada. Para la especialidad de Medicina del Trabajo o Vigilancia de la Salud, Áreas cuenta con un servicio de prevención ajeno acreditado por la autoridad laboral.

Con el compromiso explícito de la Dirección de la empresa y con la implicación de todas las personas que la integran, Áreas ha iniciado un proyecto para la implantación de un sistema de gestión integrado en los sistemas de gestión existentes y basado en los requisitos de la **norma OHSAS**

18001:2007, cuyo objetivo es llevar a cabo la mejora continua de las condiciones de trabajo y preservar la Seguridad y la Salud de todos los colaboradores. Está previsto que este proyecto se desarrolle de forma paulatina para facilitar la integración progresiva de la prevención de riesgos en todos los procesos, actividades, centros y niveles jerárquicos de la compañía.

En este sentido, y en cumplimiento tanto de la normativa vigente, se han realizado las evaluaciones de riesgos y las correspondientes planificaciones preventivas de todos los centros y puestos de trabajo existentes en la empresa. Asimismo, se han homogeneizado los planes de autoprotección de todos los centros de trabajo y locales de pública concurrencia y se han establecido modelos específicos en función de su ubicación y de la actividad desarrollada.

Los trabajadores pueden realizar consultas y participar en cualquier asunto relativo a la salud y la seguridad en el trabajo a través de los Comi-

tés de Seguridad y Salud, que se reúnen periódicamente, y de los Delegados de Prevención. Asimismo, existe un procedimiento interno para la coordinación de actividades en materia de prevención con las empresas que operen en las instalaciones de la compañía o que sean titulares de las mismas y para la integración de la actividad preventiva en los proyectos de obra o remodelación de locales.

Relaciones laborales

Todos los colaboradores de Áreas tienen derecho a estar afiliados o a apoyar a cualquier organización sindical legalmente constituida. En Áreas se respetan rigurosamente los derechos y obligaciones que la ley establece en relación a los comités de empresa y representantes legales de los trabajadores.

Estamos implantando un sistema de gestión integrado

cuyo objetivo es llevar a cabo la mejora continua de las condiciones de trabajo y preservar la Seguridad y la Salud de todos los colaboradores



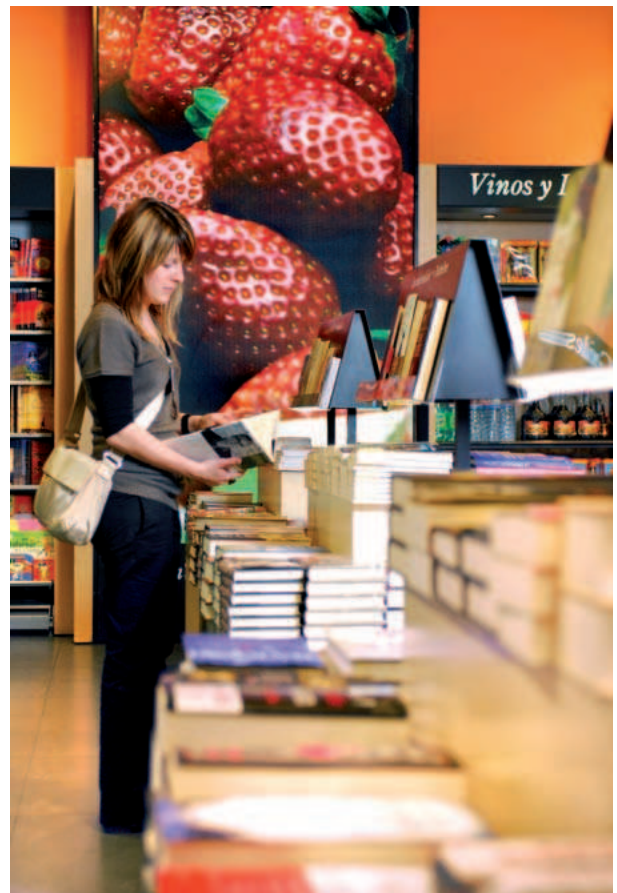
3.2 Excelencia en el servicio al Cliente

La razón de ser de Áreas son los más de 150 millones de clientes que acuden anualmente a los más de 1.200 establecimientos que la compañía tiene distribuidos en los nueve países en los que está presente. El objetivo es atenderlos de la mejor manera posible, ofreciéndoles un servicio integral, profesional y de calidad. Para garantizar esta excelencia, la compañía tiene establecidos una serie de herramientas y procedimientos, más allá de la ley, que aseguran el control de la calidad de los productos y servicios desde su recepción hasta su disfrute por parte del cliente.

Sistema de gestión de calidad

Garantizar la satisfacción de los clientes es un objetivo clave en la estrategia de Áreas cuyos pilares básicos se sustentan en la Política de Calidad y el Sistema de Gestión de la Calidad.

Áreas dispone de una **Política Integrada de Gestión de Calidad y de Seguridad y Salud en el Trabajo**, en continua actualización, que asume de manera explícita el compromiso de atender y satisfacer las necesidades del cliente y trabajar para adelantarse a sus expectativas.



POLÍTICA INTEGRADA DE GESTIÓN de CALIDAD, y de SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO



La Dirección de Grupo AREAS, consciente de la importancia de los aspectos relacionados con la Gestión de la Calidad y de la Seguridad y la Salud en el Trabajo, asume los siguientes compromisos:

- **COMPROMISO CON EL CLIENTE:** Atendiendo y satisfaciendo sus necesidades y trabajando para adelantarnos a sus expectativas.
- **COMPROMISO CON LAS PERSONAS:** Creando un entorno favorable para la participación, el desarrollo y la capacitación profesional de nuestros colaboradores.
- **COMPROMISO CON LA SEGURIDAD Y LA SALUD:** Garantizando la seguridad y la salud de los colaboradores y terceros, a través de una gestión integrada de la prevención de los riesgos laborales en el conjunto de las actividades y a todos los niveles de la organización.
- **COMPROMISO CON LA MEJORA:** Basando nuestros procesos de trabajo en un Sistema Integrado de Gestión que se evalúa y mejora permanentemente, involucrando en ello a todo el personal.

Asegurando asimismo el cumplimiento de los requisitos legales aplicables y suscritos, incluidos los de las Normas UNE-EN-ISO 9001:2000 y OHSAS 18001:2007.

Jose Pluante
CONSEJO DIRECTOR GENERAL

Rev. 0 12/2010

Para alcanzar este compromiso, Áreas dispone de un Sistema de Gestión de Calidad que busca implantar una mejora continua en todos los servicios que ofrece, bajo un esquema basado en el

Círculo de la Mejora Continua (PDCA): Planificar (Plan), Desplegar-Realizar (Do), Comprobar (Check), Ajustar (Act).



Círculo de Mejora Continua PDCA en Áreas

Fruto de la voluntad del grupo por esta mejora continua, el Sistema de Gestión se enriquece anualmente con la incorporación de nuevos centros –Áreas dispone de un total de 266 centros de trabajo certificados-, actividades, cambios normativos, sugerencias, oportunidades de mejora, y de otros sistemas de gestión –el grupo está trabajando en la integración del Sistema de Gestión de Calidad y del de Prevención de Riesgos Laborales-.

El Sistema de Gestión de Áreas se revisa permanentemente a través de auditorías internas y externas, visitas de consultoría y asesoría y encuestas de satisfacción. Asimismo, tanto la Dirección como el resto de departamentos im-

plicados revisa el sistema a partir de indicadores y del Cuadro de Mando Integral (CMI), así como de una autoevaluación según el modelo EFQM (European Foundation for Quality Management).

La asociación Aenor señaló en su informe de auditoría externa relativo a 2008 el avanzado nivel de madurez del Sistema de Gestión de Áreas, del cual destacó el amplio análisis de datos de la revisión del Sistema que realiza la Dirección, la gestión de las reclamaciones de los clientes, los nuevos manuales de formación del personal y los controles higiénicos que se efectúan en los centros.

Aenor certifica el Sistema de Gestión de Calidad de Áreas

Áreas recibió en diciembre de 2008 el certificado de empresa ISO 9001:2000. Asimismo, se llevó a cabo la emisión de un certificado exclusivo para RAESA conforme a lo dispuesto en la normativa UNE-EN-ISO 9001:2000, tras finalizar la implantación y la certificación del Sistema de Gestión en los puntos de venta de Áreas de todas las terminales del Aeropuerto de Barajas.

La compañía dispone en materia de calidad de una certificación por la Norma ISO 9001:2000, obtenida el año 1999 por primera vez y renovada anualmente desde entonces, y hasta la fecha, con la inclusión de nuevos centros en su alcance. En la actualidad, al final del proyecto ISO 2008, Áreas tiene 320 centros certificados: 208 establecimientos de restauración, 104 tiendas, 4 hoteles y 4 cocinas centrales, así como el Almacén Central y las Oficinas Centrales.

