

saba<sup>o</sup>

---

RESPONSABILIDAD SOCIAL  
CORPORATIVA

20

14

# Índice

---

3	Presentación de la Compañía
4	Modelo de negocio
6	Principales magnitudes
10	Grupos de interés
12	Gestión de la RSC
14	Movilidad sostenible
16	Calidad de servicio
18	Equipo humano
20	Medio ambiente
24	Principales objetivos 2014 y 2015
26	Balance de 2014 y retos de 2015
28	Anexo. Tabla de indicadores GRI

---

# Presentación de la Compañía

OPERADOR INDUSTRIAL DE APARCAMIENTOS Y PARQUES LOGÍSTICOS

España, Italia, Chile, Portugal, Francia y Andorra



**193.000**  
PLAZAS



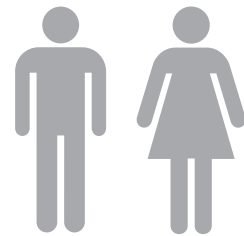
**350**  
APARCAMIENTOS



**7**  
PARQUES  
LOGÍSTICOS



**1.416**  
EMPLEADOS



Datos a cierre de 2014.



## Modelo de negocio

Saba es un operador industrial de referencia en el desarrollo de soluciones en el ámbito de la movilidad urbana y de los flujos logísticos. Con presencia en seis países, España, Italia, Chile, Portugal, Francia y Andorra, y una plantilla de más de 1.400 personas, el Grupo cuenta con una amplia experiencia en la gestión de aparcamientos, desde 1966, y en la de parques logísticos, desde 1999. La compañía gestiona más de 193.000 plazas de aparcamiento distribuidas en más de 350 centros y cuenta con 7 parques logísticos que suman más de 600 hectáreas de superficie bruta.

La compañía incluye una combinación de activos en distintas etapas de su ciclo de vida, predominando los activos maduros, con márgenes elevados, que ayudan a financiar los activos en fase de desarrollo. Las claves del modelo de negocio de Saba se sustentan en la privilegiada ubicación geográfica de sus activos, la excelencia en la calidad de la prestación del servicio y el enfoque comercial, además de la introducción de la tecnología, la gestión de los contratos y una dimensión adecuada que facilitan la eficiencia, la competitividad y la internacionalización.

Desde su creación en 2011, la compañía ha sido fiel a una filosofía de gestión y de crecimiento, guiada por un control riguroso de las relaciones con sus *stakeholders* y construyendo un equilibrio basado en la satisfacción de los clientes, accionistas, empleados, proveedores y sociedad en general, con el objetivo principal de crear valor para el accionista y salir a Bolsa en el medio plazo.

Hablar de Saba es referirse a su perspectiva y visión de permanencia en la gestión de los negocios. Desde el sentido industrial, el compromiso, la responsabilidad y la participación activa en la gestión. La compañía sigue un modelo de gestión eficiente y de servicio al cliente, reforzando la vinculación con el entorno y el territorio así como la interacción y la sensibilidad con las Administraciones Públicas. Cuenta, además, con un equipo humano especializado y organizado. Son estos denominadores comunes los que permiten consolidar, desde 2011, éxitos en procesos internos como es el plan de eficiencia, la adecuación de la estructura para asegurar la competitividad, la reformulación comercial y tecnológica impulsada, la disciplina y el rigor aplicados en la gestión.

**“LA COMPAÑÍA SIGUE UN MODELO DE GESTIÓN EFICIENTE Y DE SERVICIO AL CLIENTE, REFORZANDO LA VINCULACIÓN CON EL ENTORNO Y EL TERRITORIO ASÍ COMO LA INTERACCIÓN Y LA SENSIBILIDAD CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS”**

En síntesis, la compañía incorpora una visión de largo plazo y de compromiso con los activos que gestiona y con las Administraciones con las que colabora. El ciclo de vida de Saba es el de los activos que gestiona, en muchos casos bajo concesión (cerca de 100.000 plazas de aparcamiento y cuatro parques logísticos), en otros, en propiedad, y complementando con activos en alquiler y de gestión para terceros, pero en todos prestando un servicio público y a largo plazo. En resumen, la visión de Saba es industrial.

	ESPAÑA	ITALIA	CHILE	PORTUGAL	ANDORRA	TOTAL
 Plazas aparcamiento	129.476	31.987	10.984	19.879	861	*193.187

Cifras a cierre de 2014. (\*) Incluye plazas destinadas a rotación, alquiler, cesión de uso y en propiedad. No se incluyen plazas de motos.

	ESPAÑA	PORTUGAL	FRANCIA	TOTAL
 Parques logísticos (ha)	Cataluña 256 Sevilla 53 Álava 188	Lisboa 100	Toulouse 20	617

Cifras a cierre de 2014.

