

Áreas S.A.

INFORME DE PROGRESO 2013



Red Pacto Mundial España

Índice

1. Carta de Renovación del Compromiso.....	3
2. Perfil de la Entidad.....	5
3. Estrategia y Gobierno.....	6
4. Comunicación con los Grupos de Interés.....	7
5. Metodología de elaboración del Informe de Progreso.....	8
6. La Gestión del Equipo Humano.....	10
7. Calidad y Seguridad del Producto.....	18
8. El Compromiso con la Sociedad.....	24
9. La Reducción del Impacto Ambiental.....	27

1. Carta de Renovación del Compromiso

Presentamos la última edición del Informe de Progreso de Áreas, elaborado de acuerdo con los requisitos del Pacto Mundial de Naciones Unidas de la Red Española, de la que Áreas es socia fundadora desde 2004 y con la que ha renovado el compromiso adquirido para este periodo. La información contenida en este informe para el ejercicio 2012-2013 contempla la ya publicada en el Informe Anual de Áreas, ampliando aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno de acuerdo con los principios recogidos en la iniciativa de Naciones Unidas.

Durante el proceso de elaboración del presente informe, hemos utilizado la herramienta Compactlink, desarrollada por la Red Española durante 2013 y 2014 y puesta al servicio de los socios, con el objetivo de facilitar la identificación de temas relevantes y basar el proceso de rendición de cuentas en las expectativas de los grupos de interés.

Un año más, la política de prevención de riesgos laborales es clave para la compañía. Se trata de una firme declaración de intenciones avalada por una inversión superior al millón de euros por parte de Áreas y que se concreta en un sistema integrado de gestión de prevención de riesgos laborales basado en la norma OHSAS 18001:2007 en España y en Estados Unidos.

Otro pilar básico en la gestión del equipo humano es la formación, capítulo en el que Áreas ha impartido 14,8 horas por empleado, dato que se traduce en 132.576 horas de formación a un total de 5.395 colaboradores siempre en pro de su talento. También en el marco de la mejor gestión posible del equipo humano, Áreas mantiene un compromiso explícito a favor de la igualdad de oportunidades, con ejemplos de buenas prácticas como la colaboración con la Fundación Deixalles, entidad que vela por las personas en riesgo de exclusión social.

Cobra especial relevancia también la comunicación con los empleados, apartado en el que la compañía pone a disposición de su equipo todo tipo de herramientas para informar sobre las novedades corporativas, así como mecanismos que facilitan que los empleados hagan llegar sus consultas a la organización y sean atendidas de forma ágil.

El compromiso con el Pacto Mundial abraza también la calidad y seguridad del producto. Con la norma ISO 9001 como bandera, en paralelo, Áreas ha llevado a cabo numerosas iniciativas en aras del control del producto y ha contabilizado en España 842 auditorías higiénicas en centros y 12 en cocinas centrales. Además, forma parte de la gestión de los proveedores orientar su cadena de suministro hacia prácticas coherentes con los principios del Pacto Mundial. Asimismo, Áreas está firmemente comprometida con la creación de valor en las comunidades en las que opera, y ha efectuado compras

solidarias por un importe de 134.782 euros en el ejercicio 2012-2013. En esta dirección, Áreas ha colaborado con la Fundació Cassià - Cuina Justa, entidad que trabaja para que los derechos y libertades de las personas con fragilidades mentales y riesgo de exclusión social sean reales y efectivos.

Mención aparte merece también el epígrafe medioambiental. Con el fin de apostar por la sostenibilidad, Áreas ha implantado prácticas de eficiencia energética contribuyendo a la reducción del 7% del consumo de energía respecto al año anterior en España. Con el mismo fin, Áreas ha incorporado criterios medioambientales en la construcción de sus instalaciones, como ha sido el caso de las áreas de servicio de la Florida Turnpike en Estados Unidos.

Así, presentamos el Informe de Progreso del periodo 2012-2013, que recoge las principales acciones llevadas a cabo en relación con la promoción de los diez principios del Pacto Mundial. Durante este ejercicio hemos iniciado la implicación directa de los diferentes países en los que Áreas desarrolla la actividad en la elaboración del informe, con el objetivo de ampliar de forma progresiva el alcance de los datos y las acciones de promoción del mismo de acuerdo con la evolución del grupo y de las expectativas de los grupos de interés.

En este sentido, invito a todos los grupos a consultar el informe y hacer llegar las consideraciones oportunas relacionadas directamente con el informe o con los principios del Pacto Mundial.



Pedro Fontana
Presidente Ejecutivo

2. Perfil de la Entidad¹

Nombre Completo Áreas S.A.	Tipo de empresa Empresa grande no cotizada	Dirección Diagonal, 579-585, 6ª planta, 08014
Localidad / Provincia Barcelona	Comunidad Autónoma Cataluña	Dirección Web www.areas.es
Nombre del máximo cargo ejecutivo Pedro Fontana	Número de empleados directos 12.409	Sector Comercio y distribución
Ventas / Ingresos 650 millones de euros	Presencia España, México, Estados Unidos, Chile, Portugal, República Dominicana, St. Martin	

2.1 Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

Áreas es líder con presencia internacional en Food&Beverage y Travel Retail. Durante el ejercicio fiscal 2012-2013, la compañía ha gestionado 1.262 establecimientos ubicados en espacios concesionales como aeropuertos, autopistas, estaciones de ferrocarril, centros comerciales, recintos feriales, y puntos céntricos de la ciudad. Cuenta con un modelo comercial que apuesta por diseñar ofertas a medida en las que tienen presencia tanto marcas propias (La Pausa, Deli&Cia, Caffriccio, News&Books, Sibarium, Eating Point, Natural Break, Divers), como grandes franquicias y partners (Starbucks, Burger King, Adidas, Adolfo Domínguez, Subway o Lavazza) y enseñas desarrolladas en co-branding con grandes marcas especializadas (Sports Bar de la mano de Mahou, La Yoghurtería con Danone, La Bellota Sabores Ibéricos, Espace Evian o Carling Pub).

¹ El dato de plantilla y el de ingresos incluye los países del alcance del Informe Anual de la organización. Desde enero de 2014 la compañía no opera en Argentina y Marruecos.

3. Estrategia y Gobierno

La naturaleza jurídica de Áreas S.A. es mercantil, y se clasifica como "gran empresa no cotizada en bolsa".