La compañía continúa apostando por conseguir un elevado nivel de excelencia en el servicio que presta a sus clientes y, por ello, realizará la próxima revisión, motivada por la publicación de la nueva versión de la Norma, la UNE EN ISO 9001:2008.



Canales de diálogo

Dentro del Departamento de Calidad y Organización, la compañía dispone de un Área de Satisfacción de Clientes cuya función principal es desarrollar y gestionar las herramientas y acciones que garanticen la satisfacción del consumidor. Los clientes de Áreas disponen de tres canales para hacer llegar cualquier comentario a la compañía: cuestionarios de satisfacción, hojas de reclamaciones y la página web. Se trata de tres herramientas ágilmente gestionadas que aportan al cliente la máxima resolución y proximidad.

a) Cuestionarios de satisfacción

Con el objetivo de conocer la valoración de los clientes del servicio de Áreas y medir su evolución, el personal de la compañía realiza una entrega activa de cuestionarios de satisfacción a los consumidores, con periodicidad trimestral y de forma aleatoria. El cuestionario permite evaluar el servicio de Áreas de manera cuantitativa y cualitativa, ofreciendo un espacio para aportar sugerencias. Para incentivar las respuestas, Áreas sortea cuatro cruces anuales entre las personas que han cumplimentado el cuestionario.

La organización analiza en profundidad todos los cuestionarios y una vez tratados, comunica sus resultados a los puntos de venta, a través de un informe que se cuelga en la intranet y se hace llegar a los supervisores de zona y a los directores operacionales. Asimismo, las conclusiones se elevan a los diferentes comités establecidos en el grupo.

Periódicamente, se realizan estudios de satisfacción a los clientes por parte del departamento de Marketing cuyos resultados permiten afianzar y/o actualizar los ítems valorados en los cuestionarios de satisfacción con el objetivo de mantener una herramienta dinámica y coherente con las necesidades y nuevas expectativas de los clientes.



b) Gestión de reclamaciones

Áreas tiene establecido un circuito que permite asegurar la resolución de cualquier incidencia o conflicto que surja durante el servicio con los clientes de forma rápida y efectiva. Todas las reclamaciones, independientemente de su naturaleza y del canal utilizado, siguen el mismo proceso:

1. Atención de la reclamación por parte del personal

El personal de Áreas recibe una formación específica sobre el tratamiento de cualquier conflicto, en la que se pretende que se entiendan las reclamaciones como una oportunidad de mejora. Además, para facilitar la transmisión de cualquier insatisfacción por parte de los clientes, todo el personal del establecimiento tiene acceso a las 'Hojas de Reclamación/Denuncia Oficial' de la propia Comunidad Autónoma así como también a las 'Hojas de incidencias en el servicio a clientes'.

2. Gestión interna de la reclamación: identificación de causas, comunicación, implantación de acciones correctoras

El Área de Atención al Cliente gestiona todas las hojas de reclamaciones que entregan los clientes, así como la información detallada sobre la incidencia que a través de la Intranet facilita el responsable del establecimiento. Para agilizar la respuesta y la implantación de acciones correctoras, Áreas ha fijado un tiempo máximo de comunicación de las reclamaciones de 24 horas posterior a la recepción de la reclamación en el centro.

3. Respuesta al cliente y verificación de la eficacia

Una vez analizada la incidencia, se le da respuesta al cliente informándole de las causas y acciones de mejora. Terminado este proceso, y transcurrido un tiempo prudencial desde el envío de la respuesta al cliente, el Responsable de Atención al Cliente realiza una llamada telefónica al reclamante para conocer su grado de satisfacción en el tratamiento de la reclamación



tanto por parte del personal de servicio, como desde las oficinas centrales.

De las reclamaciones recibidas, se derivan acciones con el ánimo de recuperar aquellos clientes que han manifestado su insatisfacción y con el objetivo de evitar la recurrencia de situaciones parecidas en el futuro.

c) Atención al Cliente en la página web

Con el ánimo de facilitar la comunicación entre los clientes y Áreas, dentro de la página web corporativa se encuentra un apartado de contacto mediante el cual los visitantes de la página pueden enviar un e-mail que se recibe directamente en el área de Atención al Cliente.



Además, en todos los servicios se comunican, mediante cartelería específica, los datos de contacto directo con el Área de Atención al Cliente (e-mail, teléfono y dirección postal), lo que ayuda a crear, de esta forma, un ambiente de proximidad, transparencia e interés hacia el cliente.

Los colaboradores, impulsores de la calidad

Consciente de que los principales responsables de la calidad son las personas que trabajan en la organización, independientemente del nivel o puesto de trabajo que ocupen, Áreas ha desarrollado mecanismos para motivar e involucrar a los colaboradores en este ámbito.

Un ejemplo son las 'Propuestas de Mejora', un sistema de sugerencias internas que pretende aprovechar el conocimiento y la experiencia de las personas más cercanas al cliente, los trabajadores, para la mejora continua de los productos, los servicios y los procesos de trabajo.

Todos los colaboradores pueden formular sus propuestas, que se centralizan en el Departamento de Calidad y Organización, que a su vez las clasifica y distribuye a los Directores de Departamento afectados, para su análisis y aprobación.

Tanto si se aceptan para llevarlas a cabo como si se desestiman, Áreas asume el compromiso de dar una respuesta justificada al emisor en el plazo máximo de 3 días, con independencia del tiempo que posteriormente se requiera para la puesta en marcha de la propuesta, en caso de ser aprobada.

En el caso de que la decisión exceda del ámbito de un departamento, se traslada su análisis al Comité de Calidad de Dirección, en el que están representadas todas las Direcciones.

A finales de 2009, se habían recibido un total de 1.561 'Propuestas de Mejora', con una media anual que supera las 150, un indicador del interés que ha despertado la iniciativa entre los colaboradores.



Cumplimiento de los estándares de calidad del servicio

Con el objetivo de controlar el cumplimiento de los estándares de calidad de los servicios, Áreas dispone de dos herramientas: el check-list de cliente o auditorías externas y el mystery shopper.

Áreas realiza auditorías externas sobre la calidad del servicio de manera periódica que evalúan los aspectos estructurales de los puntos de venta, la limpieza, el ambiente y el confort, los

elementos de comunicación, los productos y el factor humano. Asimismo, en aquellos establecimientos que obtienen unas valoraciones de los cuestionarios de satisfacción más bajas y que reciben más número de reclamaciones, Áreas subcontrata los servicios de mystery shopper, con el objetivo de detectar las causas y mejorar la calidad del servicio. Los auditores basan su visita 'sorpresa' en unos criterios personalizados elaborados por Áreas según los resultados de reclamaciones y cuestionarios de satisfacción.

Áreas destaca en los Premios ADIF al Mejor Establecimiento 2009

ADIF, entidad pública empresarial adscrita al Ministerio de Fomento, ha premiado uno de los establecimientos de Áreas: **News & Books** (Estación de Sevilla Santa Justa), siendo elegido como **Mejor Establecimiento 2009** en la categoría de las tiendas de la estación®. El jurado que ha premiado a esta tienda ha estado compuesto por directivos de Adif, la Asociación Española de Centros Comerciales, C.C. la Vaguada, el diario Expansión, y representantes de establecimientos ganadores del año pasado.

El pasado año, La Botiga del Barça (Estación de Sants-Barcelona) y Café Café (Estación de Girona) fueron elegidos como los mejores establecimientos en dos de las nueve estaciones participantes en los Premios ADIF al Mejor Establecimiento 2008.



Higiene y calidad del producto

La higiene es una prioridad para Áreas, que actúa desde varios niveles de la organización y en todo el proceso de recepción, almacenamiento, manipulación, elaboración y presentación de los productos, estableciendo una serie de controles que aseguren su calidad higiénica y organoléptica.

Aseguramiento de la calidad higiénica

Áreas dispone de un programa de autocontrol en materia de seguridad alimentaria tal y como exigen las normativas internacionales en relación a la higiene de los productos. Su carácter preventivo permite que, si aparece un resultado que indique que el control se ha perdido y, por tanto, que los alimentos producidos pueden no ser seguros, se puedan tomar medidas adecuadas a tiempo, de forma que los productos peligrosos no lleguen al consumidor.

El Plan de Autocontrol Higiénico-Sanitario establecido en Áreas tiene en cuenta tanto los peligros provenientes del entorno de trabajo, como los específicos del proceso de producción.

