

Áreas S.A.

INFORME DE PROGRESO 2014



Red Pacto Mundial España

ÍNDICE

1	RENOVACIÓN DEL COMPROMISO	4
2	PERFIL DE LA ENTIDAD	6
2.1	ACTIVIDAD, PRINCIPALES MARCAS, PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	6
3	ESTRATEGIA Y GOBIERNO	7
3.1	ORGANIGRAMA.....	7
4	COMUNICACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	8
5	METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN DEL INFORME	9
5.1	ALCANCE DE LA INFORMACIÓN	9
5.2	DEFINICIÓN DEL CONTENIDO	10
5.3	DIFUSIÓN.....	10
6	LA GESTIÓN DEL EQUIPO HUMANO	11
6.1	LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES: UN FACTOR CLAVE PARA LA ORGANIZACIÓN.....	12
6.2	COMUNICACIÓN Y CANALES DE REPRESENTACIÓN	14
6.3	FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL: PROMOVRIENDO EL TALENTO DE LOS COLABORADORES	15
6.4	IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DIVERSIDAD	16
7	LA CALIDAD DEL PRODUCTO	18
7.1	GARANTIZAR LA MÁXIMA SEGURIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	18
7.1.1	LA SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS	18
7.1.2	LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	20
7.2	LA IMPLICACIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	24
8	COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	27
8.1	GARANTIZAR LA MÁXIMA SEGURIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	27
8.2	PREVENCIÓN DE LA CORRUPCIÓN	29
9	REDUCCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL	30
9.1	LA GESTIÓN AMBIENTAL	30
9.2	EL MONITOREO DEL CONSUMO.....	32
9.4	LA GESTIÓN DE RESIDUOS.....	35

1 RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

A continuación les presentamos la última edición del Informe de Progreso de Áreas.

El presente informe contiene los datos ya publicados en el Informe Anual de Áreas 2014, ampliando los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno. Se ha llevado a cabo con la intención de reafirmar y renovar el compromiso de la organización con la Red Española del Pacto Mundial, por el que Áreas ha sido premiada recientemente.

Además, durante el último periodo 2013-2014, Elior, empresa líder en restauración, servicios y concesiones a nivel mundial sujeta a la *Ley Grenelle*, ha solicitado por primera vez a Áreas, empresa que pertenece al grupo internacional Elior, su colaboración e implicación para el reporte de los nuevos indicadores requeridos. Este ejercicio se ha realizado para cumplir con la legislación francesa y homogeneizar los contenidos referentes a aspectos no financieros, de todos los informes de la compañía.

Para la compañía, la seguridad de sus empleados en el lugar de trabajo y el desarrollo profesional, son aspectos esenciales en la gestión del su equipo humano. En línea con estos objetivos, la organización ha renovado en sus establecimientos de España y Estados Unidos, su sistema de salud y seguridad ocupacional de acuerdo a la norma internacional OHSAS 18001:2007; y ha impartido un total 12h de formación por empleado, con el fin de asegurar la excelencia en el servicio a sus clientes.

Otro aspecto clave para la empresa, es el diálogo continuo con sus colaboradores. En este sentido, la organización pone a disposición de sus empleados toda la información corporativa referente a la compañía a través de su página web e intranet. También facilita mecanismos de comunicación para que los trabajadores puedan hacer llegar sus consultas y sugerencias a la organización.

La compañía desarrolla también acciones para asegurar la calidad y la seguridad de sus productos, en toda la cadena de valor, a través de un sistema de gestión de la calidad, certificado de acuerdo a la ISO 9001 en España; así como de otros procedimientos en el resto de países. En este sentido, ha llevado a cabo 1.760 auditorías higiénicas en puntos de venta y 122 en cocinas centrales. Por otro lado, la organización promueve la compra local, siempre que es posible.

Paralelamente, la compañía ha continuado trabajando para reducir sus impactos negativos en el medio ambiente resultantes del desarrollo de sus operaciones, a través de un sistema de gestión ambiental en los centros de España, y de otras actuaciones a nivel global.

En este sentido, la empresa ha abierto dos nuevos establecimientos en Estados Unidos diseñados para obtener la certificación *Leadership in Energy and Environmental Design* (LEED).

Finalmente, ha llevado a cabo ejemplos de buenas prácticas para con la comunidad a través de colaboraciones con entidades sociales en España y Chile.

Esperamos que el informe sea del interés de todos los grupos de interés quiénes pueden hacer llegar las consideraciones oportunas relacionadas directamente con el informe o con los principios del Pacto Mundial.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'P. Fontana', is written over a horizontal line.

Pedro Fontana
Presidente Ejecutivo

2 PERFIL DE LA ENTIDAD

Nombre Completo (Razón Social) 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 9.670*	Sector Comercio y distribución
Ventas / Ingresos 659,5 millones de euros	Presencia España, Estados Unidos, Mexico, Chile, Portugal, República Dominicana, St. Martin	

2.1 ACTIVIDAD, PRINCIPALES MARCAS, PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Áreas es una compañía multinacional, líder en Food&Beverage y Travel Retail. Esta organización ha gestionado a lo largo del 2013-2014, más de 1.100 establecimientos repartidos por España, Chile, República Dominicana, Estados Unidos, Portugal, México y St. Martin. La compañía apuesta por un modelo comercial a medida de las personas, a través de ofertas promovidas por marcas propias (La Pausa, Deli&Cia, Caffriccio, News&Books, Sibarium, Eating Point, Natural Break, Divers), y por grandes franquicias y partners (Starbucks, Burger King, Adidas, Adolfo Domínguez, Subway o Lavazza) y a través de enseñas desarrolladas en co-branding con grandes marcas especializadas (Sports Bar de la mano de Mahou, La Yoghurtería con Danone, La Bellota Sabores Ibéricos o Espace Evian).

*Plantilla a 30 de septiembre 2014

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 A 30 DE SEPTIEMBRE DE 2014

Presidente Ejecutivo

Sr. Pedro Fontana

Directora Corporativa

Sra. Montse Adán

Director General Norteamérica

Sr. Xavier Rabell

Director General España y Portugal

Sr. Oscar Vela

Áreas pertenece al grupo internacional Elior, tercer operador en concesiones a nivel mundial. Elior, creada en 1991, es actualmente una de las empresas líderes en restauración, servicios y concesiones a nivel mundial. En los últimos años ha alcanzado una facturación global de 5.341 millones de euros, en los 13 países donde opera. En los 18.000 puntos de venta que la organización gestiona, sus 106.000 empleados ofrecen servicios de restauración personalizados a 3,8 millones de clientes cada día. En este sentido, la misión de Elior es ofrecer un servicio de excelencia a cada cliente en los entornos en los que desarrolla su actividad: la empresa, la educación, la salud, el viaje y el ocio. Elior también está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2004.