3.1 Organigrama

El comité de dirección está formado por las siguientes personas:

- Presidente Ejecutivo
Sr. Pedro Fontana
- Directora Corporativa
Sra. Montse Adán
- Director General Norteamérica
Sr. Xavier Rabell
- Director General España y Portugal
Sr. Oscar Vela
- Director Financiero
Sr. Xavier Massó

La adhesión de Áreas al Pacto Mundial, formalizada en el año 2004, constituye la hoja de ruta en materia de responsabilidad social y sostenibilidad de la organización. De forma explícita, la organización dispone de otros elementos y procedimientos de gestión

relacionados con la política para cada uno de los aspectos vinculados con los principios del Pacto, como son la declaración de derechos del colaborador, la norma y el procedimiento de gestión de fraude y corrupción o los sistemas de gestión de calidad, medioambiente y riesgos laborales.

El seguimiento de estas acciones depende de la Dirección Corporativa, que a su vez depende del Presidente Ejecutivo. La Dirección Corporativa es quién en última instancia, toma las decisiones referentes a la implantación de la RSE en línea con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. El Presidente Ejecutivo es además el Presidente de la comisión ejecutiva.

Asimismo, Áreas está participada por el grupo internacional Elior (62%) y Emesa (38%). Elior, creada en 1991, es actualmente una de las empresas líderes en restauración, servicios y concesiones a nivel mundial. En 2013 ha alcanzado una facturación global de 5.016,9 millones de € en los 13 países donde está presente. Sus 105.000 empleados dan soluciones de restauración y servicios personalizados a 3,7 millones de clientes cada día. Su misión, en los 17.500 puntos de venta donde opera, es acoger y cuidar de cada cliente con pasión y de forma competente en el entorno de la empresa, de la enseñanza y de la salud, así como en el entorno del viaje y del ocio. Particularmente atenta a su responsabilidad social, Elior está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2004.

4. Comunicación con los Grupos de Interés

PERSONAS TRABAJADORAS

- Revista interna
- Intranet
- Boletín electrónico
- Reuniones periódicas con los representantes legales de la plantilla y las personas trabajadoras

CLIENTES FINALES

- Plataforma Llegarás mejor
- La nueva plataforma Travelers (puesta en marcha durante la publicación de este informe).
- Encuestas y estudios de satisfacción
- Servicio de atención al cliente
- Hojas de reclamaciones
- Boletín electrónico

ACCIONISTAS

- Boletín electrónico
- Página web corporativa
- Informe anual corporativo
- Junta de Accionistas

COMUNIDAD

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

PROVEEDORES

- Página web corporativa
- Informe anual corporativo
- Catálogo de marcas
- Boletín electrónico
- Portal del proveedor

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

- Inauguraciones
- Actos institucionales
- Informe anual corporativo
- Catálogo de marcas

CONCEDENTES Y FRANQUICIADORES

- Reuniones periódicas
- Boletín electrónico
- Portal del concedente
- Catálogo de marcas

5. Metodología de elaboración del informe

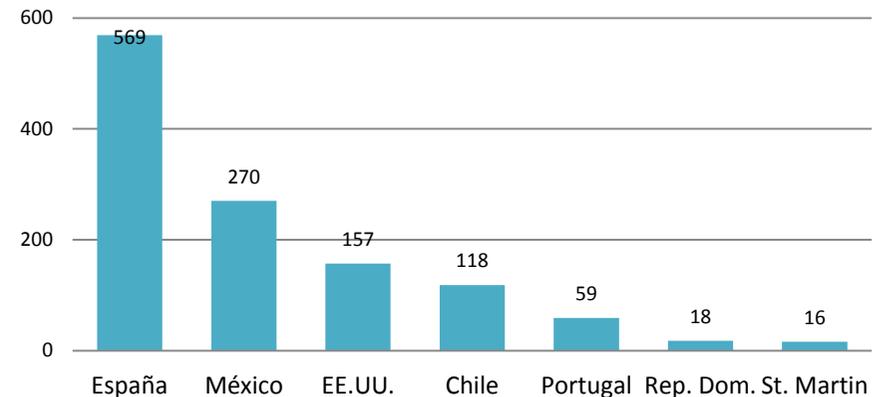
5.1 Alcance de la información

Áreas ha desarrollado su actividad durante el periodo 2012-13 en España, México, Estados Unidos, Chile, Portugal, Marruecos, Argentina, República Dominicana y St. Martin.

Debido a que la actividad en Marruecos y Argentina ha terminado durante el periodo de elaboración del informe, la información relacionada con estos países ha sido excluida del alcance del reporte. Por otro lado, y teniendo en cuenta la representatividad de la actividad, República Dominicana y St. Martin también han quedado excluidas del alcance del informe.

Así, el Informe de Progreso de 2012-13 incluye datos correspondientes al periodo del 1 de octubre de 2012 al 30 de septiembre de 2013, de España, México, Estados Unidos, Chile y Portugal, lo que supone un 97,2% del total de establecimientos. Si bien los datos presentan limitaciones, estas han sido especificadas allí donde se producen. El objetivo es ampliar progresivamente la calidad y cantidad de información del Informe mediante la participación directa de todos los países.

Número de establecimientos por país



5.2 Definición del contenido

El presente informe se ha elaborado conforme a los principios definidos en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad versión 3.1 (G3.1) del Global Reporting Initiative y los diez principios establecidos por el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

La definición de los contenidos se ha realizado de acuerdo con la premisa de que el informe dé cobertura a los impactos significativos de la actividad de Áreas tanto en el ámbito social como en el ambiental y el económico.

La selección de los temas se ha llevado a cabo teniendo en cuenta las entrevistas personales con los responsables de los departamentos de Áreas, y las recomendaciones y los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

5.3 Difusión

El Informe Anual del ejercicio 2012-2013 ha integrado por primera vez un resumen de las líneas principales y las actividades llevadas a cabo por Áreas en relación con los diez principios del Pacto Mundial. De igual modo, el Informe de Progreso es un documento público que estará disponible para consulta de todos los grupos de interés en la página web del Pacto Mundial.