Asimismo, Áreas dispone de otros programas relacionados con la desinfección, el control del agua, la formación de manipuladores, el mantenimiento de las instalaciones o el control de proveedores, entre otros, que aseguran las condiciones higiénicas de toda la oferta de productos de la compañía.

Plan de limpieza y desinfección: Los establecimientos alimentarios deben asegurar que todas las instalaciones, la maquinaria, los utensilios y otros equipamientos estén debidamente limpios y desinfectados para que no sean una fuente de contaminación para los alimentos.

El Programa de Limpieza y Desinfección analiza qué, cómo, cuándo y quién limpia y desinfecta a través de la supervisión por parte del personal del centro, la realización de análisis microbiológicos de superficies por parte de un laboratorio externo y la verificación de ítems relacionados con el correcto grado de limpieza en las auditorías o check-lists que se realizan.

Plan del control del agua: Áreas dispone de un Plan de Control del Agua que garantiza que el agua utilizada por los establecimientos no es una fuente de contaminación, ya sea de forma directa o bien a través de los manipuladores, las instalaciones o los equipos.

A través de este plan, se describen los diferentes usos del agua, las fuentes de suministro, las características del sistema de distribución y el mantenimiento que se hace de las instalaciones. Asimismo, se establecen diferentes procedimientos para garantizar la calidad del agua a través de equipos de tratamiento y del análisis de parámetros microbiológicos y físico-químicos por parte de un laboratorio externo autorizado.

Plan de formación de manipuladores

A través de su Plan de formación de manipuladores, Áreas garantiza que todas las personas que intervienen en la obtención, la transformación, la distribución y la venta de alimentos reciben una formación apropiada en materia de higiene alimentaria de acuerdo con su actividad laboral.

Plan de desinsectación y desratización

El Plan de Control de Plagas tiene como objetivo prevenir la entrada y la instalación de plagas y otros animales indeseables que puedan implicar un peligro de contaminación para los alimentos. Para ello, se aplican métodos de prevención evitando el uso de plaguicidas, salvo que sea estrictamente necesario.





Áreas dispone de un programa de autocontrol en materia de seguridad alimentaria

Plan de mantenimiento de locales, instalaciones y equipos: El objetivo de este plan es prevenir que el posible deterioro o mal funcionamiento de los locales, instalaciones, equipos y maquinaria puedan originar diferentes peligros sobre los alimentos. Áreas realiza para ello un mantenimiento correctivo y preventivo a través de un libro de mantenimiento, que recoge las revisiones que se deben llevar a cabo, con qué periodicidad y por quién; y de un chequeo de carácter bianual por parte de un laboratorio externo.

Plan de control de proveedores: El objetivo del Plan de Control de Proveedores es evitar que las materias primas y otros productos alimenticios de los que se provee el establecimiento comporten un peligro para la seguridad alimentaria. Para ello, Áreas establece las condiciones necesarias que deben tener las materias primas y otros productos alimenticios, antes de la compra, para garantizar la inocuidad alimentaria.

Para comprobar que se reúnen estas condiciones, denominadas 'Especificaciones Técnicas de Producto de Compra' (ETPC), la compañía realiza controles en la recepción del producto por parte del personal propio del establecimiento o de un laboratorio externo. Anualmente, y considerando la evolución de los resultados obtenidos en las comprobaciones, entre otros parámetros, se hace una valoración global de los proveedores. Independientemente, se realizan auditorías de calidad a proveedores para verificar que disponen de los medios productivos adecuados y con la suficiente capacidad como para producir con garantía los productos, así como comprobar también que tienen implantado un sistema de aseguramiento de la calidad de los productos suministrados.

Plan de gestión de residuos: Los desperdicios de un establecimiento pueden suponer una fuente de contaminación, bien por sí mismos o por afectar a la limpieza y desinfección. El programa de gestión de residuos trata de evitar que estos residuos o subproductos generados produzcan contaminaciones cruzadas con los alimentos elaborados, u otras que afecten a la inocuidad de los alimentos.

Plan de trazabilidad: La seguridad sanitaria de los alimentos se debe controlar en todas las etapas productivas, desde el origen de las materias primas hasta el suministro del producto elaborado al consumidor. Por este motivo, Áreas tiene documentado e implantado un sistema de trazabilidad en el que se dispone de la información necesaria para garantizar la seguridad alimentaria.

Buenas prácticas de higiene: Áreas dispone de varios documentos que detallan procedimientos para la conservación y almacenamiento, etiquetado y exposición de alimentos, con el objetivo de controlar la calidad de los mismos independientemente de su origen o condición. El Manual de Bienvenida que reciben los trabajadores que se incorporan en la compañía dedica una sección a explicar buenas prácticas de higiene.



Visitas de consultoría

Áreas coordina y realiza, con una frecuencia mínima anual, diferentes visitas de consultoría y asesoría a los centros en las que se evalúan todos los aspectos higiénicos derivados de las incidencias detectadas.

En estas visitas se revisan los resultados de los controles, se analizan las causas y se establecen medidas correctivas para evitar su recurrencia.

El alcance de este proyecto se ha ido ampliando con los años, al obtener una valoración muy positiva, tanto desde el punto de vista de la eficacia en la implantación de las acciones, como desde el punto de vista de los centros, que encuentran en estas visitas un asesoramiento técnico muy cercano y personalizado.

Fruto de los resultados del primer año de funcionamiento de esta herramienta de revisión y mejora, se han aportado mejoras en el ámbito de la higiene y seguridad alimentarias, como son:

- Espacio informativo sobre higiene en el Portal de Calidad, denominado 'S.O.S. Higiene', con contenidos prácticos para la resolución de aspectos higiénicos ante los que se detectó cierto desconocimiento en las visitas realizadas.
- Revisión de la gama de productos de limpieza.
- Ampliación del proyecto de consultoría con nuevos aspectos a revisar en relación a la calidad del producto, análisis microbiológicos, determinada documentación y gestión de proveedores.



Aseguramiento de la calidad organoléptica

El área de Calidad de Producto e Higiene es también la encargada de planificar, coordinar y ejecutar todos los proyectos y acciones encaminadas al aseguramiento y la mejora de la calidad organoléptica de los productos que se ofrecen en los centros de Áreas.

Entre otras medidas de control sobre las propiedades sensoriales de los alimentos, Áreas ha establecido un Plan de Control Organoléptico que incluye diversas auditorías de producto por parte de personal externo.

Mejor café

Ante la actual situación de incertidumbre económica, Áreas y Nestlé Profesional han llegado a un acuerdo de colaboración, apostando por mejorar la calidad del café que se consume en 400 establecimientos del grupo Áreas en España, sin que esta decisión repercuta en la economía del viajero.

Según un Estudio de Satisfacción desarrollado por Áreas, el café se ha convertido en la bebida más deseada por los consumidores, quienes valoran especialmente el sabor y la calidad.

Alimentación variada y saludable

Dentro de su política de Responsabilidad Social Corporativa, Áreas desarrolla acciones encaminadas a ayudar al consumidor a mejorar su calidad de vida a través de una alimentación sana y equilibrada. Para ello, dispone de una oferta de productos que fomentan los hábitos saludables de los consumidores durante sus viajes.

Entre las diferentes medidas que Áreas ha emprendido en este sentido en 2009 destaca la revisión de la definición del menú infantil, de acuerdo con el marco de actuación de la Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS) emprendida por el Gobierno en

2005. De esta manera, Áreas se ha adecuado a las recomendaciones de la pirámide alimenticia infantil y, sin obviar el gusto de la infancia, ha definido un menú equilibrado basado en la dieta mediterránea.

Por otra parte, se ha puesto a disposición de los clientes una gama de productos sin gluten especiales para celíacos, un colectivo que en España alcanza las 300.000 personas. En una primera fase se han incorporado a la oferta de Áreas magdalenas y hamburguesas sin gluten, con el objetivo de continuar ampliando el catálogo de productos con estas características.

Finalmente, Áreas ha seguido incorporando a su oferta alimenticia nuevos productos de muy alta calidad, como el cochinillo, la dorada o incluso una hamburguesa gourmet, para dar respuesta a las necesidades de los distintos consumidores.

Campaña para colaborar con la economía del viajero

Ante la situación de crisis económica, Áreas ha apostado en 2009 por una estrategia agresiva de reducción de precios al consumidor a través de una serie de ofertas excepcionales y descuentos impactantes. Así, la compañía ha puesto a disposición del viajero una serie de productos a 1€ para incentivar el consumo y promover las paradas para descansar durante un largo viaje. Esta campaña se ha complementado con menús de desayuno, entre horas y merienda; y la distribución de más de 300.000 'talones viajeros' con descuentos de hasta 100€.