La Dirección Corporativa es responsable del seguimiento de las acciones de RSC. Esta Dirección, que depende a su vez del Presidente Ejecutivo, es la que toma las decisiones referentes a la implantación de la RSC, siempre alineada con los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

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

- La nueva plataforma *Travelers*
- 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

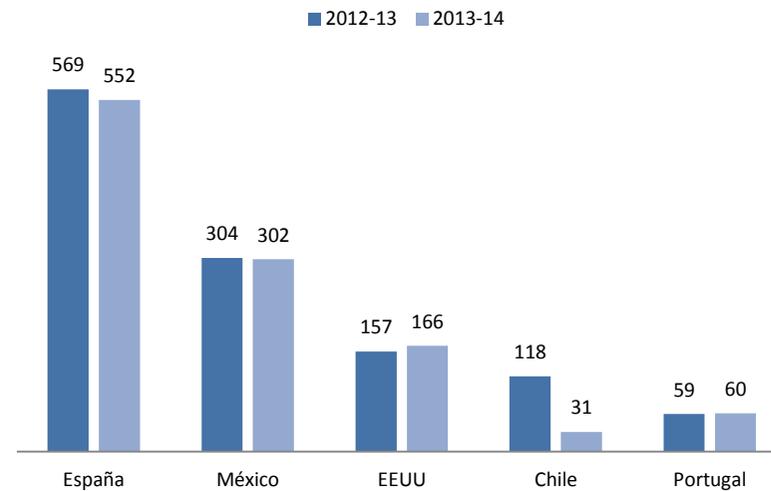
5.1 ALCANCE DE LA INFORMACIÓN

Áreas es una organización internacional que opera en América y Europa. En el presente Informe de Progreso para el periodo 2013-14 se recogen los datos relativos a las actividades que la compañía ha desarrollado en España, México, Estados Unidos, Chile, Portugal, República Dominicana y St. Martin.

Cabe mencionar que la información cuantitativa relativa a República Dominicana y St. Martin, se presenta de forma agregada con la información reportada sobre México.

Por otro lado, si existen limitaciones en el alcance de la información reportada, éstas se especifican en el apartado correspondiente.

Establecimientos por países



5.2 DEFINICIÓN DEL CONTENIDO

Los estándares utilizados para la elaboración de este reporte se han basado en los 10 Principios establecidos por el Pacto Mundial de Naciones Unidas y en los definidos en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad versión G4 del Global Reporting Initiative.

Los aspectos presentados a lo largo del informe responden a los impactos más significativos de la actividad de Áreas en el ámbito social, medioambiental y económico, y a los requerimientos realizados este periodo por Elixor. Esta selección de contenidos se ha definido a partir de entrevistas personales con los principales responsables de departamentos de Áreas y en base a los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

5.3 DIFUSIÓN

El Informe Anual del ejercicio 2013-2014 ha vuelto a integrar, al igual que hizo durante el anterior periodo, una síntesis de las actuaciones más relevantes desarrolladas por Áreas en materia de responsabilidad social. De igual modo, el Informe de Progreso es un documento público, abierto a consulta a los grupos de interés en la página web del Pacto Mundial.

De cara a futuros informes se pretende ampliar progresivamente la calidad y la cantidad de la información reportada, mediante la implicación y participación directa de los países donde Áreas opera.

6 LA GESTIÓN DEL EQUIPO HUMANO

La Declaración de los Derechos del Colaborador de Áreas, establece el compromiso de la organización para con sus empleados: 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.



6.1 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.

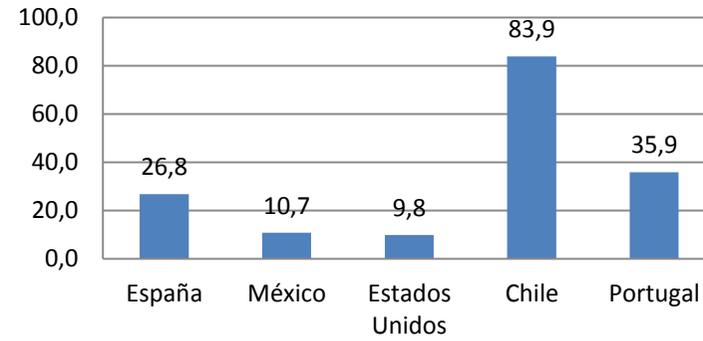
La seguridad y la salud ocupacional son aspectos claves en la gestión del equipo humano. En este sentido, con el fin de velar por la seguridad de sus trabajadores en todos los territorios donde tiene actividad, Áreas dispone en España y Estados Unidos de un sistema integrado de gestión de la prevención de riesgos laborales de acuerdo a la norma OSHAS 18001:2007, y lleva a cabo la implantación de medidas preventivas en el resto de países donde opera.

A este respecto y como resultado de las acciones desarrolladas por la compañía en materia de prevención de riesgos laborales, y teniendo en cuenta la notable disminución de la plantilla en Chile, durante el año 2014 el número de accidentes se ha visto reducido casi en un 15%.

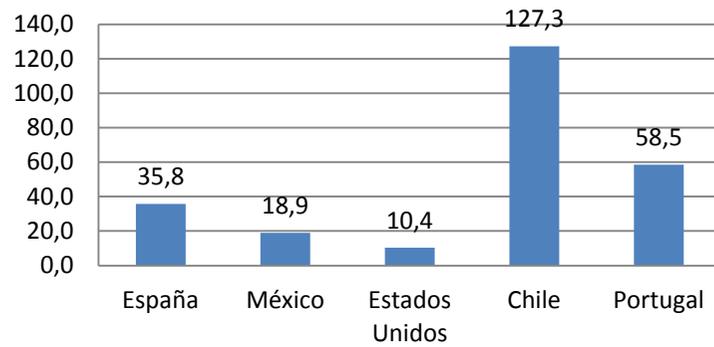
Número de accidentes con baja por país		
País	2012-13	2013-14
España	176	147
México	0	31
EEUU	33	27
Chile	165	104
Portugal	25	30
Global	399	339

	Índice de Incidencia	Índice de Frecuencia	Índice de gravedad
España	35,84	26,77	0,94
México	18,91	10,69	0,19
EEUU	10,38	9,84	0,29
Chile	127,29	83,87	0,90
Portugal	58,48	35,86	1,16
Total	35,06	25,47	0,65

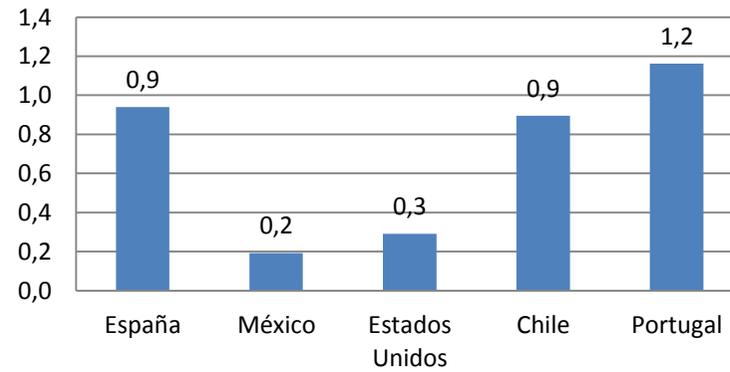
Índice de Frecuencia



Índice de Incidencia



Índice de Gravedad



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.