Red Pacto Mundial España
WE SUPPORT



El compromiso de Áreas con sus colaboradores está explícito en la **Declaración de los Derechos del Colaborador**: trabajar en un ambiente seguro y saludable, recibir formación continua y completa que ayude a mejorar día a día en el puesto de trabajo, conocer los horarios para poder organizar la vida privada con la suficiente antelación, ser reconocido como parte del equipo y trabajar en un ambiente sin ningún tipo de discriminación por motivo de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición personal o social.

6. LA GESTIÓN DEL EQUIPO HUMANO

6.1 La Prevención de Riesgos Laborales: un factor clave para la organización

PRINCIPIO

- **Principio 1:** Las entidades deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

DIAGNÓSTICO

- La organización debe trabajar para asegurar la prevención de riesgos laborales entre sus empleados.

POLÍTICAS

- Áreas impulsa la adopción de **políticas de prevención de riesgos laborales**, un factor clave para la organización.

Áreas considera la seguridad y la salud como un factor clave para el correcto desempeño de la actividad desarrollada por los empleados. En este sentido, la organización ha implantado un sistema integrado de gestión de prevención de riesgos laborales en base a la norma OHSAS 18001:2007 en España y Estados Unidos, y también varias

medidas para velar por la seguridad laboral de los trabajadores en el resto de países dónde la organización está presente.

Durante el ejercicio 2012-2013 se han formado en España 13 Comités de Seguridad y Salud, compuestos por un total de 35 delegados de prevención que han representado a un colectivo de 2.382 trabajadores en España. Además 34 delegados de prevención han ejercido las funciones que la legislación les otorga en España, representando a 758 trabajadores. Durante este periodo se han celebrado 48 reuniones del Comité de Seguridad y Salud.

Estados Unidos por su parte, dispone de una ley específica sobre salud y seguridad en el entorno laboral, que establece la obligatoriedad de estándares e inspecciones a fin de garantizar que los empleadores suministren lugares de trabajo seguros y saludables.

Número de accidentes con baja ² por país						
País	Hombres		Mujeres		Total	
	2011-12	2012-13	2011-12	2012-13	2011-12	2012-13
España	ND	63	ND	113	167	176
México	0	0	0	0	0	0
EE.UU.	9	14	13	19	22	33
Chile	46	61	89	104	135	165
Portugal	ND	ND	ND	ND	26	25

² No ha sido posible desglosar los datos segregados por género para el periodo 2011-12 en España así como los datos segregados por género para Portugal en ambos periodos.

Finalmente, durante el último ejercicio se han realizado en Áreas España diferentes formaciones y comunicaciones periódicas entre los trabajadores sobre los riesgos y las medidas de prevención a aplicar. Estas acciones han sido implementadas mediante la formación inicial por puesto de trabajo, la formación de reciclaje o continua, y la publicación de varias notas preventivas sobre tareas o riesgos específicos.

La inversión global en prevención de riesgos laborales ha superado en el periodo 2012-2013, el millón de euros.

6.2 Comunicación y canales de representación

PRINCIPIO

- **Principio 3:** Las entidades deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

DIAGNÓSTICO

- La organización debe trabajar para asegurar el diálogo con sus empleados.

POLÍTICAS

- Áreas entiende la comunicación con los empleados, como un elemento clave para conseguir una comunicación efectiva y eficaz.

Los distintos canales de comunicación a disposición de la plantilla permiten identificar las expectativas e inquietudes de los colaboradores y propiciar que éstas se tengan en consideración en la gestión de la empresa. Los equipos de relaciones laborales y recursos humanos corporativos son quienes se ocupan de dar respuesta a las cuestiones surgidas mediante los canales habituales de comunicación establecidos. Las principales inquietudes se refieren a la estabilidad

en los puestos de trabajo, la conservación del empleo, el salario y la determinación de la jornada laboral.

Porcentaje de plantilla cubierto por un convenio colectivo		
País	2011-12	2012-13
España	100%	100%
México	90%	90,5%
Estados Unidos	21%	39%
Chile	23,5%	23,2%
Portugal	100%	100%

A nivel global, existen diferentes herramientas, como las comunicaciones a través de la información publicada en la intranet, la web corporativa, los boletines digitales, la revista interna de la compañía, y los correos directos, que tienen por objeto informar a los empleados sobre aquellas actividades de la empresa que les puedan ser de interés. Además, Áreas dispone de mecanismos para facilitar que los empleados hagan llegar sus consultas, quejas y propuestas de mejora a la organización y obtengan respuestas a las mismas.

En cuanto a la cobertura del convenio colectivo, casi la práctica totalidad de la plantilla de Áreas está cubierta por un convenio colectivo: el 75% de los trabajadores a nivel global. Estados Unidos y Chile que centralizan el 25% restante, disponen de un marco de relaciones laborales diferente, regido por otro tipo de procedimientos.

6.3 Formación y desarrollo profesional: promoviendo el talento de los colaboradores

PRINCIPIO

- **Principio 6:** Las entidades deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

DIAGNÓSTICO

- La organización debe trabajar para asegurar la formación y el desarrollo profesional de sus trabajadores.

POLÍTICAS

- Áreas considera que **la formación es uno de los pilares básicos para garantizar el desarrollo profesional** de los colaboradores, garantía de éxito de su proyecto de negocio.

La formación es uno de los pilares básicos para garantizar el desarrollo profesional continuo de los colaboradores como garantía del éxito del proyecto corporativo. Para ello, Áreas dispone de programas formativos y de desarrollo profesional que potencian las habilidades y aptitudes del trabajo diario de los empleados.

Con el fin de llevar a cabo las acciones necesarias para asegurar el desarrollo profesional de los colaboradores, Áreas ha invertido en el último ejercicio cerca de un millón de euros en formación entre sus empleados, lo cual ha supuesto un aumento de la inversión de un 41,5% con respecto al periodo anterior, debido principalmente al incremento de la actividad formativa en Estados Unidos.

Media de horas de formación por empleado según categoría profesional					
Cargos directivos		Mandos intermedios		Resto empleados	
2011-12	2012-13	2011-12	2012-13	2011-12	2012-13
32,8	44,7	8,7	2,6	14,2	15,5

La inversión en formación más destacada a lo largo del periodo 2012-2013 corresponde a la Venta Sugerida en España, siendo el total de formación impartida por empleado de 40 horas, lo cual ha supuesto un total de 17.900 horas de formación a 450 colaboradores. En cuanto a las horas de formación por empleado, a nivel global se ha apreciado un aumento del 5,9% en relación con el periodo anterior, alcanzando un total de 132.576 horas y 5.395 personas implicadas.