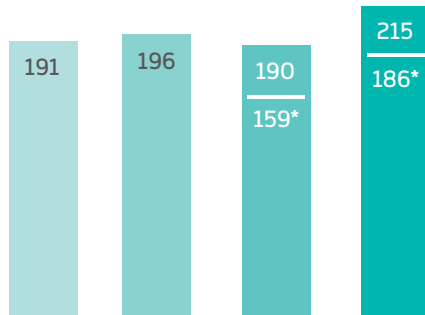


# Principales magnitudes

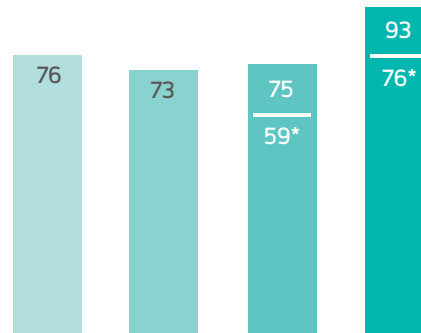
## EVOLUCIÓN 2011-2014: MAGNITUDES ECONÓMICAS DE GESTIÓN

2011 2012 2013 2014

INGRESOS  
Millones €

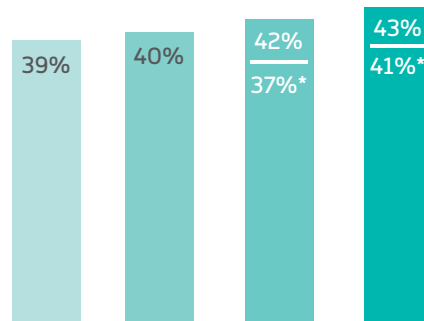


EBITDA<sup>(1)</sup>  
Millones €



(1) EBITDA proforma: beneficio de las operaciones + resultado enajenaciones + dotación amortización.

MARGEN

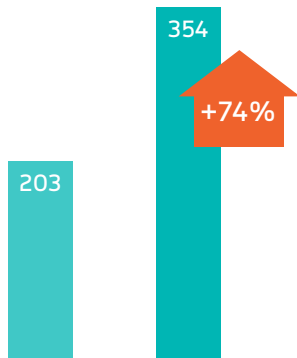


(\*) Datos reexpresados según nuevas normas consolidado mercantil.  
2011: Cifras proforma consolidadas para los 12 meses del ejercicio.

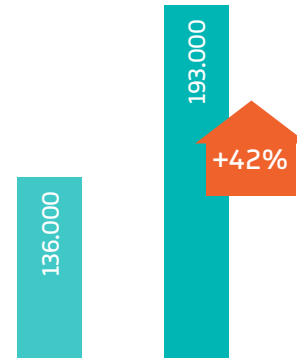
EVOLUCIÓN 2011-2014: MAGNITUDES ECONÓMICAS DE GESTIÓN

2011 2012 2013 2014

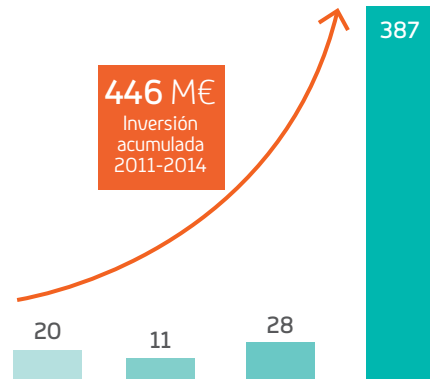
Nº CENTROS



Nº PLAZAS



INVERSIÓN EN EXPANSIÓN  
Millones €



ADIF V BAMSA (2014):  
Operaciones más relevantes

25 años de vida media concesional

## Balance de 2014

Saba cierra 2014 con el cumplimiento de sus principales objetivos.

## Crecimiento

Adjudicación por 25 años del 60% de la sociedad mixta Bamsa, que gestionará un total de 26 aparcamientos en la ciudad de Barcelona, con más de 12.000 plazas. Se trata de un contrato de 25 años al que acompaña un modelo de gestión de la movilidad en el centro urbano.



Integración de los aparcamientos de Adif, con un total de 22.700 plazas en 72 centros, e incorporación final de los aparcamientos de 14 aeropuertos de Aena, que suman más de 57.700 plazas.



## Gestión

**Eficiencia energética.** Despliegue de la tecnología LED en los aparcamientos de Saba en España, Italia y Portugal, con un descenso de entre el 40% y el 60% en el consumo de iluminación y una rebaja del 25% en la potencia contratada.

LED



-55 %

CONSUMO DE  
ILUMINACIÓN

-25 %

POTENCIA  
CONTRATADA

## Reconversión comercial e innovación

**Consolidación del despliegue del VIA T en España.** Implantado en más de 42 aparcamientos, Saba contabilizó en 2014 más de 4,4 millones de movimientos con este sistema de acceso y pago electrónico.

VIA T



+4,4

MILLONES DE  
TRANSACCIONES



CENTRO DE ATENCIÓN Y CONTROL

44

APARCAMIENTOS  
CONECTADOS

15.000

LLAMADAS  
ATENDIDAS



APP DE SABA

+5.300

DESCARGAS

+9.300

ACTIVACIONES  
VALE VIA T

Impulso al Centro de Atención y Control (CAC), asociado a los procesos de remotización y mejora de la atención al cliente.