Áreas ha implantado diferentes herramientas comunicativas para mantener a sus empleados al día de la actualidad relacionada con la organización, como por ejemplo: la web corporativa, los boletines digitales, la revista corporativa, página de intranet, etc. Por otro lado, la organización cuenta con diversos mecanismos contemplados en los códigos de conducta de cada uno de los países donde opera, para asegurar que sus trabajadores puedan

hacer llegar sus consultas y quejas a la organización, y éstas se gestionen y resuelvan. En este sentido, y con el objetivo de facilitar un comportamiento adecuado en el entorno laboral, durante este ejercicio Áreas ha continuado ofreciendo un servicio de atención específico gratuito y confidencial, a sus colaboradores, para atender denuncias de situaciones de presunto acoso laboral o de discriminación por razón sexual. Otros canales de comunicación con la plantilla son los establecidos en el marco de los Convenios Colectivos aplicables a las actividades desarrolladas por Áreas y las regiones en las que opera. Cabe destacar que, a excepción de Chile y Estados Unidos dónde las relaciones entre la empresa y los trabajadores se rigen por acuerdos diferentes, casi el total de la plantilla está cubierta por un convenio colectivo.

Porcentaje de empleados cubiertos por convenio laboral		
País	2012-13	2013-14
España	100%	100%
México	90,5%	93,7%
EEUU	39%	35,3%
Chile	23,2%	30,2%
Portugal	100%	100%
Global	75,3%	73,9%

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 como garantía de éxito de su proyecto de negocio.

Áreas, consciente de la importancia de la capacitación de sus profesionales, como factor clave para ofrecer el mejor servicio a sus clientes, dispone de planes de formación y desarrollo del talento para la mejora de las habilidades de su plantilla.

Áreas ha mantenido su apuesta por la capacitación de sus trabajadores, y en este sentido, a pesar de haber disminuido la

inversión total en formación, el porcentaje de plantilla que ha recibido formación en 2013-2014 ha aumentado del 60,2% al 75,1%, con respecto al anterior ejercicio.

A nivel global, la media de horas de formación por empleado para el periodo 2013-14 ha sido de 12,15.

Horas de formación por empleado		
País	2012-13	2013-14
España	18,4	13,5
México	1,2	3,5
EEUU	17,9	12,7
Chile	11,9	9,2
Portugal	8,7	31,4
Global	14,8	12,1

6.4 IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DIVERSIDAD

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

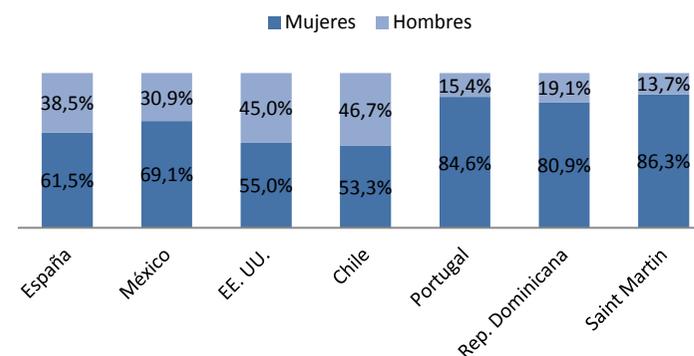
- La organización dispone de **políticas antidiscriminación y de igualdad de oportunidades.**

La organización ha hecho patente sus compromisos con la no discriminación, la igualdad de oportunidades y la diversidad a través de instrumentos como la Declaración de los Derechos del Colaborador, las políticas de no-discriminación y anti-acoso y otros procedimientos relacionados con la gestión del equipo humano.

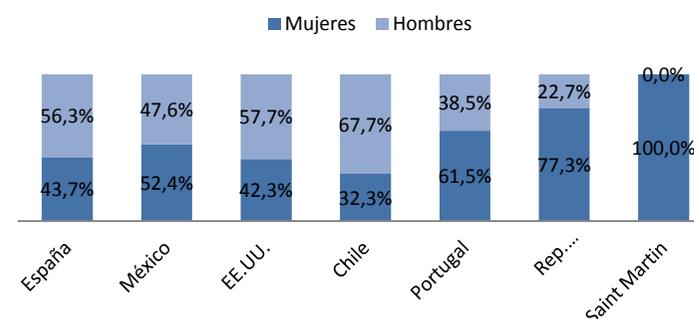
En este sentido, la distribución global de la plantilla muestra que durante el año 2014 el promedio de representación de mujeres,

en los diferentes países en los que opera la empresa, ha sido del 70,11%.

Distribución de plantilla por país y género



Distribución de cargos directivos y mandos intermedios por país y género



En cuanto a la inclusión de personas con diversidad funcional en la organización, Áreas España, de acuerdo a los requerimientos establecidos por la LISMI, ha alcanzado el 1,6% por medio de contratación directa y de compras y donaciones a centros especiales de trabajo. Destaca también Chile, con un porcentaje del 1,35% de empleados contratados con discapacidad. A nivel global estas contrataciones suponen un 0,8% de la plantilla total.

ACCIÓN DESTACADA

LA ESCUELA-RESTAURANTE D'INS

Áreas colabora la Fundación Formación y Trabajo para impulsar la inserción laboral en hostelería mediante la escuela-restaurante D'INS. Un centro donde los y las jóvenes en riesgo de exclusión social tienen la oportunidad de aprender el oficio de camarero/a y/o de cocinero/a. Gracias a sus instalaciones (aulas y restaurante real abierto al público), la escuela permite a los alumnos poner en práctica los conocimientos aprendidos. Durante su primer año y medio en funcionamiento D'INS ha formado a 296 personas susceptibles de ser contratadas y ha firmado convenios de prácticas con más de 90 empresas del sector.

7 LA CALIDAD DEL PRODUCTO

Áreas dispone de diferentes herramientas en materia de gestión de la calidad y seguridad del producto en todos los países donde opera. Entre éstas encontramos sistemas de gestión de la calidad implantados y certificados, sistemas implantados no certificados, y otros procedimientos.