3.3 Protección del Medio Ambiente

Áreas es consciente del impacto que el desarrollo de su negocio genera en el medio ambiente. De ahí que la protección del entorno sea uno de los compromisos fundamentales que asume la compañía en el marco de su RSC. Para Áreas, el éxito radica en conseguir la mayor eficacia posible optimizando al máximo los recursos disponibles y apostando por un uso sostenible de ellos.

Sistema y estructura de la gestión ambiental

Áreas cuenta desde 2006 con una Política Ambiental, adoptada por la Dirección General, que recoge los siguientes principios:

- Fomentar y sensibilizar en materia de ahorro energético y en el uso racional de los recursos.
- Comunicar la Política Ambiental de la organización a sus empleados, proveedores y subcontratistas.

- Aplicar las tecnologías más limpias y eficientes, económicamente viables, que contribuyan a la prevención de cualquier tipo de contaminación medioambiental al entorno e internamente.

- Mantener continuamente el compromiso de cumplimiento de la legislación y reglamentación aplicables, revisando periódicamente el comportamiento ambiental y de seguridad de las instalaciones.

- Corregir los defectos y problemas que se detecten en la materia, para evitar que vuelvan a repetirse, con un compromiso individual y colectivo de mejora continua en los servicios que se prestan.

La compañía realiza un importante esfuerzo para mejorar la eficacia de sus procesos y minimizar el consumo de recursos, para lo que cuenta con sistemas de ahorro energético, de agua y de materiales, e invierte en proyectos de innovación tecnológica, que reduzcan el impacto de su actividad en el entorno.

Sistema de Control y Gestión Ambiental de un establecimiento estándar de Áreas



Áreas cuenta con un Departamento de Medio Ambiente, encuadrado dentro del Departamento de Obras y Mantenimiento, que se encarga de desarrollar y gestionar los aspectos ambientales de la organización.

AREAMED certifica de nuevo su Sistema de Gestión Ambiental basado en la ISO 14001

AREAMED 2000, S.A., empresa participada al 50% por Áreas y dedicada al mantenimiento y conservación de áreas de servicio de autopistas, ha renovado en 2009 la certificación de su Sistema de Gestión Ambiental basado en la norma **UNE-EN ISO 14001** que obtuvo en el 2006, aplicado a su actividad de 'Gestión de Áreas de Servicio', e incluyendo en el alcance la totalidad de centros de trabajo gestionados por la empresa.

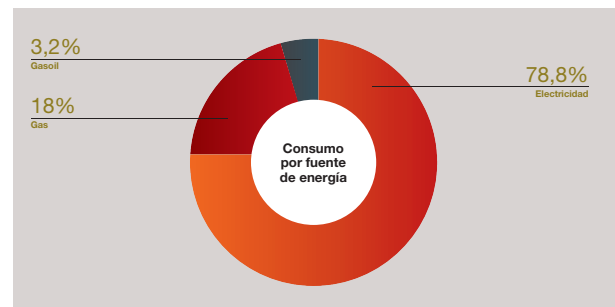


El Departamento de Medio Ambiente de Áreas, como principal responsable de la implantación y mantenimiento de este Sistema de Gestión Ambiental según la norma ISO 14001, ha aprovechado los conocimientos acumulados para aplicar los procesos de gestión a otros sectores de actividad de la empresa. Esto incluye, por ejemplo, los procedimientos de identificación y evaluación de aspectos ambientales significativos, que permiten a Áreas detectar posibles puntos de mejora en sus actividades, y los procedimientos de identificación de normativa y requisitos legales que le son de aplicación a la empresa.

Apuesta por una gestión energética eficiente

El consumo energético es uno de los principales impactos que Áreas tiene en el medio ambiente, sobre todo el eléctrico, que supone el 78,82% del total, debido al uso de las instala-

ciones de aire acondicionado, motores, resistencias e iluminación. Para combatir los efectos negativos en el medio ambiente, la compañía se esfuerza por racionalizar los consumos de todas las fuentes de energía, apostando por la eficiencia energética y por un uso creciente de las energías renovables.



Consumos de electricidad, gas y gasóleo

En 2009, la compañía ha consumido 60.371.796 kWh de electricidad para cubrir las necesidades de climatización, instalaciones de hostelería y, en menor grado, la iluminación de la mayoría de centros. Se trata de un consumo inferior al de años anteriores y equivalente al de 17.249

hogares si se tiene en cuenta que el consumo medio por hogar en España es de 3.500 kWh anuales.

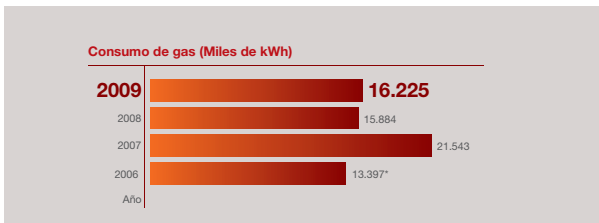
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO ELÉCTRICO (kWh) EN ÁREAS

	2007	2008	2009
ÁREAS	51.499.163	50.240.062	48.497.265
ARCO DUPLO	1.835.458	1.910.495	1.697.437
CARMEN	1.536.558	1.551.137	1.336.496
AREAMED	2.694.578	2.582.628	2.348.673
ELITE	1.172.466	1.405.397	(*)
CAN-ÁREAS	40.590	11.769	45.706
RAESA	4.407.650	7.511.084	6.446.220
TOTAL	63.186.463	65.212.572	60.371.797

* En el año 2009 el consumo de ELITE queda integrado dentro de AREAS.

En lo que respecta al gas, Áreas ha consumido 16.225.000 de kWh, una cifra superior a la de 2008 debida al consumo de calderas provocado por las bajas temperaturas registradas en invierno. Áreas utiliza dos tipos de gas en el desarrollo de su actividad: **gas GLP**, básicamente

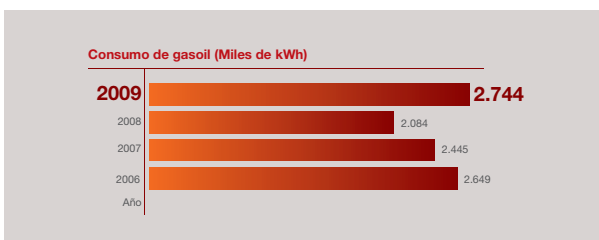
propano, y **gas natural**. Los principales usos que se le dan son la generación de calor en las cocinas para las diferentes instalaciones de restauración, y la combustión en calderas para producir agua caliente sanitaria y calefacción.



* En 2006 no está integrado el consumo de RAESA

En aquellos centros donde, por razones técnicas, es complicado tener una instalación a gas se usa gasoil para calefacción y generación de agua caliente sanitaria. A pesar de que es un combustible tradicionalmente utilizado en Áreas, la compañía lo está sustituyendo progre-

sivamente, en los casos en que es posible, por gas, más respetuoso con el medio ambiente. En 2009, se han consumido 2.744.000 kWh de gasóleo, una cifra superior a la de 2008 debido al mayor consumo en calderas de calefacción por las condiciones climatológicas.



Iluminación eficiente en toda la compañía

Hacia la eficiencia energética

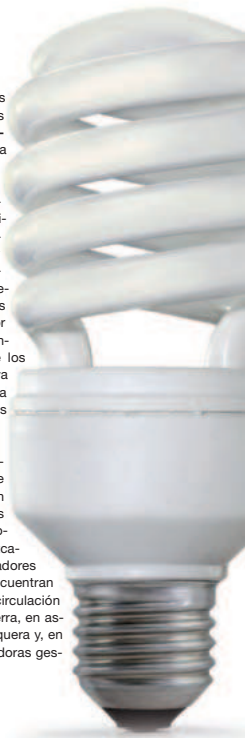
Uno de los objetivos de Áreas es reducir su consumo energético mediante el uso racional de los recursos y la implantación de tecnologías más eficientes. Con este propósito, en 2009 se han desarrollado instalaciones eficientes de alumbrado interior y exterior en las áreas de servicio; se han realizado auditorías energéticas; y se han implantado variadores de frecuencia.

En lo que respecta al **alumbrado interior**, se ha establecido como norma la compra de iluminación eficiente en toda la compañía. Así, se están sustituyendo progresivamente las luminarias más antiguas por otras de nueva generación. Asimismo, se han colocado mecanismos de control de iluminación. En las oficinas de la sede central se han ajustado potencias, modificado los horarios de limpieza, así como los de iluminación y climatización, con lo que se ha conseguido un ahorro de unos 90.000 kWh/año.