**Nueva App y nuevos productos.** La compañía ha sentado las bases para impulsar, ya en 2015, herramientas comerciales digitales, como el canal de reservas de Aena, o la mecanización de los descuentos en los aparcamientos de las estaciones de ferrocarril.

## Grupos de interés Análisis de materialidad

Saba es y debe seguir siendo un proyecto compartido, en el que todos sus integrantes sean conscientes de la responsabilidad con el Grupo. De esta manera, toda la estructura trabaja para conseguir un estilo propio que se traduzca en la cultura de servicio al cliente; en la ambición por satisfacer las expectativas de los accionistas y la comunidad en general; en una actitud que equilibre la exigencia, la responsabilidad y la honestidad con los proveedores; en una sincera implicación con las instituciones de los países en los que opera la compañía y, en general, en un generoso esfuerzo por ser parte activa en el progreso de la sociedad.

Es en este objetivo de compartir proyecto que se enmarca la relación de la compañía con sus grupos de interés y la voluntad de obtener un *feedback* constante de ellos con el objetivo de alinear el desempeño de la actividad de Saba con las expectativas relativas a diferentes aspectos de RSC. El análisis de materialidad específico llevado a cabo para la realización del Informe de los años 2011, 2012 y 2013 se ha mantenido vigente para el presente documento.

En este sentido, Saba sigue consolidando su análisis de materialidad con un incremento notable en la participación en la encuesta on-line, pasando de 139 respuestas en 2014 a 268 en 2015. Esto supone un incremento del 93%. Respecto al perfil de grupos de interés que han respondido a la encuesta, en 2015 destaca la elevada participación de los clientes, que incrementan su porcentaje de participación desde el 5,7% en 2013 al 47% en 2014.

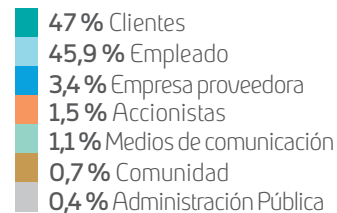
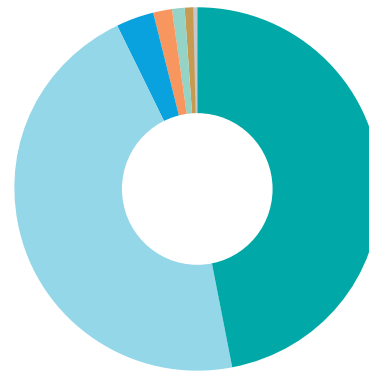
Como resultado de esta participación, los tres temas más relevantes destacados por los grupos de interés se relacionan directamente con la gestión del cliente y la satisfacción, la innovación y las mejoras en el servicio, y la calidad del producto o servicio.

En el capítulo de proveedores, uno de los grupos de interés de Saba, destacar que a través del proceso de homologación y la incorporación

de cláusulas sociales ambientales en los pliegos de condiciones para la contratación y adjudicación de licitaciones, Saba extiende su compromiso con la responsabilidad social a toda su cadena de suministro. Gran parte de los proveedores de Saba procede principalmente del sector servicios, vinculados a los ámbitos de la construcción, difusión, servicios profesionales y suministro de energía eléctrica. En España, la procedencia geográfica de la mayoría de proveedores es nacional. El resto, se distribuye entre Italia, Chile y Portugal.

Por otra parte, la compañía cuenta con una Oficina del Accionista que dispone de una serie de herramientas que permiten, además de mantener el contacto regular, dotarles de información relevante de Saba, especialmente en aquellos aspectos sobre actividades, resultados o novedades que puedan resultar de su interés.

### TIPOLOGÍA GRUPOS DE INTERÉS ANÁLISIS DE MATERIALIDAD 2014



## TEMAS MÁS RELEVANTES ANÁLISIS DE MATERIALIDAD 2014

Todos estos asuntos relevantes impactan en toda la cadena de valor del Grupo, y el detalle de cómo Saba gestiona y da respuesta a todos ellos se encuentra recogido a lo largo de los diversos capítulos del presente Informe de RSC.



## Gestión de la RSC

Saba encamina sus objetivos para situar la RSC como un elemento central de su gestión: reduce riesgos, mejora la competitividad, permite la diferenciación y genera la confianza de los grupos de interés y de la sociedad en general, a partir de una mayor capacidad para gestionar los activos intangibles que aportan valor a la empresa. La compañía es plenamente consciente de que los mejores resultados van vinculados a las mejores maneras de operar, y que avanzar hacia una competitividad sostenible y socialmente responsable es un reto de excelencia para las mejores empresas.



En 2014, Saba ha trabajado para la implantación y difusión en toda su estructura de los compromisos derivados del Código Ético, destacando el esfuerzo por conseguir una adecuada coordinación con todos los países donde opera. Esta actuación se enmarca en la voluntad de la compañía de involucrar a toda la organización en la aplicación de las mejores prácticas.

Es esta misma voluntad de transparencia y responsabilidad la que impulsa a Saba a buscar la diferenciación respecto al resto de empresas del sector, con la puesta en marcha de soluciones que permiten interactuar con el cliente y satisfacer sus necesidades de forma directa y eficaz.