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.

7.1.1 LA SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

Áreas en España mantiene operativo un sistema de gestión de la calidad que cumple los requisitos de la norma ISO 9001 para las siguientes actividades: prestación de servicios de tienda, alojamiento, restauración, producción y envasado de productos. El alcance de este sistema, que provee de herramientas para

asegurar la excelencia y la mejora continua de la calidad de los productos, se amplía anualmente habiendo alcanzado en la actualidad los 255 puntos de venta certificados. En el resto de países se desarrollan procedimientos similares que engloban desde la realización de auditorías higiénicas, la formación de los trabajadores en seguridad alimentaria, la realización de estudios microbiológicos y la gestión de incidencias alimentaria, hasta la puesta en práctica de las recomendaciones y pautas estipuladas en cuanto a gestión de la calidad, en los respectivos códigos de conducta de la organización.

En línea con estas acciones, durante el 2014 se han realizado en total 1.760 auditorías higiénicas en centros y 122 en cocinas centrales, enmarcadas en los planes de control de la calidad. Todas las muestras han resultado adecuadas según los parámetros legales¹.

¹ No ha sido posible recoger el nivel de cumplimiento de las comprobaciones de superficies realizadas a nivel agregado para el periodo 2013-14. Sólo se dispone de este dato para el caso de España: 100% para las muestras de alimentos elaboradas en la Cocina Central, y 98,7% para las muestras de productos acabados elaborados en los centros.

Nº global de auditorías higiénicas realizadas		
	2012-13	2013-14
Auditorías higiénicas a puntos de venta		
Nº de auditorías realizadas	1.533	1.760
Auditorías higiénicas a cocinas centrales		
Nº de auditorías realizadas	118	122

Auditorías higiénicas por país			
		En puntos de venta	En cocinas centrales
España	Nº de auditorías	1.102	12
	Nivel de cumplimiento	88,8%	98,3%
EEUU	Nº de auditorías	193	--
	Nivel de cumplimiento	89,6%	--
Chile	Nº de auditorías	432	20
	Nivel de cumplimiento	91,9%	90%
Portugal	Nº de auditorías	33	90
	Nivel de cumplimiento	100%	100%

7.1.2 LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

El objetivo primordial de la estrategia de Áreas es la satisfacción de los clientes. Por ello, Áreas dispone de mecanismos en todos los países donde está presente para detectar y satisfacer sus peticiones. Algunas de las apuestas de la organización son las encuestas periódicas sobre satisfacción, los mecanismos para la gestión de posibles quejas y sugerencias, la formación del personal en atención al público y los programas específicos de satisfacción de los clientes.

A este respecto, en España destaca el Índice de Satisfacción Q, enmarcado en el Proyecto 360º. La novedad de este indicador es que mide la satisfacción en base a dos factores: el nivel de satisfacción directo y la importancia que cada individuo otorga a los diferentes aspectos que conforman el producto consumido. Áreas España cuenta además con el Programa Emociona y con otros protocolos de prevención y de gestión de incidencias (hojas de reclamaciones, buzón de sugerencias etc.) para medir la satisfacción de sus clientes.

En Estado Unidos, se dispone del programa Guest Approach. Un programa que se centra en impartir formación específica de atención al cliente entre los empleados, para ofrecer un servicio de excelencia. Por otro lado y en línea con las directrices de la organización, se realizan encuestas de satisfacción periódicas

entre los clientes con el fin de conocer su opinión sobre los productos y los servicios.

México por su parte, realiza encuestas de satisfacción entre sus clientes sobre temas claves para la compañía, como son la percepción del servicio recibido, el estado de las instalaciones, de la limpieza y la calidad de los productos y servicios. En Chile, no sólo se realizan encuestas sino que además se llevan a cabo estudios internos anuales y, si es necesario, se trabaja con los proveedores para dar solución operativa a las necesidades planteadas por los clientes.

En Portugal, se realizan encuestas de satisfacción, se trabaja en la mejora y la ampliación de la oferta de productos, en la innovación en los alimentos y en el uso de las nuevas tecnologías para la comunicación con los clientes.

ACCIÓN DESTACADA

LA IMPORTANCIA DE SATISFACER A LOS CLIENTES

En España con el objetivo de conocer la satisfacción de los clientes y medir su evolución se ha lanzado en el último periodo el Índice Q dentro del Proyecto 360º, 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. También se ha contado por primera vez con el programa *Emociona*: un sistema de alarmas (banderas rojas) y gestión de incidencias, a partir del cual la compañía plantea propuestas de mejora a corto/largo plazo para satisfacer a los clientes.

Índice de Satisfacción del Cliente ²			
		2012-13	2013-14
España	Hostelería	88,2%	84,9%
	Tienda	86,2%	93,2%
México	Hostelería	76%	91%
	Tienda	NA	86%
EEUU	Hostelería	82,1%	86,1%
	Tienda	83%	90%
Chile	Hostelería	92%	89%
	Tienda	NA	NA

En todas las unidades de negocio se dispone de mecanismos para recibir y gestionar las quejas y las sugerencias de los clientes. Áreas en España implantó en 2013 una metodología para gestionar las demandas de los clientes basada en “banderas rojas” y “banderas amarillas”, a través de las cuáles se establece el nivel de importancia entre todas las sugerencias recibidas, para responder sólo aquellas clasificadas como “banderas rojas”. El total de sugerencias recibidas en el 2014 asciende a 38.258 y de éstas se han clasificado como “banderas rojas”, 1.765.

² No ha sido posible recoger los datos relativos al Índice de Satisfacción al cliente para Portugal.

Nº de quejas y sugerencias recibidas y atendidas, por país				
País	Quejas recibidas	Quejas recibidas	Sugerencias recibidas	Sugerencias recibidas
	2012-13	2013-14	2012-13	2013-14
España	420	365	ND	1.765 ³
% atendidas	100%	94,3%	ND	55%
México	964	729	7.678	7.032
% atendidas	87,7%	81,3%	85,2%	96,1%
EEUU	2.252	1.280	7.221	14.493
% atendidas	93,3%	91,3%	77,3%	94,3%
Chile	8	30	16	34
% atendidas	100%	100%	100%	100%
Portugal	39	35	ND	ND
% atendidas	94,8%	85,7%	ND	ND

³ El dato corresponde con el número de quejas recibidas que han sido clasificadas como "banderas rojas". El porcentaje de respuestas atendidas se da también sobre ese dato.