Media de horas de formación por empleado según género					
Hombres		Mujeres		Total	
2011-12	2012-13	2011-12	2012-13	2011-12	2012-13
11,6	12,9	16,3	16,6	13,9	14,8

6.4 Igualdad de oportunidades, diversidad y conciliación laboral

PRINCIPIO

- **Principio 6:** Las entidades deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

DIAGNÓSTICO

- La organización debe trabajar para asegurar la igualdad de oportunidades y la diversidad efectiva entre sus colaboradores.

POLÍTICAS

- La organización dispone de **políticas antidiscriminación y de igualdad de oportunidades.**

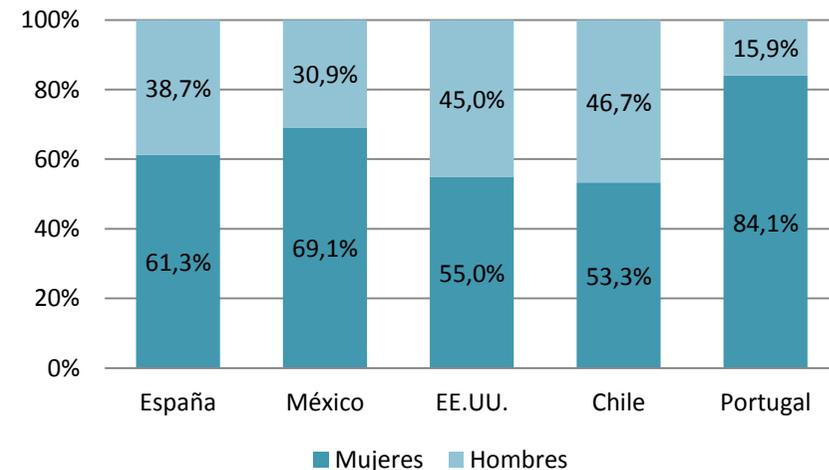
Áreas tiene un compromiso explícito a favor de la igualdad de oportunidades y la diversidad y en contra de la discriminación de cualquier índole. Dichos compromisos están contemplados en diferentes herramientas existentes, como son la Declaración de los Derechos del Colaborador, las políticas de no discriminación y anti-

acoso y otros procedimientos relacionados con la gestión del equipo de colaboradores.

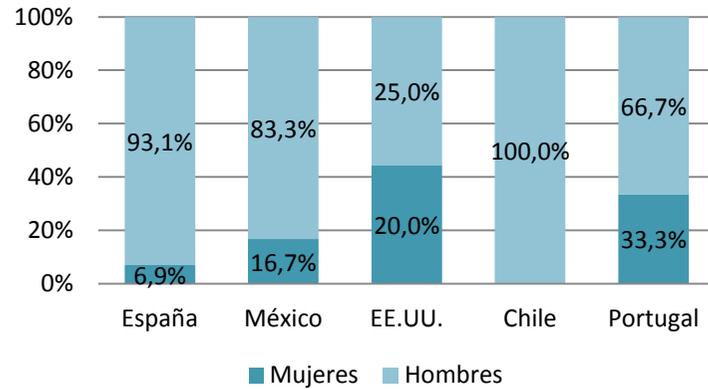
Con el fin de llevar a cabo las acciones necesarias para asegurar la igualdad de oportunidades y la diversidad entre sus trabajadores, se ha continuado con el proceso de elaboración del Plan de Igualdad en España. Éste se encuentra actualmente en fase de revisión por parte de la representación legal de la organización, y está prevista su finalización y consenso durante el ejercicio 2013-14, siendo su implementación llevada a cabo durante el ejercicio 2017-18.

El 58% de la plantilla a 31/12 de 2013 está formada por mujeres.

Distribución de plantilla por país y género



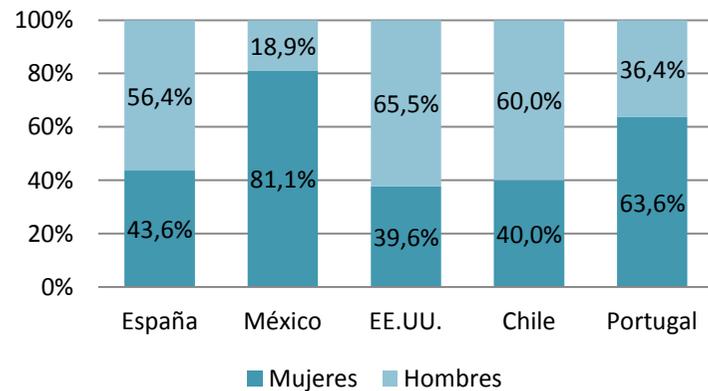
Distribución de cargos directivos por país y género



Por otro lado y, alineada con el cumplimiento de la LISMI en España, la organización ha alcanzado el 2% de personas contratadas con algún tipo de discapacidad mediante contratación directa (0,52%) y medidas alternativas (compras y donaciones a centros especiales de trabajo).

Enfocado a ofrecer un canal de comunicación a sus empleados para denunciar posibles vulneraciones de sus derechos, Áreas ha dado continuidad al sistema de atención a los empleados NES, un servicio específico, gratuito y confidencial, para atender denuncias de situaciones de presunto acoso laboral, sexual o discriminación por razón de sexo.

Distribución de mandos intermedios por país y género



**ACCIÓN
DESTACADA**

Proyecto de Inserción Laboral en España

Ante la necesidad de cubrir diversos puestos de trabajo simultáneamente -como pueden ser aperturas de nuevos centros- o la necesidad de incorporar nuevos colaboradores en la empresa, Áreas en España ha contado durante el último ejercicio con el apoyo de organizaciones que favorecen la diversidad y la no discriminación en el lugar de trabajo en diferentes ocasiones. En este sentido, la organización ha colaborado con la Fundación Deixalles, una entidad que trabaja impulsando la inserción social y laboral de personas en situación o riesgo de exclusión social en Palma de Mallorca. Áreas ha contado con la colaboración de esta fundación para la realización de todo el proceso de selección de candidatos para un establecimiento de nueva apertura en el aeropuerto de Palma de Mallorca. Como resultado de esta actuación, tras el proceso de selección y formación, se han contratado 40 personas.