A lo largo de 2014, se ha redoblado el esfuerzo de la compañía por identificar las mejores prácticas en términos de eficiencia energética, con la introducción de iluminación eficiente (LED), la mejora de los sistemas de ventilación, el sistema de gestión dinámica y de ocupación, que favorece una menor emisión de gases, y el compromiso de reducir la huella de carbono, con el objetivo explícito en el horizonte de emisiones cero en CO<sub>2</sub>.

Otro aspecto esencial de la actividad de Saba es el que acoge las propuestas en materia de movilidad sostenible e innovación. Al planteamiento de conceptos de gestión de la movilidad en los centros urbanos, Saba suma además soluciones concretas, como puede ser la implantación del VIA T como sistema de acceso y pago en los aparcamientos.

## Ejes de actuación

<p><b>Movilidad sostenible</b></p>  <p>Implantación del VIA T en entrada y salida</p>	<p><b>Eficiencia energética y huella de carbono</b></p>  <p>Cambio de luminarias convencionales por tecnología LED</p>
<p><b>Sistema Integrado de Gestión (SIG)</b></p>  <p>Gestión ambiental y de calidad. Prevención de Riesgos Laborales.</p>	<p><b>Acción social</b></p>  <p>Integración laboral de personas con discapacidad: un 3% de la plantilla</p>
<p><b>Buen Gobierno</b></p>  <p>Código Ético Manual de Prevención de Delitos</p>	<p><b>Desarrollo de personas</b></p>  <p>Diálogo y colaboración</p>

## Pacto Mundial

Saba se ha adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, apoyando los diez principios que promueve esta Institución, una referencia en los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la lucha contra la corrupción. Saba se compromete a hacer del Pacto Mundial y sus principios parte de la estrategia, la cultura y las acciones cotidianas de la compañía, así como a involucrarse en proyectos cooperativos que contribuyan a los objetivos más amplios de Desarrollo de las Naciones Unidas.

Con alrededor de 12.000 entidades firmantes en más de 145 países, es la mayor iniciativa voluntaria de responsabilidad social empresarial en el mundo. Saba se ha integrado en la Red Española del Pacto Mundial, que cuenta actualmente con 2.600 entidades adheridas. Esta Red es, desde su creación, una de las primeras plataformas nacionales del Pacto Mundial y la Red Local con mayor número de firmantes.