Temas vinculados a las quejas y sugerencias			
País	Servicio recibido	Instalaciones y limpieza	Producto
España	45,8%	19,5%	27,7%
México	27,7%	30,3%	28%
EEUU	30%	5%	26%
Chile	61%	10%	29%
Portugal	87%	3%	10%

A lo largo del ejercicio 2013-14, 66 tiendas y 214 establecimientos de hostelería de Áreas, han sido visitados por *Mystery Shoppers*, en España y en Portugal. En relación a Estados Unidos, se conoce el número de centros visitados que han sido un total de 155.⁴

Áreas comprometida con la salud de sus consumidores, ha llevado a cabo acciones para introducir la nutrición responsable en la oferta de productos de la organización. En España, puntualmente se cuenta con el asesoramiento de expertos nutricionistas para la creación de menús equilibrados y productos saludables. Se han realizado campañas para promover el consumo de frutas y hortalizas, como la colaboración con la campaña "5 al Día", o el lanzamiento del "Menú Infantil Autopistas 2014", un menú más

⁴ En México y Chile no se llevan a cabo visitas de mystery shoppers.

equilibrado que cuenta con un kit instructivo para incentivar el consumo de legumbres y frutas.

En Estados Unidos y Chile, se cuenta con un profesional corporativo en nutrición que trabaja en la organización. En algunos de los establecimientos de Áreas en Estados Unidos, además, se desarrollan menús bajos en calorías usando productos locales, frescos y de temporada.

Además de las vías tradicionales de comunicación con sus clientes, la organización ha lanzado durante el último ejercicio la plataforma online *Travelers*, la cual informa a sus usuarios sobre los descuentos ofrecidos por la organización y la localización de las áreas de servicio más cercanas. Así mismo, se está trabajando en el uso de las nuevas tecnologías a través de la introducción de elementos digitales en los propios establecimientos.

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 dispone de una política de compras en todos los países dónde opera.

Áreas cuenta, en todos los países donde opera, con un sistema de homologación o pautas para homologar a sus proveedores. Además, de informarles sobre los requisitos ambientales a cumplir para la correcta gestión de sus aspectos ambientales y el respeto a los Derechos Humanos.

Empresas homologadas					
		Proveedores principales		Proveedores homologados	
		2012-13	2013-14	2012-13	2013-14
España	Alimentario	35	32	623	630
	Distribución	35	33	292	279
México	Alimentario	33	30	9	11
	Distribución	105	86	11	11
EEUU	Alimentario	6	4	175	179
	Distribución	9	11	289	276
Chile	Alimentario	10	10	161	156
	Distribución	NA	NA	NA	NA
Portugal	Alimentario	86	90	NA	75
	Distribución	NA	NA	NA	NA

La organización en España se apoya también en un manual de buenas prácticas de compras, y en Portugal se dispone de un manual de calidad, que establece los principios básicos, las pautas y los procedimientos para seleccionar, evaluar y dar seguimiento a los proveedores.

Entre las herramientas para la evaluación, se realizan auditorías de calidad a proveedores (planificadas anualmente en función de su criticidad, tipología de producto, volúmenes de compras), y auditorías a la entrega de productos o materias primas.

En México, República Dominicana, St. Martin y Estados Unidos, se dispone de un código de conducta profesional que establece algunas pautas que deben guiar a los trabajadores en su relación con los proveedores, política de no aceptación de regalos, evitar el trato preferencial, ajustarse a los reglamentos, no cometer competencia desleal, etc.

En Estados Unidos además, existen algunos procedimientos obligatorios como que deben desarrollar los proveedores, como el plan de calidad y la realización de auditorías higiénicas, entre otros.

En Chile, forma parte del procedimiento el visitar a los nuevos proveedores o a los más relevantes, para llevar a cabo auditorías

higiénicas como mínimo cuando se solicita la habilitación del proveedor. Además, se exige que los proveedores cumplan con las normativas sanitarias vigentes y cuenten con un sistema de calidad implementado, como requisito necesario para ser proveedor de la organización.

A nivel global, Áreas ha homologado en el último ejercicio un total de 1.051 proveedores, en compras de alimentación, y a 566, en compras de distribución.

Auditorías a proveedores (alimentario + distribución)				
País	Nº total de proveedores principales		Nº de proveedores auditados	
	2012-13	2013-14	2012-13	2013-14
España	70	65	9	12
México	138	116	ND	ND
EEUU	15	15	4	35
Chile	10	10	161	135
Portugal	86	90	6	6

Por otro lado, Áreas en España ha realizado campañas puntuales para promocionar la compra local. Destaca la “Acción Sopexa”, en colaboración con el Ministerio de Francia, para promocionar el consumo de productos nacionales en autopistas y aeropuertos. Así mismo, a través de su marca Sibarium, Áreas ha consolidado su relación con productores locales y ha estado presente y participado en eventos y ferias nacionales para promocionar sus productos.

En Estados Unidos, los establecimientos de Áreas del aeropuerto de Miami, están adheridos al Airport Certified Disadvantaged Business Enterprises (ACDBE), con el objetivo de realizar parte de sus compras de productos y servicios, a colectivos locales desfavorecidos (compra de uniformes, contratación de servicios de limpieza, etc.).

El porcentaje de compras locales realizadas por Áreas, respecto al total de compras durante el 2014, ha alcanzado casi el 80% en España, cerca del 20% en México y más del 50% en Portugal.

A nivel agregado, el 52,6% de las compras realizadas han correspondido a proveedores locales. El 3,27% de los productos suministrados por estos proveedores cuentan con algún tipo de etiqueta sostenible y el 0,06% con etiqueta de producto orgánico.

OBJETIVOS PARA CALIDAD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO EN EL PERIODO 2014-2015

Mejorar la calidad del servicio, en base a los resultados de las inspecciones externas de calidad de servicio y del feedback de los clientes en España.

Mejorar la calidad organoléptica del producto en base a los resultados de las auditorías higiénico-sanitarias de los puntos de venta y de las auditorías de cumplimiento de estándares de producto en España.

Apostar por proveedores sociales, en compra de bienes y servicios para dar cumplimiento a la LISMI en España.

Mejorar la oferta de productos más equilibrados, de mayor calidad y más saludables en Estados Unidos.

Mejorar las condiciones de abastecimiento y aumentar el nivel de compras con los proveedores principales en México.

Mejorar la seguridad alimentaria, en la cadena de valor de Áreas, según los requerimientos sanitarios de la ley en Chile.

Establecer socios estratégicos para obtener las mejores condiciones de abastecimiento y aumentar el nivel de compras con los proveedores principales en Chile.

Reorganizar el sistema informal de la gestión de la calidad en Portugal.

Comunicar la información nutricional de los alimentos de acuerdo a la normativa europea en Portugal.

Disminuir el número de reclamaciones en Portugal.