Por otro lado, durante el año 2009 se han realizado estudios sobre eficiencia energética en el **alumbrado exterior** en las áreas de servicio del Montseny y Porta de Barcelona, ambas ubicadas en la autopista AP-7, con el propósito de prevenir la contaminación luminosa y favorecer el ahorro y el aprovechamiento de la energía. Fruto de estos informes, se han sustituido lámparas por otras de menor impacto ambiental y mayor eficiencia energética, lo que ha permitido reducir la potencia instalada casi a la mitad. Por otra parte, se ha orientado correctamente el flujo luminoso de las nuevas instalaciones para reducir el número de báculos y luminarias, lo que ha supuesto un ahorro energético de más de 70.000 kWh sin repercutir en el grado de confort ni en la seguridad, y respetando el medio natural y las especies de hábitats nocturnos.

Por último, se han dotado las nuevas campanas extractoras de las cocinas con **variadores de frecuencia**, un sistema que permite regular la velocidad de giro de los motores mediante el control de la frecuencia de alimentación suministrada al motor, adaptándose a los periodos de mayor y menor demanda. La incorporación de los variadores de frecuencia supone dos ahorros para la empresa: un menor consumo eléctrico y un funcionamiento más óptimo de los equipos de climatización, ya que el aire que inyectan para mantener la temperatura no es extraído por la campana.

Los nuevos proyectos incorporan este mecanismo que también se ha modificado en alguna de las instalaciones existentes, como en las cocinas de las áreas de Montcada y La Jonquera. Los variadores de frecuencia también se encuentran instalados en grupos de recirculación de agua fría del Hotel Bellaterra, en ascensores del área de La Jonquera y, en general, en todas las depuradoras gestionadas por AREAMED.



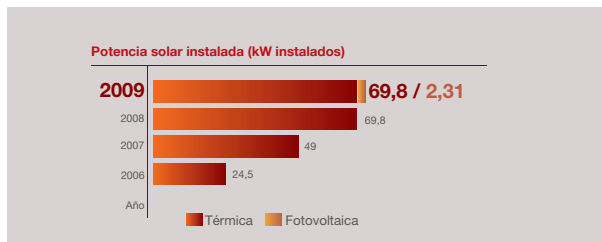
Energías renovables

Uso de energías renovables

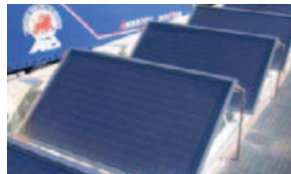
En coherencia con su política de ahorro energético, Áreas apuesta por el uso de fuentes de energía renovables en el desarrollo de su actividad.

Entre 2006 y 2009 se han ejecutado diversas instalaciones solares para la producción de agua caliente sanitaria o para la generación de electricidad, que han incrementado considerablemente la potencia solar instalada hasta su-

perar los 72,1 kW. Entre ellas, cabe destacar las **instalaciones de ACS** para los hoteles de Bellaterra (2006), Lleida (2007) y Espinosa de los Caballeros (2008), y en el tren de lavado de cocina del área de servicio de Médol (2008). En 2009 se han instalado farolas fotovoltaicas para la iluminación exterior del área de servicio de Montcada.



El proyecto desarrollado en el área de servicio de Médol se trata de una instalación de 10 captadores solares conectados en circuito cerrado con un intercambiador de placas. El fluido que circula por dicho circuito absorbe la radiación solar, aumentando su temperatura y cediendo este calor al agua sanitaria que alimenta el tren de lavado del restaurante. De esta manera, se minimiza el consumo eléctrico que antes se destinaba a calentar el agua.



La innovación al servicio del entorno: farolas fotovoltaicas

Áreas ha puesto en marcha en 2009 una instalación de **alumbrado exterior con farolas fotovoltaicas** en el área de servicio de Montcada de la autopista C-33 (Barcelona). La iniciativa es pionera al tratarse de la **primera instalación de alumbrado con energía solar instalada en un área de servicio de España**.

La instalación consta de 14 farolas distribuidas por la zona de aparcamiento que funcionan a través de paneles fotovoltaicos que convierten la luz solar en electricidad. Esta energía es acumulada en baterías situadas en la base de la farola que por la noche se descargan a través de unas lámparas de tecnología LED, que garantizan la eficiencia y el ahorro energético.

El desarrollo del proyecto ha sido llevado a cabo conjuntamente por AREAMED, empresa participada de Áreas, y SIARQ, especialista en diseño de estructuras para espacios públicos. Estas instalaciones conjugan por primera vez el diseño en un alumbrado público con unos criterios de ahorro energético y de obra civil (ausencia de zanjas y cableado), lo que aporta un valor estético y simbólico al lugar en el que se instalan.

A las farolas instaladas se les ha dado el nombre de **HOM**, por su semejanza con una persona. En el diseño de las mismas se intenta acercar al hombre a la energía solar, contribuyendo simbólicamente a la sensibilización del ciudadano con el uso de las energías renovables. En este sentido, las farolas intentan recoger tres conceptos:

- **El hombre:** la estructura de la farola, que sujeta la placa fotovoltaica con sus brazos y de cuya cabeza surge la iluminación.
- **Medio ambiente:** la iluminación procede de una energía renovable y se emite a través de las lámparas de alta eficiencia.
- **Tecnología:** se ha realizado una fuerte inversión en I+D para este desarrollo.

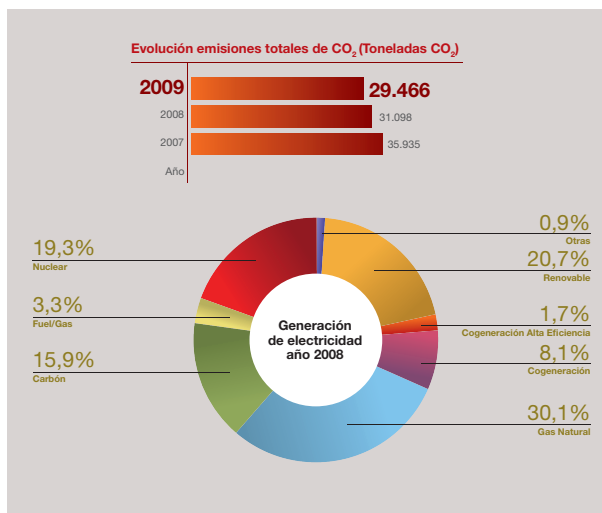
Mediante esta instalación, se prevé el ahorro de 3.577 kWh/año, lo que evitará la emisión de 2.146 kg anuales de CO₂.



Contra el cambio climático

La actividad de Áreas genera emisiones directas de CO₂, por el uso de gas y gasóleo como fuente energética, y emisiones indirectas, debido a que durante el proceso de generación de la electricidad que emplea se emite CO₂.

En 2009, el grupo ha emitido 29.466 toneladas de CO₂, una cifra inferior a la del año anterior debido a la disminución del consumo eléctrico, así como a la menor emisión de CO₂ de las fuentes energéticas utilizadas en la producción eléctrica de España (según datos de la Comisión Nacional de Energía, se emiten 0,39 kg de CO₂ por kWh producido).



Personal especializado

Emisiones a la atmósfera

Áreas lleva a cabo diversas acciones para controlar las emisiones atmosféricas generadas por su actividad. Así, personal especializado controla de manera periódica las emisiones de humos, como parte de los programas de mantenimiento preventivo. Por otra parte, lleva a cabo una política de instalación de equipos de extinción de incendios en cocina con equipos de acetato potásico, de gran capacidad de extinción y nula repercusión medioambiental, sustituyendo a los equipos de CO₂.

También dispone de un programa de control de limpieza de campanas de cocina con empresas que disponen de certificación ambiental

Durante los últimos años, Áreas ha desmantelado la totalidad de las torres de refrigeración existentes, para eliminar el riesgo de legionelosis.

Finalmente, con el objetivo de cumplir con la legislación 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 los equipos fijos de refrigeración, aires acondicionados y bombas de calor que contengan determinados gases fluorados de efecto invernadero, Áreas ha elaborado un inventario de todos sus equipos contemplados en esta normativa para determinar si se encuentran o no afectados por ella.

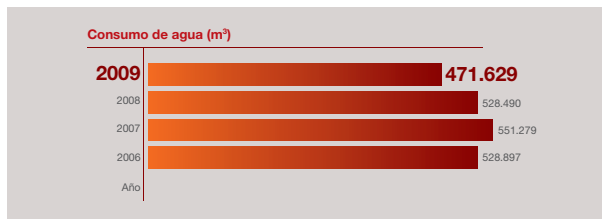


Ahorro de agua

Áreas ha desarrollado en los últimos años una política de ahorro de agua que le ha llevado a registrar un consumo en 2009 de 471.629 m³, inferior en más de 50.000 m³ al de 2008. Esta reducción es fruto del control y la vigilancia de los consumos, así como de las siguientes medidas:

- Incorporación de dispositivos automáticos en las salidas de agua.
- Incorporación de jardines de diseño eficiente con plantas autóctonas de baja necesidad hídrica.