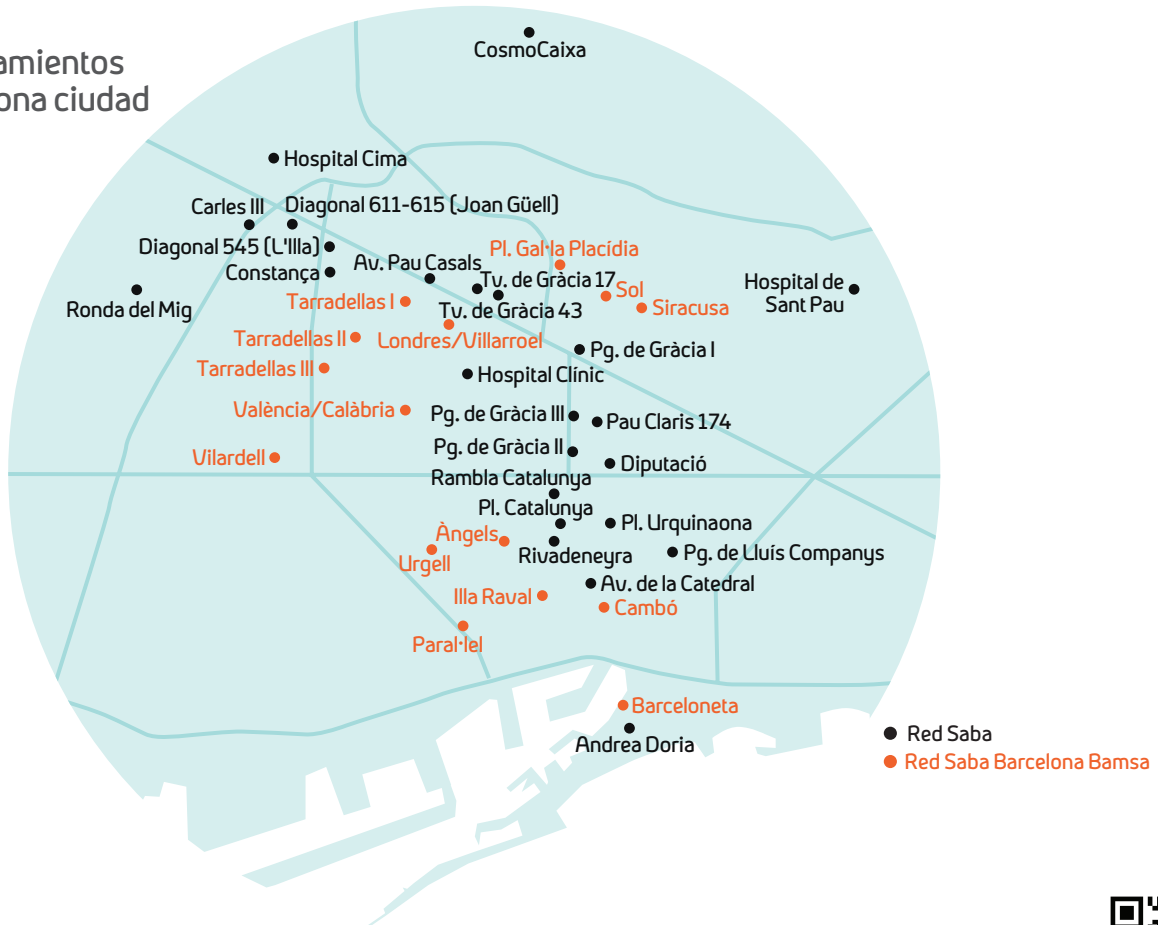
Red Pacto Mundial España  
WE SUPPORT

# Movilidad sostenible

## La propuesta de Saba para gestionar el centro de Barcelona

La adjudicación en noviembre de 2014 del 60% de la compañía mixta Bamsa, que gestionará 26 aparcamientos en Barcelona con un total de 12.555 plazas y por un período de 25 años, constituye una operación de colaboración público-privada que entronca con la naturaleza concesional y de vinculación al territorio de Saba y permite diseñar una propuesta para la gestión de la movilidad de los centros urbanos, así como reforzar el futuro de la compañía.

### Aparcamientos Barcelona ciudad



<p><b>Capacidad de gestión en red de los aparcamientos del centro</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renovación integral de los sistemas de control y cobro</li> <li>• Sistemas de gestión centralizada: Centro de Atención y Control (CAC)</li> <li>• Conexiones con el Centro Municipal de Tráfico del Ayuntamiento de Barcelona</li> </ul>
<p><b>Reducción de la congestión y mejora de la movilidad: más información y mejor acceso</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar los tiempos de llegada y acceso al aparcamiento, a través del VIA T y de herramientas de información dirigidas al ciudadano: sistemas dinámicos de información en la calzada y en el interior del aparcamiento; WiFi</li> <li>• Sistemas de tarificación variable y dinámica</li> </ul>
<p><b>Calidad en el servicio</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora de las instalaciones: plazas más amplias y de diferente tipología (familias, PMR, coche compartido)</li> <li>• Servicios de valor añadido</li> <li>• Maximización de los niveles de eficiencia y eficacia de los sistemas de acceso y pago:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• VIA T</li> <li>• Pago a través del móvil</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Intermodalidad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitar la coordinación del uso del aparcamiento con otros medios de transporte alternativos al vehículo privado</li> <li>• Complementariedad y conexión entre el aparcamiento y otros medios de transporte</li> <li>• Políticas comerciales personalizadas e intermodales: vehículos públicos, coche eléctrico, <i>carsharing</i>, <i>bicing</i>, entre otros</li> </ul>
<p><b>Sostenibilidad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión medioambiental sostenible y certificación de la calidad:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iluminación eficiente (LEDs)</li> <li>• Mejora de los sistemas de ventilación</li> <li>• Sistema de gestión dinámica de la ocupación</li> </ul> </li> <li>• VIA T</li> <li>• Compromiso en la reducción de la huella de carbono</li> </ul>

## Calidad de servicio

Saba busca la diferenciación respecto al resto de empresas del sector con la puesta en marcha de soluciones que permitan interactuar con el cliente y satisfacer sus necesidades de forma directa y eficaz. De esta motivación, surge el interés por conocer la opinión de un grupo tan relevante, como así se recoge en la encuesta de satisfacción desarrollada anualmente.

En 2014, los clientes de Saba en los aparcamientos de España situaron el índice de satisfacción en un 7,6 de media, destacando la progresiva reducción del porcentaje de incidencias al 5%, frente al 13% registrado en 2011. En Portugal, la encuesta de satisfacción arroja un 8,8 de media, mientras que en la red de aparcamientos de Chile es del 5,7. Por lo que respecta a Italia, se llevó a cabo una encuesta de satisfacción en dos aparcamientos de la ciudad de Trieste, tanto de los clientes de rotación como de los abonados. El 80% de los usuarios y de los clientes valoraron con una media de 4 el servicio ofrecido por Saba —siendo el 5 la puntuación más elevada en cuanto a satisfacción.

La estrategia comercial y tecnológica de Saba descansa sobre la base de la diferenciación y la fidelización: representa, por tanto, apostar por la calidad de servicio, las instalaciones de primer nivel, el despliegue del VIA T, los descuentos y promociones, y la oferta de nuevos productos. Así, en 2014, se mantuvo el refuerzo de los servicios adicionales ofrecidos en las infraestructuras y un portafolio de productos adaptados a las necesidades de los clientes: puntos de lavado de vehículos y máquinas de vending,



cobertura de telefonía móvil, puntos de recarga para vehículos eléctricos, sistema de guiado de vehículos y pago con tarjeta en el punto de salida.