Red Pacto Mundial España
WE SUPPORT



Las diferentes herramientas implantadas en la organización para gestionar la calidad y la seguridad del producto incluyen un sistema de gestión de la calidad certificado según la norma **ISO 9001** en España, la existencia de procedimientos y controles específicos junto con la colaboración explícita con grandes distribuidores en el resto de países.

7. CALIDAD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO

7.1 Garantizar la máxima seguridad y satisfacción del cliente

PRINCIPIO

- **Principio 1:** Las entidades deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
- **Principio 8:** Las entidades deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

DIAGNÓSTICO

- La organización debe trabajar para asegurar la máxima seguridad de sus productos y la satisfacción de sus clientes.

POLÍTICAS

- Áreas dispone de un sistema de gestión de calidad de sus productos, certificado según la norma ISO 9001 en España, y de otros procedimientos en el resto de países.

La organización lleva a cabo en todos los países donde opera diferentes acciones para asegurar la calidad de sus productos. Entre ellas destacan: el análisis de las fases del ciclo de vida del producto, los planes de control para la gestión del producto, el seguimiento y la monitorización de la seguridad y la calidad del producto y la gestión de incidencias relacionadas con la calidad y la seguridad alimentaria.

Estas acciones se enmarcan en un sistema de gestión de la calidad de los productos que en España, está certificado según la norma ISO 9001 para todos los centros de actividad. En el resto de países también se llevan a cabo otros procedimientos para asegurar la máxima calidad.

En este sentido la gestión de la calidad incluye dos grandes aspectos relevantes: la seguridad de los productos y la satisfacción del cliente.

7.1.1 La seguridad de los productos

Áreas vela por la seguridad y la salud del consumidor a través del control del producto durante toda la cadena de producción, el etiquetado nutricional, y el cumplimiento de la normativa. En este sentido, la organización procura que la información referente a los servicios y productos ofrecidos a los clientes sea clara y transparente, principalmente en lo que se refiere al etiquetaje y a las promociones.

En cuanto a las promociones, Áreas dispone en España de un procedimiento interno que requiere la elaboración de una ficha de promoción que debe ser validada por Operaciones, Hostelería y por el Departamento de Compras. El objetivo es garantizar que el contenido del cartel publicitario de la promoción se corresponda con lo que posteriormente se servirá. En el caso del lanzamiento de nuevos productos, el procedimiento interno debe ser firmado por el Departamento de Calidad. Además, se llevan a cabo auditorías higiénicas en los centros, que durante el 2013 han totalizado 842

auditorías higiénicas en centros y 12 en cocinas. Todas las muestras de superficies han resultado adecuadas según los parámetros legales.

Nº de auditorías higiénicas realizadas en España		
	2011-12	2012-13
Auditorías higiénicas a puntos de venta		
Nº de auditorías realizadas	1.148	842
Nivel de cumplimiento	91,2%	91,1%
Auditorías higiénicas a cocinas centrales		
Nº de auditorías realizadas	12	12
Nivel de cumplimiento	98,8%	96,2%
Comprobaciones analíticas de superficies		
Muestras de alimentos elaboradas en la Cocina Central	100%	100%
Muestras de productos acabados elaborados en los centros	98,5%	98,5%

Asimismo, tanto en España como en Estados Unidos se llevan a cabo formaciones en manipulación de alimentos, para garantizar la correcta manipulación de los productos, por parte de los empleados en todos los establecimientos. Estas formaciones están certificadas por organismos externos y especializados en control de calidad.

7.1.2 La satisfacción de los clientes

Con el fin de incorporar los requisitos y las necesidades de sus clientes en la estrategia empresarial y los procesos de decisión, la organización promueve la integración de la voz del cliente, para asegurar que aquellos servicios solicitados y/o necesarios, interna o externamente, satisfacen plenamente a este grupo de interés.

Para ello la organización dispone de varios canales de comunicación, entre los que destaca el servicio de atención al cliente. Además la organización dispone también de un boletín electrónico y la plataforma online *Llegarás mejor*, la cual informa a los usuarios sobre los descuentos ofrecidos por la compañía y la localización de las áreas de servicio más cercanas. Esta plataforma ha evolucionado a la nueva plataforma *Travelers* durante la publicación de este informe.

Paralelamente y teniendo en cuenta que uno de los componentes centrales en la gestión de la calidad en Áreas son las relaciones con el cliente, la organización dispone de mecanismos para recibir y gestionar las quejas y sugerencias presentadas por los clientes en relación a los servicios prestados. Entre ellos destacan diferentes protocolos de prevención y de gestión de incidencias, junto con las hojas de reclamaciones y el buzón de sugerencias.

	Número de quejas recibidas	Número de sugerencias recibidas
España	420	20.308
% de respuesta	100%	NA
México	964	7.678
% de respuesta	100%	85,2%
Estados Unidos	2.252	7.221
% de respuesta	93,3%	77,3%
Chile	8	16
% de respuesta	100%	100%
Portugal	39	ND
% de respuesta	100%	ND

El sistema de atención a las sugerencias en España ha sido modificado durante este ejercicio, razón por la que el dato no aplica de acuerdo con el nuevo modelo. Se dispondrá de datos relacionados en futuras ediciones del informe.

De igual modo, Áreas realiza a nivel global encuestas de satisfacción entre sus clientes con el fin de conocer su opinión sobre los productos y los servicios. Entre éstas destaca el *Índice Q* dentro de *Proyecto 360º* lanzado en España en 2013.

El Índice Q es un indicador del estado de satisfacción basado en dos factores: el nivel de satisfacción directo, y la importancia que cada individuo otorga a los diferentes aspectos que conforman el producto consumido.

Índice de Satisfacción del Cliente ³		
	2012	2013
España		
Hostelería	77,3%	88,2%
Tienda	88,6%	86,2%
México		
Hostelería	76,0%	89,0%
Tienda	ND	ND
Estados Unidos		
Hostelería	80,5%	82,1%
Tienda	81,3%	83,0%
Chile		
Hostelería	NA	NA
Tienda	85%	92%

³ No ha sido posible incluir los datos relativos al Índice de Satisfacción al cliente para Portugal. "NA" significa "No aplica"; "ND" significa "No disponible".