- Riego de jardinería mediante el sistema 'gota a gota'.
- Reaprovechamiento de agua depurada para riego, en algunas instalaciones.
- Reaprovechamiento del agua depurada como agua no potable para la descarga de los sanitarios (inodoros y urinarios) en algunas instalaciones.
- Recogida de aguas pluviales en las instalaciones que sean viables.
- Elaboración de guías de buenas prácticas ambientales.



Reducir, Reutilizar y Reciclar

Gestión de residuos

Debido a su actividad, centrada en la restauración, la hostelería y la venta de productos diversos, Áreas genera una tipología de residuos similar a los denominados comerciales o domésticos: papel y cartón, envases, vidrio, aceites, etc. La diversa ubicación geográfica de los establecimientos y los diferentes mercados en los que se encuentran hacen que no exista un modelo único de gestión de los residuos.

Éste debe adaptarse a las imposiciones de las empresas concedentes y/o a la distancia de los establecimientos respecto a los núcleos de población, lo que se traduce en una amplia variedad de sistemas de deposición de residuos y en una amplia diversidad de recogedores de los mismos: administración local, empresa concedente, transportista privado, etc.

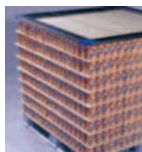
Residuos urbanos

En la gestión de residuos urbanos, Áreas apuesta por la recogida selectiva y por las 3R: Reducir, Reutilizar y Reciclar.

Reducir: Uno de los objetivos de Áreas es prevenir la generación de residuos, por lo que siempre que sea posible evita el uso de que no tengan una función imprescindible desde el punto de vista de la conservación, de la facilidad para el traslado o del consumo.

Asimismo, intenta maximizar la cantidad de producto contenido en un envase.

Por ejemplo, se solicita a los proveedores que dispongan la máxima cantidad de producto posible sobre los palés, siempre teniendo en cuenta las limitaciones impuestas por la normativa de seguridad y



las características del almacén de destino.

Otra iniciativa ha sido la reducción del tamaño de las servilletas utilizadas en hostelería, lo que ha supuesto una reducción de **14,5 toneladas** de residuos.

Reutilizar: Antes de que un producto se convierta en residuo, se intenta recuperar para la misma función para la que fue diseñado. Así, por ejemplo, en determinados servicios tanto de hostelería como de cafetería, se emplea vajilla de materiales no perecederos, como por ejemplo la porcelana. Estos elementos soportan un gran número de rotaciones antes de tener que ser repuestos, evitando la generación de residuos.

En el caso de no poder hacer una reutilización directa del material, 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.

Reciclar: Áreas ha reciclado 224,5 toneladas de papel y cartón, 25,7 toneladas de envases y 18,9 toneladas de vidrio en las áreas de servicio de la AP-7, AP-2, C-32 y C-33 en 2009, una cifra superior en los tres casos a la de años anteriores.



	2007	2008	2009
Papel y cartón	121,0 Tn	155,8 Tn	224,5 Tn
Envases	14,5 Tn	18,2 Tn	25,7 Tn
Vidrio	7,5 Tn	14,5 Tn	18,9 Tn

Áreas dispone de un **Plan de Seguimiento de Residuos** en el que se detallan todos los pasos a seguir para la correcta gestión de un residuo, desde su identificación hasta su deposición en su destino final. Este Plan se adapta a las necesidades de cada centro de trabajo y se complementa con un check-list, con el objetivo de que el centro realice un control periódico de su gestión para detectar posibles incidencias. En general, todos los residuos generados son transportados y gestionados por empresas autorizadas para ello por el organismo competente de su respectiva Comunidad Autónoma.

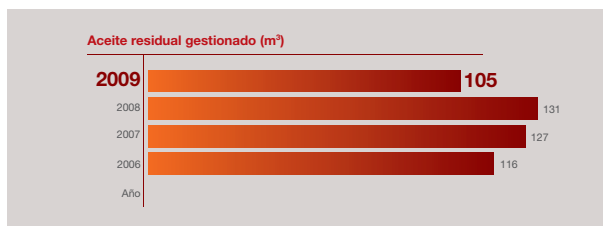
Uno de los objetivos de Áreas es incrementar la eficiencia en la recogida selectiva de residuos. Para ello, se ha propuesto unificar, en la medida de lo posible, los tipos de materiales desechables, así como adquirir aquellos que sean reciclados o reciclables. Actualmente, prácticamente todas las bandejas y platos desechables usados en los centros de restauración de Áreas están fabricados con materiales reciclables. Asimismo, se está trabajando en la posibilidad de que la mayoría del material fungible usado en los diferentes servicios sea 100% reciclable, biodegradable y/o compostable, con el propósito de ser respetuosos con el medio ambiente sin renunciar a la funcionalidad y el diseño.

Recogida de aceites

El aceite de fritura procedente del sector hostelero y de cocinas industriales puede representar un grave problema técnico y medioambiental si no se gestiona de una manera adecuada, ya que obstruye las redes de saneamiento, daña las estaciones depuradoras y puede contaminar suelos y ríos. Áreas, en su afán de ir más allá otorgando un valor añadido a los residuos, colabora con empresas especializadas con el objetivo de valorizar el aceite vegetal usado y darle una nueva utilidad.

La compañía tiene firmado desde hace años acuerdos con empresas transportistas y gestores autorizados, que recogen los aceites vegetales usados y los llevan a plantas de tratamiento para su posterior conversión en **biodiesel**, principalmente, y en ácidos grasos y glicerina, en menor medida.

No obstante, y fiel a su política de reducción en origen, desde finales de 2008, Áreas ha empezado a usar aceites del tipo **'alto oleico'**, más resistentes a las altas temperaturas, más estables y de descomposición más lenta, lo que incrementa su vida útil. Esto explica que en 2009 se haya reducido considerablemente el aceite residual gestionado, tal y como se muestra en la siguiente gráfica:



Uno de los objetivos de Áreas es incrementar la eficiencia en la recogida selectiva de residuos

Gestión de grasas, hidrocarburos y residuos absorbentes

La mayoría de los centros de hostelería de Áreas disponen de un **separador de grasas y aceites** en su red de saneamiento que, por una parte, mejoran su mantenimiento al evitar obstrucciones de las tuberías; y por otra, protegen el medio ambiente, ya que las grasas son de difícil tratamiento en las plantas depuradoras y acabarían llegando al medio acuático.

Otro de los residuos que debe gestionar Áreas son los restos de hidrocarburos que se depositan accidentalmente en las plataformas de las gasolineras durante la carga y descarga de combustible en sus siete estaciones de servicio en Cataluña y Galicia. Para minimizar su impacto en el medio, las aguas que entran en contacto con estos restos y se contaminan se recogen en unos depósitos denominados **separadores de hidrocarburos**, donde se garantiza que el hidrocarburo queda retenido y no pasa al medio.

Los residuos generados por los separadores de grasas e hidrocarburos se gestionan mediante transportistas y gestores autorizados.



Agu del separador de hidrocarburos después del tratamiento Biothy

A principios de 2009, en algunos centros se han empezado a implantar tratamientos para la degradación de residuos de grasas e hidrocarburos en los separadores mediante productos biológicos de la marca *Biothy*. Se trata de productos naturales y respetuosos con el medio ambiente que pueden manipularse de forma segura, entre otras ventajas, y cuya aplicación regular disminuye la capa de residuo y mantiene el depósito limpio.

En el caso de los separadores de hidrocarburos, el producto se ha implantado en todas las gasolineras del grupo, lo que ha provocado un descenso considerable en la cantidad de hidrocarburos que han necesitado gestión externa. En el caso de los separadores de grasas, la reducción ha sido inferior ya que su implantación está siendo más paulatina debido a la gran cantidad de instalaciones de este tipo existentes en el grupo.

Residuos absorbentes gestionados	2007	2008	2009
	Grasas (Tn)	93,90	109,00
Hidrocarburos (m³)	17,24	16,08	3,00

Otros **residuos especiales** que se generan en las estaciones de servicio son el material absorbente usado para la limpieza de vertidos y manchas de hidrocarburos, que se gestiona mediante un gestor autorizado. Actualmente se está trabajando para sustituir este material por otros productos más respetuosos con el medio ambiente y que tengan un más fácil tratamiento posterior. En esta línea, se están haciendo pruebas para aplicar degradadores bioenzimáticos para hidrocarburos en superficies duras, cementos y hormigón.