Evaluar la calidad y control de los proveedores en Portugal.

8 COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Con el objetivo de aportar desarrollo y bienestar en las comunidades en las que lleva a cabo su actividad, Áreas apuesta por colaboraciones con fundaciones y entidades sociales activas con la comunidad local.



8.1 GARANTIZAR LA MÁXIMA SEGURIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

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.

Con el propósito de propiciar el desarrollo de las comunidades en las que Áreas desarrolla su actividad, la compañía está en contacto con fundaciones y entidades locales, y realiza donaciones con fines sociales.

En España, por ejemplo, Áreas ha colaborado con el *Open Handbike Barcelona*, orientado a respaldar iniciativas que mejoran el acceso al deporte y a la movilidad de personas con diversidad funcional. Otro de los proyectos sociales más destacados en los que ha participado la compañía, es la colaboración en la misión oftalmológica *África Digna-Fundación Barraquer*. Esta iniciativa está dirigida a la lucha contra la ceguera ocasionada por cataratas y a la mejora de la salud visual en Kenia. Así mismo, Áreas sigue vinculada estrechamente a *Cuina Justa*, entidad que promueve los derechos de las personas con fragilidades mentales o en riesgo de exclusión social.

Fuera de España, en Chile, Áreas ha formado parte en proyectos educativos y sanitarios dirigidos a colectivos desfavorecidos. En Estados Unidos, Áreas realiza colaboraciones con asociaciones locales, como el proyecto *Bayside Community Network*.

A nivel global, Áreas ha destinado un total de 109.117,47 euros a iniciativas sociales durante el ejercicio pasado.

ACCIONES DESTACADAS

PROMOVIENDO LA ECONOMÍA LOCAL

En Estados Unidos, Áreas realiza colaboraciones con las asociaciones locales. Un ejemplo es el caso de Bayside Community Network, un centro situado en una de las autovías en cuyas áreas de servicio opera Áreas, que da asistencia a alrededor de 200 personas con dificultades de desarrollo. Uno de los objetivos de esta agrupación es mejorar la inserción laboral de la población de la comunidad, y en este sentido, Áreas ha sido capaz de ofrecerles distintos empleos, tanto en prácticas como a tiempo completo. Paralelamente, Áreas también ha donado a la organización un conjunto de mesas y sillas más funcionales para su cafetería.

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 gestiona la corrupción a través de diferentes procedimientos gestionados por de los departamentos de recursos humanos, operaciones, finanzas y seguridad de cada país.

En España se dispone de un código de conducta cuyos reglamentos y políticas incluyen aspectos relacionados con los Derechos Humanos, los derechos laborales y la protección del medio ambiente. Asimismo, también se cuenta con un mecanismo

específico de gestión de incidentes de corrupción, en el que están implicados diferentes departamentos de la organización.

En México, se dispone de un código de conducta profesional que establece el cumplimiento de la ley y de la normativa en aspectos como la relación con los clientes y los proveedores, la política de aceptación de regalos, las oportunidades de negocio, la relación con la familia y/o terceros, el uso de recursos empresariales, y los compromisos de trabajo fuera de la empresa. Se dispone también de un manual de relaciones laborales que establece los derechos y obligaciones individuales de los trabajadores, la igualdad de oportunidades, normas del lugar de trabajo, compensaciones y prestaciones, sanciones y medidas disciplinarias.

En Estados Unidos, se dispone de un código de conducta que incluye reglas respecto al comportamiento de los trabajadores, a través de un listado de 38 ejemplos de falta de profesionalidad, cuya violación implicaría una falta disciplinaria al empleado o incluso la suspensión o fin de contrato.

En República Dominicana y St. Martin se dispone de un manual de inducción y reglamento interno que refleja un conjunto de disposiciones obligatorias para los trabajadores y empleadores que tiene por objeto organizar las labores de una empresa.

9 REDUCCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

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.



9.1 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, en algunos de sus establecimientos, se rige por la norma ISO 14001. En aquellos centros y países que no disponen de sistema de gestión específico, la gestión de estos aspectos se lleva a cabo a través de otras medidas y acciones basadas en la citada norma.

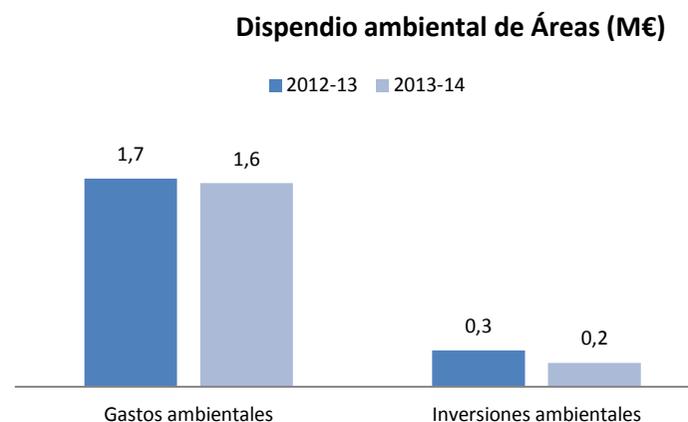
En línea con lo comentado, en España, algunas de las áreas de servicio disponen de un sistema de gestión ambiental certificado según la norma internacional ISO 14001. En el caso de los establecimientos en aeropuertos, Áreas está sometida a la vigilancia ambiental por el propio sistema de gestión implantado en estas infraestructuras. En el resto de establecimientos, si bien no hay un sistema de gestión ambiental formal, se llevan a cabo acciones para la minimización de su impacto ambiental. Además, se dispone de recursos (guías de buenas prácticas ambientales, la revista *Con Acento*), para sensibilizar a los colaboradores, en lo relativo a la protección del medio ambiente.

En México, la gestión ambiental se basa en la gestión de residuos en los centros de hostelería de los aeropuertos, y en la implementación de otros procedimientos puntuales para aspectos concretos.

En República Dominicana, St. Martin y Chile, los establecimientos están regidos por las políticas de gestión ambiental, aplicadas por los hoteles y/o aeropuertos, en los que se ubican.

Por otro lado, en Portugal se llevan a cabo diferentes procedimientos en materia de gestión ambiental: gestión de residuos de acuerdo a la legislación, formación ambiental entre los empleados, etc.

El dispendio ambiental⁵ de Áreas, dividido en gastos ambientales e inversiones ambientales realizadas por la organización, ha sufrido una ligera bajada con respecto al periodo anterior y responde principalmente a la gestión de los residuos.