7.2 La implicación de los proveedores

PRINCIPIO

- **Principio 2:** Las entidades deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

DIAGNÓSTICO

- La organización debe trabajar para la implicación de los proveedores en la responsabilidad social de la organización.

POLÍTICAS

- Áreas mantiene un compromiso de orientación de los proveedores hacia el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial.

Áreas pone en conocimiento de sus proveedores, los requisitos ambientales a cumplir, tanto propios, como de los concedentes, para la correcta gestión de los aspectos ambientales y el respeto de los Derechos Humanos.

Así, en España, Áreas cuenta con un Manual de Buenas Prácticas de compras que establece los principios básicos y las pautas que deben regir las actuaciones de los proveedores. Por su parte, Portugal

dispone de un sistema propio de control de proveedores, y en Chile y Estados Unidos, son las empresas distribuidoras las encargadas de homologar a sus suministradores. Finalmente, México tiene en cuenta algunos criterios de compras en su código de conducta.

Además, se realiza un seguimiento y evaluación de proveedores respecto a la calidad conjuntamente con el departamento de gestión de calidad, y se homologa a aquellos que cumplen con la normativa específica requerida. A nivel global, Áreas ha homologado en el último ejercicio un total de 968 proveedores en el ámbito alimentario, y de 592 en el de distribución. Asimismo, se han realizado auditorías a un total de 180 proveedores en las que se han detectado 98 incumplimientos.

Paralelamente, y con el fin de promover la compra responsable de productos, las compras solidarias realizadas por la compañía en el ejercicio 2012-2013 han alcanzado un total de 134.782 euros.

**ACCIÓN
DESTACADA**

Compras Responsables en España

Durante el periodo 2012-2013 y ante la demanda de producción de sándwiches, Áreas España ha colaborado con la Fundació Cassià-Cuina Justa, para cubrir esta necesidad. Esta entidad destaca como empresa social que trabaja para que los derechos y la libertad de las personas con fragilidades mentales o en riesgo de exclusión social, sean reales y efectivos. En este sentido, destaca en 2013 la firma de un convenio de colaboración entre ambas organizaciones, mediante la cual se consolida la voluntad conjunta de ofrecer un producto saludable y solidario a los clientes de Áreas.

Esta acción se enmarca en parte del cumplimiento de la LISMI en España.

OBJETIVOS DE CLIENTES PARA EL PERIODO 2012-2013	GRADO DE CONSECUCCIÓN
Integración del Proyecto Emociona con las nuevas tecnologías	90%
Proyecto Limpia: de innovación en los métodos y equipos de limpieza	90% en el mercado de autopistas
Evolucionar el sistema de feedback de los clientes mediante la implicación de toda la organización en la sensibilización y conocimiento de su satisfacción y a la hora de dar respuesta a los que estén mostrando signos de abandono.	100%



Con el fin de contribuir al desarrollo y bienestar de las comunidades en las que desarrolla su actividad, Áreas lleva a cabo colaboraciones con fundaciones y entidades activas con la comunidad local.

8. EL COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

8.1 Aportando valor a la comunidad

PRINCIPIO

- **Principio 6:** Las entidades deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

DIAGNÓSTICO

- La organización debe trabajar para asegurar el compromiso de la organización con la sociedad.

POLÍTICAS

- Uno de los compromisos de Áreas es contribuir al desarrollo y al bienestar de las comunidades en las que desarrolla su actividad.

Durante el ejercicio 2012-13 cabe destacar las colaboraciones para la formación e inserción de personas en riesgo de exclusión laboral, especialmente jóvenes, y la realización de compras solidarias de productos y servicios a entidades que trabajan para el desarrollo y la integración de personas con necesidades especiales.

Así, en España se han promovido colaboraciones y patrocinios con organizaciones sociales, como por ejemplo la colaboración por

segundo año consecutivo con la entidad *Business with Social Value* (BWSV) que promueve el compromiso y la colaboración a partir de la compra responsable.

De igual modo, el resto de países han realizado donaciones y participado en proyectos con fines sociales, entre los que destaca la participación de la oficina corporativa de Estados Unidos en la organización *Hábitat para la Humanidad*, además de la realización de aportaciones en juguetes y comida a las organizaciones *Toys for Tots*, y *Camila's House for the homeless*. Desde Áreas Chile se han realizado aportaciones por un valor total de 4.500 euros a las organizaciones *América solidaria* y el *Hogar de Cristo*, para adultos y niños en riesgo de exclusión social. Áreas México por su parte ha apoyado económicamente a la asociación civil *Abriendo nuevos caminos* con un total de 2.400 euros y en Portugal se han realizado contribuciones en especies a eventos sociales por un valor total de 28.077,7 euros.

El importe total destinado a acciones de colaboración social ha ascendido a 83.716 euros.

**ACCIÓN
DESTACADA**

Formación de población en riesgo de exclusión

En el 2013 se ha inaugurado oficialmente el restaurante vinculado al proyecto *D'ins*, liderado por la Fundació Formació i Treball y en el que Áreas ha colaborado activamente junto con diferentes proveedores. *D'ins* es una escuela en la que jóvenes en riesgo de exclusión social aprenden oficios relacionados con la hostelería, a la vez que ponen en práctica sus conocimientos directamente en el restaurante ubicado en las mismas instalaciones, y abierto al público. Alrededor de 150 alumnos han tenido acceso a formación teórica y práctica en varias ramas de la hostelería; de éstos, se calcula que alrededor de una tercera parte firmarán un contrato laboral con empresas de hostelería durante el año.

8.2 Prevención de la corrupción

PRINCIPIO

- **Principio 10:** Las entidades deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y soborno.

DIAGNÓSTICO

- La organización debe trabajar para asegurar la prevención de la corrupción en las actividades que desarrolla.

POLÍTICAS

- Áreas dispone de diferentes procedimientos enfocados a prevenir, identificar y gestionar posibles casos de corrupción.

Áreas dispone de varios procedimientos definidos que cuentan con la implicación de los departamentos de recursos humanos, operaciones, finanzas y seguridad, que persiguen gestionar los posibles incidentes relacionados con aspectos de corrupción. Entre estos procedimientos se encuentra el código de conducta, los reglamentos y las políticas que incluyen aspectos relacionados con los Derechos Humanos, los derechos laborales y la protección del medio ambiente en todos los países donde Áreas desarrolla su actividad.