Reducción de aguas residuales

Gestión de aguas residuales

La actividad de Áreas no genera vertidos de sustancias peligrosas. Las aguas residuales son de tipo sanitario y prácticamente la totalidad de vertidos generados por el grupo tienen como destino una red de alcantarillado. 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.

Con el objetivo de reducir las aguas residuales, durante 2009 se ha invertido en la construcción de una red de saneamiento en el Área de Bellaterra que ha permitido reconducir las aguas residuales al colector municipal con la corres-

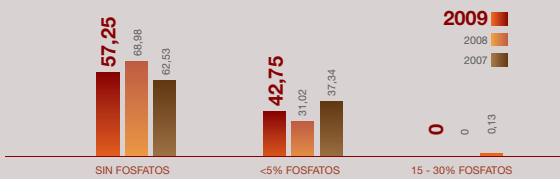
pondiente minimización de riesgos ambientales y optimización de recursos.

Otro de los objetivos ambientales de Áreas en este ámbito es la reducción de fosfatos en las aguas residuales vertidas, un compuesto difícil de eliminar en las depuradoras. Es por eso que desde el año 2007 se ha ido desarrollando una política de uso de detergentes para los equipos de lavado con nulo o bajo contenido en fosfatos así como un estudio para su correcta dosificación. Fruto de esta última iniciativa, se ha reducido el consumo de detergentes un 26% en 2009 respecto a 2008. Paralelamente, se ha conseguido eliminar totalmente el consumo de detergentes con un elevado porcentaje de fosfatos (15-30%) a favor de un aumento del consumo de detergentes más ecológicos con bajo (<5%) o nulo contenido en esta sustancia.

Evolución del consumo de detergentes (Tn)



Consumo de detergentes según su contenido en fosfatos (Contenido en fosfatos)



Formación y comunicación ambiental

Áreas considera imprescindible que los trabajadores dispongan de la información y formación necesaria para la correcta implantación de los procedimientos y políticas ambientales de la empresa. Por ello, pone a disposición de todo su personal una **gran variedad de herramientas de comunicación interna** así como toda la documentación necesaria para una correcta gestión ambiental:

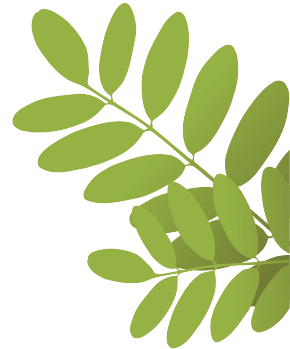
- **Guía de Buenas Prácticas Ambientales:** Dentro de las directrices de la organización se incluye la aplicación de buenas prácticas ambientales destinadas a la conservación del entorno y, en particular, al mantenimiento, higiene y limpieza de las instalaciones de trabajo.

Áreas ha elaborado una pequeña *Guía de Buenas Prácticas Ambientales*, que se incluye en el Manual de Acogida que se entrega a los nuevos colaboradores y que está al alcance de todos los colaboradores de la empresa mediante la intranet.

Estas buenas prácticas abordan medidas sencillas que se aplican en la operativa diaria, que contribuyen a mejorar la calidad del servicio, a la vez que repercuten en importantes ahorros de agua, energía y otros recursos.

Áreas también elabora documentación más específica para casos concretos, que se distribuye entre el personal que la requiera.

- **Revista Con Acento:** Áreas edita la revista *Con Acento* en la que se publican artículos divulgativos sobre conocimientos y experiencias ambientales de la compañía.
- **Intranet:** La Intranet de Áreas se divide en diversos portales departamentales (medio ambiente, mantenimiento, calidad...) a los que tienen acceso todos los centros de la compañía, y en los que se encuentra disponible toda la documentación que se considera importante para el óptimo desarrollo de sus funciones, no sólo propia de Áreas, sino también sobre los concedentes, documentos legales de interés, fichas de seguridad, etc.



3.4 Cerca de la Sociedad

Como empresa responsable y sostenible con su entorno, Áreas está comprometida con la sociedad y con las diferentes comunidades en las que se desarrolla su actividad. La compañía se ha centrado en 2009 en dos de sus grandes

ejes de acción social: la educación vial y el apoyo a entidades sin ánimo de lucro que trabajan por la infancia y por la solidaridad con los más desfavorecidos.



Promoviendo la educación vial

La educación vial es una de las apuestas más firmes de Áreas en su compromiso con la sociedad y con sus clientes. Como empresa cuya actividad principal se basa en el servicio a la persona que se desplaza, Áreas considera esencial fomentar la educación vial de los viajeros y ayudar a combatir la lacra de la siniestralidad en las carreteras.

'El abandono causa accidentes'

Áreas ha colaborado en 2009 con la campaña 'El abandono causa accidentes', una iniciativa emprendida por la Dirección General de Tráfico (DGT), Pedigree® y ANDA/FAPAM (Asociación Nacional de Defensa de los Animales y la Federación de Asociaciones Protectoras de Animales

de Madrid) contra el abandono de animales. 'El Abandono Causa Accidentes' es una campaña pionera cuyo objetivo ha sido sensibilizar a la sociedad sobre las cifras de abandono de perros en España y sus dramáticas consecuencias en las carreteras. En 2008, cerca de 3.000 accidentes de tráfico y 168 víctimas se produjeron como consecuencia de la invasión de perros abandonados en las calzadas.

Para llegar a la sociedad, se han distribuido más de 200.000 materiales divulgativos en las áreas de servicio Ars, Medas y La Pausa de las principales autopistas del país, que informaban sobre las medidas de seguridad recomendables cuando se viaja con animales en el coche, facilitando una serie de consejos prácticos.



'La aventura de viajar'

Con motivo de la Operación Salida de Verano, Áreas ha realizado un año más una campaña de divulgación dirigida a los niños y niñas sobre la importancia de cumplir las normas de seguridad vial.

La compañía distribuyó en los meses de verano a todos los niños que pasaban por alguno de sus establecimientos, independientemente de su consumición, un pack con la imagen de la película de Disney 'UP' y con contenidos relativos a la seguridad vial, revisados y avalados por la Dirección General de Tráfico (DGT) y un equipo de pedagogos.

Para apoyar la campaña, se potenció la web www.jugaryviajar.com, creada el verano de 2009. La página, accesible durante la campaña también a través de un banner en www.areas.es, permitió a todos los usuarios participar en el sorteo de Nintendos DS y Juegos Up para Wii. Asimismo, contiene juegos, a través de los cuales los niños pueden seguir aprendiendo conceptos de educación vial.



Acciones solidarias

Áreas colabora con la labor solidaria de diferentes entidades y ONG que apoyan a los colectivos más desfavorecidos.

Atención a la infancia

La compañía centra gran parte de sus esfuerzos en acción social para conseguir un futuro mejor para los niños y niñas más desfavorecidos. Esta labor se plasma en un gran número de colaboraciones, en España y en el ámbito internacional, dirigidas a proteger y mejorar las condiciones de vida de la infancia.

- La compañía colabora con la **Asociación FADAM** (Familiares y Amigos de Antonio Manzaneros), entidad que trabaja para la lucha y prevención del cáncer en niños, proporcionándoles material de oficina y/o cediendo las salas de eventos del Hotel Bellaterra.
- Para la celebración del Día de Sant Jordi, Áreas compró 400 rosas para sus clientes, cuyo importe sirvió para financiar el **Instituto de Investigación del Hospital de la Vall d'Hebron** sobre el cáncer infantil.
- Los empleados de la compañía colaboran con el voluntariado del **Hospital Sant Joan de Déu** dando regalos a los niños hospitalizados en Navidad.
- En Sevilla, Áreas colaboró con la **Asociación Española Contra el Cáncer**, preparando bocadillos y refrescos para 120 niños que viajaban a Tenerife.
- En Palma, la compañía ofreció un desayuno a los niños saharauis y rusos que vinieron a pasar unos días con familias de acogida.
- En México y Chile, Áreas colaboró con el **Teletón**, una iniciativa de las televisiones nacionales que durante 27 horas ininterrumpidas emiten una gala que recauda fondos para ayudar a niños con discapacidad.
- Áreas ha apoyado durante el año a otras entidades en materia de ayuda a la infancia como **Aldeas Infantiles**, la institución benéfica **Hogar de Cristo** y la **Fundación África Digna**, entre otras.