Si hay un elemento que refleja más que ningún otro la diferenciación respecto de otras compañías, la innovación desde el punto de vista tecnológico, el valor añadido para el cliente y que permite, por tanto, potenciar la fidelización, es el VIA T. Saba es, desde 2012, pionera en la implantación en las vías de acceso y salida de este sistema de pago dinámico internacional, el mismo que actualmente está operativo en la mayoría de autopistas. Con el VIA T, se agiliza el acceso al aparcamiento, ya que permite la entrada y la salida sin tique —con la opción de recibir el e-recibo de manera sencilla a través de la web—, sin necesidad de detener el vehículo tanto en los accesos como en las salidas de la infraestructura, y sin tener que pasar por el cajero, ahorrando tiempo y carburante a la vez. En 2014, Saba siguió con la implantación de este sistema, con un total de 4,4 millones de movimientos efectuados en los aparcamientos de la red de la compañía. Con este dispositivo de acceso y pago electrónico, Saba sigue con la implantación y consolidación del VIA T en el conjunto de su red, como es el caso de la mayoría de aparcamientos en la capital de Chile, Santiago de Chile, con el Sistema TAG —similar al VIA T—, a los que les seguirán los de Italia y Portugal, con el Telepass y el Via Verde, respectivamente.



Al crecimiento y la eficiencia se le unen, en el ejercicio de 2014, el conjunto de medidas para potenciar la reconversión y la proactividad comercial, especialmente en el terreno digital, así como el refuerzo de la innovación y de los nuevos productos y el desarrollo de nuevas tecnologías aplicadas a los aparcamientos. En este sentido, la compañía ya ha impulsado nuevas líneas como la automatización de los descuentos que Renfe aplica a sus clientes en los cajeros automáticos de las estaciones del AVE, en una primera fase, y el VIA T, en una segunda fase de implantación gradual. Además, Saba ha puesto en marcha nuevas acciones de marketing digital y su nueva App, con productos y servicios adicionales.

## CENTRO DE ATENCIÓN Y CONTROL



El Centro de Atención y Control de Saba nació en 2013 con el fin de acompañar el crecimiento de la compañía y su adaptación a las necesidades comerciales, de calidad del servicio, de operaciones y supervisión de la explotación. En su origen, el centro permitía, gracias al visionado permanente de las instalaciones mediante cámaras instaladas en los aparcamientos conectados, ofrecer apoyo al personal y agilizar, asimismo, la resolución de las incidencias que se puedan producir. En la actualidad es una herramienta esencial para la gestión del negocio.

### Objetivos

- Facilitar la interlocución entre clientes y aparcamientos
- Anticipar la identificación de incidencias
- Aumentar la calidad de servicio/atención al cliente

### Funciones

- Gestión de clientes
- Operación/ intervención remota
- Supervisión de la explotación

### Cifras relevantes de 2014

- Aparcamientos conectados: 44
- N° llamadas a través de interfono en aparcamientos con gestión remota: 332.723
- N° llamadas atendidas a través del teléfono de atención al cliente: 14.976

## Equipo humano

Las personas son la base esencial para la creación del que puede denominarse como el estilo Saba: cultura de servicio al cliente, compromiso con el entorno, responsabilidad y honestidad con los proveedores e implicación con la sociedad. En definitiva, son el pilar para el desarrollo y el crecimiento de la compañía. A cierre de 2014, el equipo de Saba estaba integrado por 1.416 profesionales, distribuidos entre los diferentes países en los que la compañía tiene presencia. Por otro lado, los contratos indefinidos representan el 88% del total.

Equipo humano

1.416  
personas

Contratos indefinidos

88%

Distribución de la plantilla por género



67%



33%

Saba, convencida de la importancia de las personas para el éxito de la organización, basa su cultura colectiva en cinco grandes ejes:

- Proporcionar a las personas un adecuado entorno laboral basado en la confianza y el compromiso mutuo.
- Favorecer el diálogo y la colaboración.
- Facilitar oportunidades de crecimiento y de desarrollo profesional.
- Tratar la diversidad como una fuente de riqueza y una oportunidad para la innovación y el aprendizaje personal y organizativo.
- Disponer de equipos de trabajo profesionales y capacitados para contribuir a la eficiencia y mejora continua de la organización.

### Igualdad de oportunidades

Saba trabaja para garantizar la igualdad de oportunidades y la no discriminación por razón de género, raza, país de origen, religión o edad. En este sentido, Saba fomenta la incorporación de la mujer en el ámbito laboral: el porcentaje de mujeres en la plantilla se sitúa en el 33%. Asimismo, en su compromiso con la sociedad, Saba impulsa políticas y planes destinados a la integración de personas con especial dificultad de incorporación en el mercado laboral. En la actualidad, en torno al 3% del personal se integra dentro de este colectivo.