Red Pacto Mundial España
WE SUPPORT



Los impactos medioambientales más significativos de la actividad de Áreas incluyen las emisiones atmosféricas, las afecciones acústicas y lumínicas, el consumo de recursos naturales, el consumo de materias primas, la generación de residuos, los vertidos y las afecciones al suelo.

**9. LA REDUCCIÓN DEL
IMPACTO AMBIENTAL**

9.1 La Gestión Ambiental

PRINCIPIO

- **Principio 7:** Las entidades deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- **Principio 8:** Las entidades deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

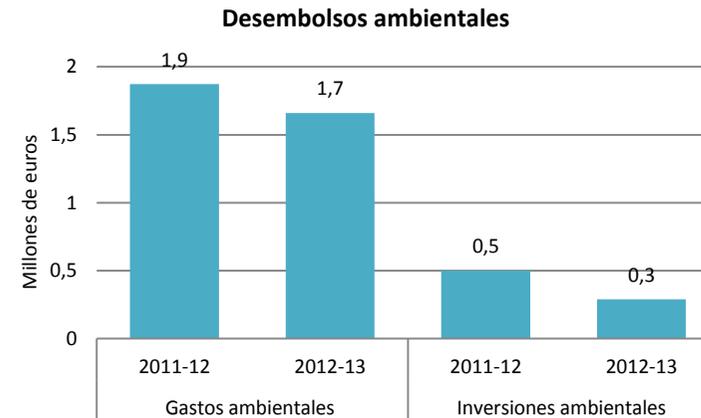
DIAGNÓSTICO

- La organización debe trabajar para asegurar la correcta gestión ambiental de las actividades que desarrolla.

POLÍTICAS

- Áreas dispone de diferentes herramientas de gestión ambiental enfocadas a minimizar el impacto ambiental de las actividades.

La gestión ambiental en Áreas se basa en un sistema de gestión ambiental implantado en parte de las actividades en España y basado en la norma ISO 14001, junto con procedimientos que operan de forma equivalente en el resto de España y demás países.

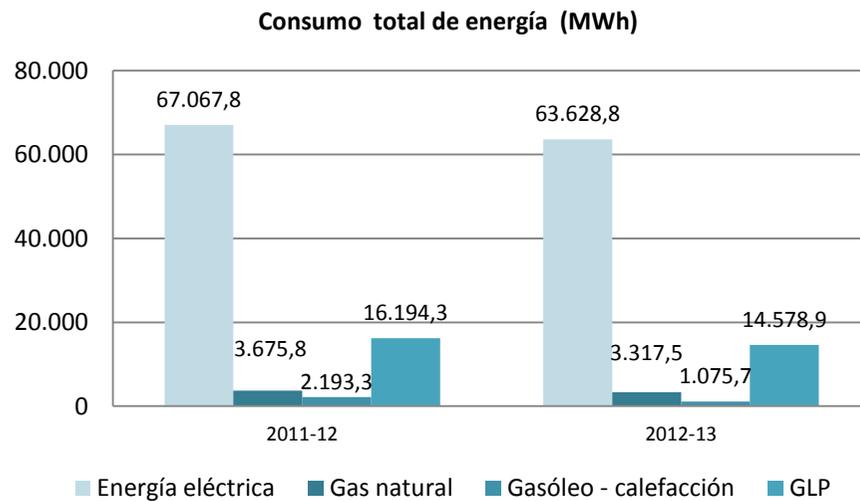


En el caso de España⁴ los gastos ambientales incluyen principalmente el mantenimiento de las depuradoras, y los gastos relacionados con la gestión de residuos. Las inversiones ambientales contemplan la sustitución de equipos de climatización por otros más eficientes en los establecimientos en los que se han producido reformas. En el caso de México, los gastos ambientales incluyen la gestión de residuos en los centros de hostelería de los aeropuertos.

En este sentido, la organización lleva a cabo acciones que incluyen prácticas de eficiencia energética y de ahorro del consumo de agua junto con la minimización de las emisiones atmosféricas y los residuos generados.

⁴ Los datos sobre desembolsos ambientales incluyen España y México.

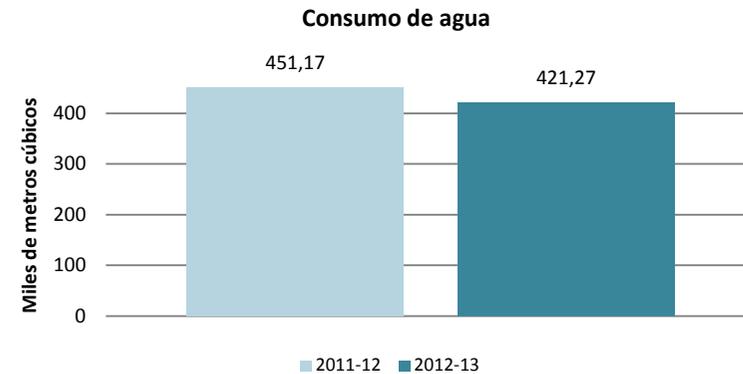
Así, y en el marco de gestión ambiental de la organización, se controlan de forma sistemática los consumos energéticos e hídricos de la organización, y se persigue la implantación de actuaciones enfocadas a reducir dichos consumos.



El consumo de energía⁵ en España ha experimentado una disminución del 6,7% respecto al periodo anterior, variación que coincide con la evolución global del consumo energético. Esta reducción está motivada principalmente por la reducción en el consumo de Gasóleo en España.

⁵ El dato relacionado con el consumo de energía incluye los consumos de España, México y Chile.

En cuanto al consumo de agua los datos ⁶ muestran una ligera reducción de un 6% en términos globales.



Asimismo, durante el último ejercicio Áreas en España ha mantenido las instalaciones de energía solar existentes para la generación de agua caliente sanitaria. Adicionalmente se ha implantado un sistema de reutilización de aguas pluviales y un programa de sustitución progresiva del consumo de gasóleo por GLP.

Paralelamente a las acciones de eficiencia energética, la organización lleva a cabo sensibilización y formación medioambiental entre los colaboradores, medida incluida en el marco de gestión medioambiental.