Colaboración con Manos Unidas

Durante el mes de septiembre, la compañía apoyó la iniciativa 'Madres Sanas, derecho y esperanza' de la organización **Manos Unidas**. Algunos establecimientos de Áreas dieron a conocer la campaña a sus clientes a través de unos folletos informativos sobre la situación actual de la salud materno-infantil y la labor que realiza Manos Unidas a través de diferentes programas educativos y sanitarios en más de 60 países del mundo. La campaña se llevó a cabo en las áreas de servicio de la Jonquera, Empordà, la Selva, Montseny, Penedès, Eliche, Lleida, Pina, Sobradíel, Monreal, Valdemingómez, Chucena, Llobregat y Arrigorriaga.

Fiesta de la Esperanza

Áreas colaboró el 26 de abril en la Fiesta de la Esperanza, con la donación de 450 bocadillos para los voluntarios que ayudaron a **Intermón Oxfam** a organizar el evento, que tuvo lugar en el Parque de la Ciutadella de Barcelona. La compañía también participó en la impresión de banderolas y carteles para la fiesta, un encuentro solidario y de participación ciudadana, dirigido al público familiar, infantil y joven, cuyo objetivo es sensibilizar a la sociedad sobre la realidad de los países pobres explicando la labor que Intermón Oxfam realiza en estos países. La fiesta, que cada año se centra en un eje temático diferente, se basó en esta edición en "El trabajo de Intermón Oxfam en acción humanitaria".





3.5 Proveedores

Áreas tiene como objetivo garantizar a todos los clientes la máxima calidad en el servicio. Para cumplir este propósito primordial, Áreas escoge solamente a aquellos proveedores que cumplen rigurosamente los requisitos de calidad y de ética exigidos por la compañía.

El departamento de Compras es el responsable de comprar y suministrar todas las materias primas, definidas por los departamentos técnicos de hostelería y distribución, en las mejores condiciones posibles. Asimismo contrata todos los servicios necesarios para el buen funcionamiento de la empresa. Es política de la compañía, trabajar preferentemente con los fabricantes que comercializan las principales marcas del mercado y por lo tanto, garantizan la mayor calidad en todas sus facetas.

Todos los proveedores de Áreas cumplen unas normas que aseguran su actuación responsable y sostenible, así como el cumplimiento de la máxima calidad en los productos.

Para poder controlar todas las exigencias y el cumplimiento de las normas, Áreas proporciona el **Manual de Buenas Prácticas de Compras** donde están contempladas todas las pautas que deben seguir los proveedores en materias legales, sociales, fiscales, laborales y medioambientales.

Además, desde hace 4 años se planifica en España de forma sistemática la auditoría de 8 o 10 proveedores alimenticios por año, que representa el 80% de las compras alimentarias. Se realiza el informe de auditoría del proveedor por parte de los departamentos de Calidad y Compras.

Áreas exige a todos sus proveedores la posesión del certificado ISO 9001:2000, que garantiza la calidad de los procesos y productos y/o servicios.

Una vez un proveedor comienza a formar parte de la cadena de valor de Áreas, éste es sometido periódicamente a una evaluación continua para

detectar posibles desviaciones que puedan perjudicar al cumplimiento de los criterios establecidos. De este modo, con un control frecuente se evitan incidencias y se pueden iniciar acciones correctoras de una forma ágil y rápida.

Compras éticas

En el marco de su compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa, Áreas apuesta por las compras éticas. Áreas desde hace ya unos años compra su fruta y verdura a Lorca M^o Rosa, que a su vez trabaja con la Fundación Cassià Just, empleando personas con discapacidad para los productos que requieren manipulación.

La compañía colabora también con la Fundación contando con él como proveedor para la adquisición de sus lotes de navidad.

Por último, cabe mencionar las compras responsables en materia de medio ambiente. Una de las prácticas más habituales, es la compra de detergentes ecológicos que contienen nulo o bajo nivel de fosfatos.





4

Un futuro
responsable
y sostenible

4. Un futuro responsable y sostenible



76

2009 ha sido un año difícil para las empresas. La crisis financiera y económica global ha obligado a las compañías a redoblar sus esfuerzos para mantener la actividad y los puestos de trabajo, un contexto del que no ha escapado Áreas. El principal objetivo de la compañía, en este marco, ha sido el cuidado de su solvencia económica para preservar el empleo que genera en los nueve países en los que está presente. Todo ello sin perder de vista su Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ni su compromiso con el resto de grupos de interés: clientes, sociedad, medio ambiente y proveedores.

En el próximo año y los siguientes, Áreas va a seguir esforzándose para mantener el empleo ante un contexto que se presenta negativo, así como profundizando en su compromiso con el entorno: ofreciendo un servicio de calidad, fomentando la formación y el desarrollo profesional de los trabajadores, contribuyendo a trabajar por una dieta saludable y por la seguridad vial, entre otras iniciativas sociales, minimizando el impacto ambiental, y estableciendo relaciones de confianza con todos los colaboradores.

Y lo va a seguir haciendo en el marco de una RSC estratégica, transversal y global. En este sentido, uno de los principales objetivos de Áreas es continuar con el proceso de internacionalización de la RSC en el que está inmersa la compañía, cuya finalidad es que las medidas implantadas se lleven a cabo en todos y cada uno de los países en que está presente.

El desarrollo del Plan de Igualdad, implantado en 2009, el avance en las reducciones de emisiones de CO₂, de la mano de la innovación, o el desarrollo de acciones sociales que potencien el compromiso de Áreas con la promoción de una alimentación saludable o de conductas seguras al volante son otras de las iniciativas que marcarán la evolución de Áreas en 2010 hacia un modelo de empresa responsable y sostenible y que permitirán consolidar y mantener a la empresa como un referente en restauración y distribución comercial en las infraestructuras de transporte de viajeros.



77



5

Anexos

- 5.1 Acerca de este informe
- 5.2 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas

5.1 Acerca de este informe



El presente Informe de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) recoge los principales compromisos, actuaciones y objetivos que se han emprendido en Áreas durante 2009 en relación con la sostenibilidad. El documento presenta toda la información necesaria para evaluar el comportamiento de la compañía en materia de RSC y supone, junto al Informe Anual, un ejercicio exhaustivo, preciso y completo de comunicación sobre el impacto económico, social y ambiental de la organización.

Se trata del quinto informe que presenta la compañía, lo que demuestra su compromiso con la transparencia y su voluntad de seguir avanzando en la materia a través del diálogo con sus grupos de interés. La cobertura del informe abarca todos los países en los que actúa el grupo, con especial hincapié en las acciones referidas al ámbito español.

La mayoría de los datos que se ofrecen permiten establecer comparaciones con los dos años anteriores, en línea con las mejores prácticas de comunicación responsable y de acuerdo con los protocolos recogidos en la Guía G3 del Global Reporting Initiative (GRI), entidad internacional que goza de un gran reconocimiento en la certificación de memorias. Cabe destacar que no se han producido cambios significativos respecto al ejercicio anterior en cuanto a las técnicas utilizadas para el cálculo de los indicadores a los que se da respuesta en el Informe.

Áreas trabaja día a día con el propósito de acercarse cada vez más al total desarrollo sostenible y está convencido de que para conseguirlo la transparencia económica, ambiental y social es un componente fundamental. Esperamos que este Informe cumpla con sus expectativas.

Para cualquier duda y/o sugerencia, puede dirigirse a: info@areasmail.com



5.2 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas



Un año más Áreas manifiesta su apoyo decidido y su compromiso con los 10 principios contenidos en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, adoptando las medidas oportunas para su conocimiento, difusión y aplicación en el desarrollo de la actividad diaria de toda la compañía.

Principio Uno

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

- Compromiso con los Colaboradores
- Compromiso con los Clientes
- Compromiso con la Sociedad

Principio Seis

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

- Misión, Visión y Valores
- Compromiso con los Colaboradores
- Compromiso con la Sociedad

Principio Dos

Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

- Compromiso con la Sociedad
- Compromiso con los Proveedores

Principio Siete

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el cuidado y la protección del medio.

- Compromiso con el Medioambiente

Principio Tres

Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

- Compromiso con los Colaboradores

Principio Ocho

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

- Compromiso con el Medio Ambiente

Principio Cuatro

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

- Misión, Visión y Valores
- Compromiso con los Colaboradores

Principio Nueve

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

- Compromiso con el Medio Ambiente

Principio Cinco

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

- Misión, Visión y Valores
- Compromiso con los Colaboradores
- Compromiso con la Sociedad
- Compromiso con los Proveedores

Principio Diez

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluida la extorsión y el soborno.

- Misión, Visión y Valores



Avda. Diagonal, 579-585, 5a planta
08014 Barcelona > España
T. 93 240 15 15 > F. 93 240 15 18
info@areasmail.com > www.areas.es