En este capítulo, destacar que Saba ha participado un año más en el Programa de la Fundación Inserta de la ONCE, que tiene como objetivo promocionar la formación y el empleo entre personas con discapacidad para facilitar su integración sociolaboral. El programa se centra en una formación teórica específica para la gestión de aparcamientos con módulos como técnicas

de comunicación o atención al cliente e informática, entre otros, y una parte práctica que se realiza en los aparcamientos de Saba de Barcelona y alrededores durante un periodo de dos semanas. Al finalizar las prácticas, los participantes entran a formar parte de la bolsa de trabajadores de la compañía para la campaña de refuerzo de verano.

## Formación y desarrollo

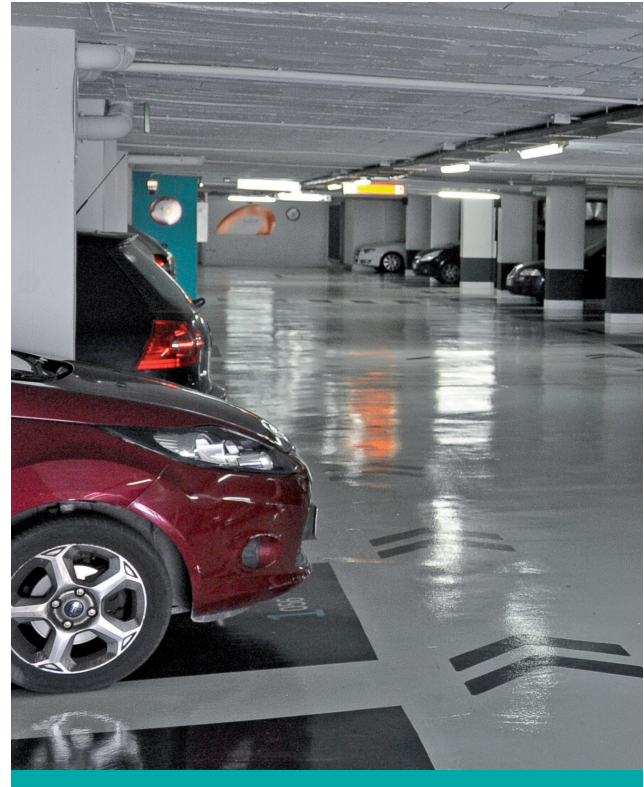
La formación y el desarrollo personal y profesional de los trabajadores es uno de los ejes estratégicos para la creación de valor de Saba. En coherencia con este enfoque, Saba establece planes de formación anuales en los que se concreta, planifica y prioriza la actividad formativa a realizar con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de capacitación, integración y desarrollo profesional y personal de la plantilla.

Dichas necesidades se establecen teniendo en cuenta tanto los proyectos empresariales que afectan colectivamente a los diferentes grupos funcionales y organizativos, como las acciones individuales de mejora y desarrollo profesional que se establecen anualmente en el proceso de evaluación.

La formación se acompaña en Saba con unos canales de comunicación interna, especialmente a través de la intranet corporativa, que permiten trabajar en la cohesión del Grupo. En este sentido, la compañía ultima la puesta en marcha de unos cursos de formación on-line a través de la intranet.

Por otra parte, destacar que todas las personas que trabajan en Saba reciben una formación e información adecuadas acordes con las actividades que desarrollan, permitiéndoles de esta manera cumplir con sus responsabilidades evitando riesgos innecesarios y contribuyendo positivamente a la prevención, favoreciendo asimismo la participación y la implicación efectiva. Saba concibe la prevención de riesgos laborales como uno de sus objetivos prioritarios y es por ello que la compañía revisa y

adopta periódicamente todas las medidas necesarias y promueve la evaluación anticipada de las repercusiones potenciales sobre la seguridad y la salud de su equipo humano. Saba cuenta en todos sus negocios y en la sede corporativa con la acreditación OHSAS 18001, que certifica la implantación de un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional efectivo.



## Medio ambiente Iluminación LED

Saba ha culminado en 2014 la implantación de LEDs en España y comenzado el despliegue en Portugal e Italia, lo que permitirá reducir en 2.000 toneladas las emisiones de CO<sub>2</sub> por año, así como conseguir un ahorro en el consumo de iluminación del 55%.

60

aparcamientos en España,  
Italia y Portugal

-25%

Potencia contratada

-2.000.000

de kWh en un año

24.000

puntos de luz substituidos  
entre 2013 y 2014



**Saba, aparcamientos sostenibles.**

Gracias a la iluminación LED:

Mejoramos la calidad del servicio.

Generamos menos emisiones de CO<sub>2</sub>.