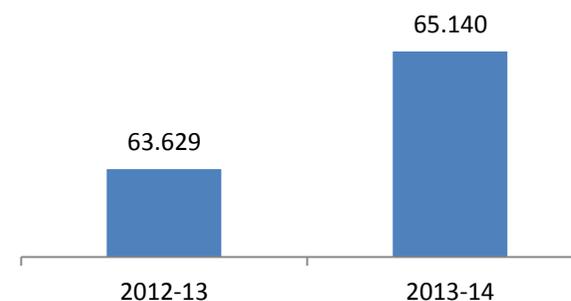
⁵ Los datos de gastos ambientales incluyen España y México para el periodo 2012-13; y España, México y Portugal para el periodo 2013-14. Las inversiones ambientales incluyen los datos de España y México para ambos dos periodos.

Durante el último periodo, Áreas en España ha recibido una sanción a raíz de una inspección de la Agencia Catalana del Agua por una desviación en un parámetro de vertido de la depuradora del Área del Mèdol. El importe ha ascendido 504,9 €. La avería ya ha sido corregida.

9.1.1 MONITOREO DE CONSUMOS

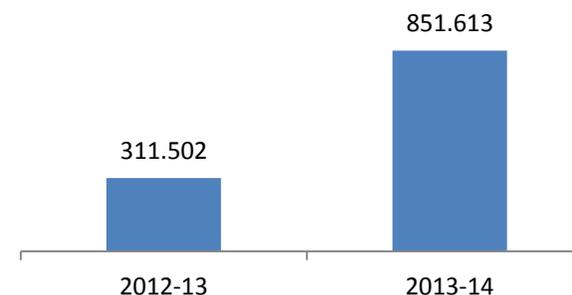
Durante el periodo 2013-14 se han controlado de forma sistemática los consumos energéticos e hídricos de la organización, y se ha perseguido la implantación de actuaciones enfocadas a reducir dichos consumos. A continuación, se muestra el consumo de las principales fuentes de energía utilizadas por Áreas. El aumento de los consumos se debe principalmente a que los datos del periodo 2013-14 incluyen por primera vez los datos de USA.

Consumo total electricidad (MWh)*



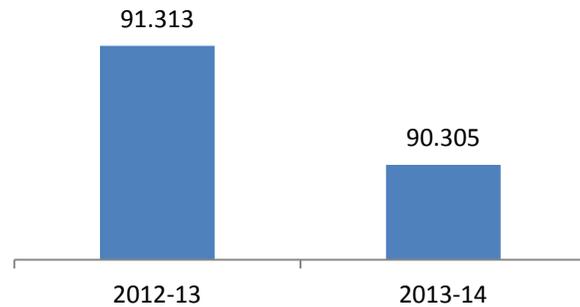
*Este gráfico incluye los datos España, México y Chile para el periodo 2012-13. Y de los 5 países para el periodo 2013-14.

Consumo total gas natural (m3)**



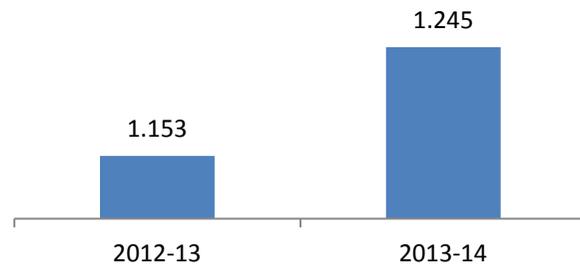
**Este gráfico incluye los datos España y Chile para el periodo 2012-13. Y España, Chile, USA y Portugal para el periodo 2013-14.

Consumo gasóleo calefacción (L)*



*Este gráfico incluye únicamente los datos de España, para el periodo 2012-13 y para el periodo 2013-14.

Consumo total GLP (T)**



**Este gráfico incluye los datos España y México para el periodo 2012-13. Y España, México y Chile para el periodo 2013-14.

9.1.2 EFICIENCIA EN EL CONSUMO DE RECURSOS

La organización lleva a cabo acciones de eficiencia energética, ahorro del consumo del agua y de gestión de los residuos generados.

En España se han implantado sistemas de iluminación eficiente LED en los establecimientos nuevos o reformados, se ha llevado a cabo la progresiva eliminación de calderas a gasoil, se han implantado placas solares térmicas y se monitorean los consumos de energía periódicamente con el fin de establecer posibles medidas de ahorro energético y reducir las emisiones de CO₂. Por otro lado, Áreas tiene establecida en este país una política de ahorro en el consumo de agua basada en la incorporación de dispositivos automáticos en las salidas de agua, el cambio de acometidas y equipos de control de agua, riego mediante sistemas gota a gota, la sensibilización de los clientes a través de adhesivos que invitan a la optimización de consumos, el uso de aguas pluviales para descargas de inodoros, donde es técnicamente viable, y ajustes de las descargas de los WC para reducir el volumen de agua por descarga.

En México, República Dominicana, St. Martin y Chile también se ha iniciado la implementación de sistemas de iluminación LED en los nuevos establecimientos.

En cuanto a la sensibilización en materia ambiental, Áreas España desarrolla guías de buenas prácticas ambientales, planes de vigilancia ambiental y guías específicas para cada actividad (tiendas, hostelería, etc.) en las que se recogen recomendaciones para una buena manipulación y gestión de los residuos, para evitar el vertido de sustancias nocivas o en cantidades no adecuadas a los sistemas de saneamiento, etc. Estas publicaciones están a disposición de todos los centros a través de la intranet. Además, también se publican carteles que ayudan de manera gráfica a llevar a cabo la correcta segregación de residuos.

Así mismo, a través de la revista *Con Acento*, comunica a sus colaboradores conocimientos y buenas prácticas ambientales 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 de criterios ecológicos en la compra de materiales y la construcción de instalaciones.

Unos de los aspectos ambientales más relevantes para la organización es la correcta gestión de los residuos generados. Por esta razón, Áreas desarrolla procedimientos y prácticas enfocadas a su seguimiento, acciones para reducirlos, se asegura de su correcta gestión por parte de un gestor de residuos autorizado y opta por su valoriza siempre que sea posible.

En España, los establecimientos ubicados en los aeropuertos realizan la segregación de residuos según las indicaciones de éstos. En algunos tramos de autopista, la organización gestiona los contratos de la recogida selectiva de papel-cartón, vidrio, envases y resto de residuos, de las áreas de servicio. En otros tramos de autopista, la recogida la realiza el concedente con sus propios medios.

Respecto a la gestión de las aguas residuales generadas en la actividad de Áreas, éstas son de tipo sanitario ya que provienen de lavabos y cocinas. No existe vertido de sustancias peligrosas. En las áreas de servicio que cuentan con un sistema de gestión ambiental ISO 14001, esta gestión se realiza a través del mantenimiento y la conservación de las depuradoras de las áreas de tipo biológico, así como el seguimiento de la calidad del vertido a través de análisis periódicos.