En este sentido Áreas dispone de una guía de buenas prácticas ambientales que se incluye en el manual de acogida y que está al

⁶ El dato relacionado con el consumo de agua incluye información referente a España y Chile.

alcance de todos los colaboradores mediante la intranet. Esta guía, cuyo objeto es mejorar la calidad del servicio y reducir los impactos ambientales derivados de la actividad de la entidad, incorpora buenas prácticas de aplicación en las operaciones diarias. Además, en el caso de procedimientos de gestión para determinadas operaciones, la empresa dispone de documentación específica que se distribuye entre el personal implicado en dichos trabajos.

Al mismo tiempo, Áreas hace uso también de una intranet a la que tienen acceso todos los centros del grupo con toda la documentación que se considera necesaria para llevar a cabo las funciones de los colaboradores. Además de los procedimientos propios de la organización para el correcto desarrollo de su actividad, la intranet contiene por ejemplo, fichas de seguridad, buenas prácticas, cartelería sobre aspectos ambientales o documentos legales de interés. En la revista interna se incluye en todas sus publicaciones un apartado específico dedicado al medio ambiente, ejemplificando buenas prácticas de la compañía.

9.2 La gestión de residuos

PRINCIPIO

- **Principio 9:** Las entidades deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

DIAGNÓSTICO

- La organización debe trabajar para asegurar la correcta gestión de los residuos generados durante su actividad.

POLÍTICAS

- Áreas ha introducido prácticas de gestión de los residuos, de reciclaje y recuperación siempre que sea posible.

La generación de residuos y su correcta gestión es uno de los aspectos ambientales significativos identificados en el marco del sistema de gestión de Áreas. En este sentido, existen procedimientos y prácticas enfocadas a llevar a cabo un seguimiento de los residuos generados con el fin de establecer medidas para reducirlos, además de su correcta gestión por parte de un gestor autorizado y su valorización siempre que sea posible.

Los residuos domésticos generados⁷ en España se han mantenido prácticamente constantes. Asimismo, en cuanto a otros residuos, en Chile se han generado un total de 0,2 toneladas de grasas y 45 toneladas de aceites. En España se han generado 75,1 toneladas de grasas, 54,8 toneladas de aceites y 0,6 toneladas correspondientes a pilas usadas en oficinas. Caber destacar que España destina los residuos de aceites a valorización energética mediante su venta a una organización que lo transforma en biocombustible. De igual modo, en México se han generado 6,8 toneladas de grasas, y 20,1 toneladas de aceites.

Residuos generados		
Año	2011-12	2012-13
Residuos sólidos urbanos	2.698,3	1.650
Vidrio	49,3	22,9
Envases	64,5	40,1
Cartón	228,6	205,2

Por otro lado, con el objetivo de reducir el impacto ambiental derivado del consumo de materiales, en Áreas en España se contemplan criterios ecológicos en la compra de materiales como por ejemplo el papel, así como se llevan a cabo diferentes medidas

⁷ El alcance del dato incluye España y Chile, salvo en 2012-13 en el que el dato incluye sólo España.

para reducir el consumo de celulosa virgen, y hacer un mayor uso de materiales reciclados y reciclables.

Los residuos de papel y cartón recogidos a lo largo del ejercicio 2012-2013 en las oficinas de Áreas en España ascienden a un total de 205,21 toneladas. Lo que implica una reducción del 8% con respecto al periodo anterior.

**ACCIÓN
DESTACADA**

Criterios de construcción sostenible

Durante el ejercicio se han llevado a cabo acciones para transformar las áreas de servicio de la Florida Turpike, en áreas medioambientalmente sostenibles. Para ello se ha realizado una remodelación parcial o completa de las áreas de servicio de la Florida Turpike, teniendo en cuenta los estándares LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) y buscando conseguir la certificación del USGBC (United States Green Building Council). El resultado ha sido que el área de servicio Pompano Beach Service Plaza ha obtenido la Certificación ORO del USGBC. Entre algunas de las medidas utilizadas para poder ahorrar energía, agua, reducir las emisiones y los residuos y en general cuidar el medioambiente en estas áreas de servicio destacan: la construcción de techos altos, la construcción de ventanas para aprovechar al máximo la luz natural, la inclusión de una zona picnic ajardinada con plantas que no requieren riego, el uso de pintura y adhesivos no tóxicos, el uso de materiales constructivos reciclables, la construcción de parkings exclusivos para vehículos de baja emisión de CO₂ y consumo de combustibles eficientes, el uso de medidas para el mantenimiento de la mejor calidad del aire, y la oferta de alimentos saludables.

Durante la publicación de este informe también se ha obtenido la certificación LEED para las áreas de la Maryland Turnpike en Estados Unidos.

OBJETIVOS DE MEDIO AMBIENTE PARA EL PERIODO 2012-2013 (ESPAÑA)	GRADO DE CONSECUCCIÓN
Realización de un punto de infiltración en el terreno para las aguas residuales depuradas de Fraga	100%
Mejora de la recogida selectiva de la fracción envases en las áreas de servicio (Proyecto ECOEMBES)	Prueba piloto implantada
Mejora de la recogida selectiva de pilas en las áreas de servicio para aumentar la cantidad recuperada en un 10% (Proyecto con ECOFIL).	100%
Reducción de la generación de residuos de los separadores de grasa mediante el uso de productos bioenzimáticos	50%
Eliminación del depósito de gasóleo del área de servicio de Sobradiel	100%
Disminución del consumo de gasóleo en un 25% respecto al presente ejercicio	100%
Instalación de una caldera de condensación altamente eficiente en un área de servicio representativa	0%
Instalación de 10 kW en iluminación eficiente	100%

OBJETIVOS DE MEDIO AMBIENTE PARA EL PERIODO 2013-2014 (ESPAÑA)
Renovación del Sistema de Gestión ISO 14001 en Areamed
Dar formación al personal de mantenimiento en materia ambiental
Reducción del consumo eléctrico en un 5%
Reducción del consumo de gas en un 10%
Instalación de iluminación LED en un mínimo de 20 nuevos centros
Mejora en la recogida selectiva de residuos de Areamed en un 10%
Implantación de un proyecto ambiental nuevo en materia de residuos

Áreas S.A.

INFORME DE PROGRESO 2013



Red Pacto Mundial España