En México, los establecimientos están regidos por las políticas de gestión y reciclaje de residuos, aplicadas por los hoteles y/o aeropuertos, en los que se ubican. Además, en algunos centros existe un programa de gestión de residuos sólidos orgánicos, que son retirados del establecimiento y llevados a centros de disposición de residuos sólidos orgánicos municipales o estatales. En los centros dónde no se aplica este programa, se realiza una recogida de residuos sólidos orgánicos para su posterior gestión.

En República Dominicana, St. Martin y Chile, los establecimientos también están regidos por las políticas de gestión y reciclaje de residuos, aplicadas por los hoteles y/o aeropuertos, en los que se ubican.

En Portugal, se lleva a cabo un sistema de reciclaje y separación de los residuos de acuerdo a la legislación portuguesa y se imparte formación en la gestión de residuos entre todos los empleados, como parte del plan de formación anual. Además, se cuenta con un manual de gestión de residuos orientado a los empleados, que tiene como objetivo uniformizar los procesos de gestión de residuos para el correcto manejo de los aceites usados, los residuos orgánicos y el resto de residuos destinados al reciclaje.

En cuanto a la recogida de aceites y grasas, con el fin de reducir la cantidad de residuos, a nivel global se ha priorizado el uso de aceites de tipo “alto oleico”, más adecuados para cocinar que el resto de aceites de semillas, y la implantación de tratamientos para la degradación de los residuos de grasas (en los separadores mediante productos biológicos), esto último en gasolineras y centros de hostelería del grupo. Además, en las cocinas se han instalado separadores de grasa para evitar el vertido de este residuo a la red de saneamiento. Cabe destacar, que todos los aceites vegetales de fritura usados en los establecimientos de la

organización son tratados en plantas destinadas a la producción de biodiesel.

A nivel agregado, se han generado un total de 106 toneladas de aceites, lo cual ha supuesto una reducción de la generación de este residuo de un 11,56%. Del total de residuos de aceite generados el 99,6% han sido valorizados, cifra que ha supuesto un aumento de su reciclaje respecto al periodo anterior (98,3% en 2012-13).

Porcentaje de aceites valorizados				
País	Toneladas de aceite recogido		Porcentaje de aceite valorizado	
	2012-13	2013-14	2012-13	2013-14
España	54,8	60,52	100%	100%
México	ND	20	ND	97,8%
EEUU	ND	ND	ND	ND
Chile	45	9,5	100%	100%
Portugal	18,1	15,7	100%	100%
TOTAL	117,85	105,63	98,3%	99,6%

El número de centros a nivel global en los que se han implementado iniciativas de recogida selectiva asciende a 202, 108 centros en España, 14 centros en México, República dominicana y

St. Martin, 13 centros en Chile y todos los centros de Portugal, es decir, 59.

Con el objetivo de reducir el impacto ambiental derivado del consumo de materiales, en Áreas se contemplan criterios ecológicos en la compra de materiales como por ejemplo acciones de compra de material reutilizable y respetuoso con el medio ambiente, uso de papel de oficina con sello de gestión forestal responsable, sustitución de las bolsas de plástico por bolsas de papel, promoción del uso de detergentes para los equipos de lavado con nulo o bajo contenido en fosfatos, etc.

Los residuos de papel y cartón recogidos a lo largo del ejercicio 2013-2014 en todas las oficinas de Áreas ascienden a un total de 187,6 toneladas⁶. Lo que implica una reducción del 8,6% con respecto al periodo anterior.

Finalmente, se muestran los residuos generados a nivel global en Áreas durante el último ejercicio 2013-2014.

Residuos totales a nivel global generados(T) ⁷		
Tipo de residuos	2012-13	2013-14
Residuos sólidos urbanos	1.650	2.564,8
Vidrio	22,9	100,9
Envases	40,1	153,7
Cartón	205,2	187,6
Grasas	82,2	509.545
Aceites	119,9	106,1
Hidrocarburos	0	2,6
Sepiolitas	0,8	2,6

⁶ Este indicador incluye los datos de España, Chile y Portugal.

⁷ Los datos para el año 2013-14 incluyen por primera vez los residuos de grasa generados en USA.

El total de residuos generados a nivel global supera al ejercicio anterior, debido a que este último periodo se han incluido en el informe dato disponibles del resto de países donde opera Áreas, para el periodo 2012-13 sólo se incluyeron los datos relativos a España.

ACCIÓN DESTACADA

ESPACIOS MEDIOAMBIENTALMENTE SOSTENIBLES

En Estados Unidos, durante este último periodo se han abierto dos nuevos establecimientos en Maryland (Maryland House y Chesapeake House) construidos de acuerdo a criterios medioambientales. En este sentido, la nueva Chesapeake House ha recibido la certificación Leadership in Energy and Environmental Design (LEED), categoría Silver, por su diseño orientado al ahorro energético, la integración en el entorno y el aprovechamiento de los recursos naturales disponibles.

OBJETIVOS PARA LA REDUCCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL EN EL PERIODO 2013-2014 Y GRADO DE CONSOLIDACIÓN

Renovación Sistema Gestión ISO 14001 AREAMED.

Objetivo cumplido, si bien la empresa certificada ha sido AREAS S.A., dentro de la Gestión Ambiental de 20 Areas de Servicio en las Autopistas AP7, AP2 y C32.



Dar formación al personal de mantenimiento en materia ambiental.

Se han realizado cursos de en materia de control y prevención de legionella, a 11 personas, equivalente a 198 horas, dentro del marco formativo Escuela AREAS.

Reducción del consumo eléctrico en un 5%.

En el ejercicio 2013-14 el consumo eléctrico estimado ha sido de 50.309 Mwh, frente a los 53.867 Mwh del año anterior.

Ello representa una disminución del consumo en un 6,6%

Reducción del consumo de gas en un 10%.

En el ejercicio 2013-14, el consumo de gas natural+gas GLP+ gasoil ha aumentado un 5%, debido en parte a la sustitución de elementos eléctricos por equipos de gas, más eficientes .

En el conjunto, el consumo energético total (electricidad+gas+gasoil) ha descendido un 4,4%.

Instalación iluminación LED en un mínimo de 20 nuevos centros.

Este objetivo se ha cumplido ampliamente, ya que en los nuevos proyectos de más de 40 locales en el Aeropuerto de Barajas se ha incluido esta tecnología. Tras realizar un concurso con varios fabricantes de iluminación, las principales empresas tecnológicas que colaboran con AREAS en este tema son: FLO (Grupo Lledó) y Simon

Áreas S.A.

INFORME DE PROGRESO 2014



Red Pacto Mundial España