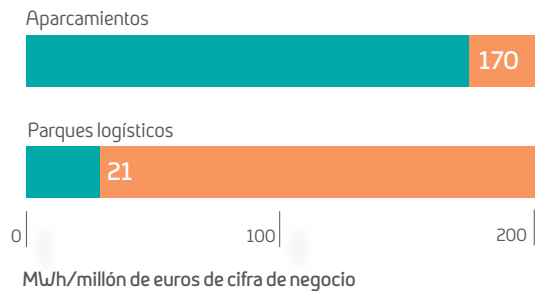
Favorecemos el ahorro energético.

saba<sup>o</sup>

## Consumos energéticos

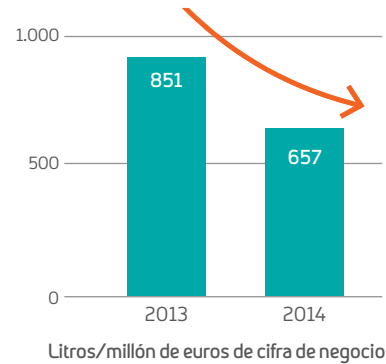
En 2014, el consumo de electricidad se mantiene como la principal fuente de energía de la compañía, siendo el responsable del 95% del total. La actividad de aparcamientos concentra el 93% del consumo de energía eléctrica, mientras que el área de logística y los edificios corporativos consumen el 7% restante. Con todo, en 2014 los aparcamientos de Saba redujeron en un 2% su consumo de electricidad en relación a la cifra de negocio. Un esfuerzo que se desprende del plan de eficiencia energética emprendido por la compañía el año 2011.

### CONSUMO DE ELECTRICIDAD EN RELACIÓN A LA CIFRA DE NEGOCIO



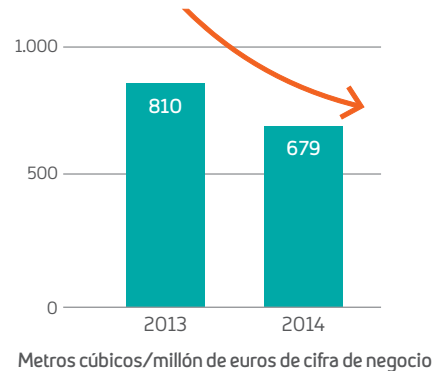
El consumo de combustibles líquidos en 2014 ha registrado un descenso del 13% respecto al año anterior. El uso de gasóleo C, destinado a grupos electrógenos, se ha reducido en un 94%.

### CONSUMO DE COMBUSTIBLES LÍQUIDOS EN RELACIÓN A LA CIFRA DE NEGOCIO



El esfuerzo en la reducción de consumos innecesarios también se ha trasladado en 2014 al consumo global de agua. Respecto al año anterior, Saba ha conseguido reducir en un 5,1% esta partida. Las políticas de ahorro y la concienciación de los empleados del Grupo son claves en este aspecto.

### CONSUMO DE AGUA EN RELACIÓN A LA CIFRA DE NEGOCIO



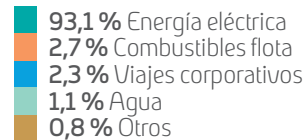
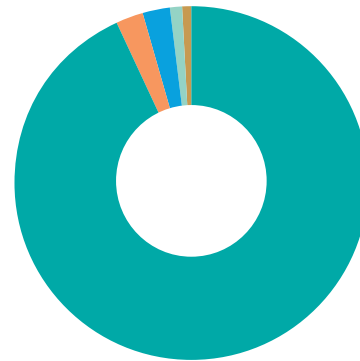
## Huella de carbono

Desde 2011, Saba calcula anualmente su huella de carbono con el objetivo de conocer el impacto de la empresa sobre el cambio climático, así como la evolución de sus emisiones. Este impacto se mide a través de un inventario en el que se establecen los límites operacionales de acuerdo con lo establecido en "The Greenhouse Gas Protocol, a Corporate Accounting and Reporting Standard" y en las directrices de la ISO 14064-1:2012.

En 2014, la compañía ha querido profundizar en el cálculo de la huella de carbono con el objetivo de mejorar la gestión en los 3 alcances e incluyendo el detalle de todos los centros de la compañía de forma individualizada. Así pues, los resultados obteni-

dos en 2014 recogen unas emisiones totales de 12.789 toneladas de CO<sub>2</sub>, una cifra significativamente superior a la recogida en 2013 (10.658 t.). Este aumento tiene su origen en el crecimiento del perímetro en el área de aparcamientos. De hecho, si mantenemos el mismo perímetro de gestión que en 2013, Saba ha conseguido reducir sus emisiones totales de CO<sub>2</sub> en un 4,9% respecto al año anterior.

### DISTRIBUCIÓN DE EMISIONES DE CO<sub>2</sub> POR FUENTES DE EMISIÓN



ALCANCE	FUENTE DE EMISIÓN	TOTAL (T. CO <sub>2</sub> EQ.)
Alcance 1	Gasóleo C instalaciones	11,30
	Gasolina flota propia	18,39
	Gasóleo flota propia	325,01
<b>TOTAL ALCANCE 1</b>		<b>354,71</b>
Alcance 2	Energía eléctrica	11.905,13
	<b>TOTAL ALCANCE 2</b>	
Alcance 3	Compra de bienes y servicios	220,34
	Residuos generados	12,22
	Viajes corporativos	297,01
<b>TOTAL ALCANCE 3</b>		<b>529,56</b>
<b>TOTAL</b>		<b>12.789,40</b>





# Principales objetivos 2014 y 2015

## 2014. BALANCE

### Tecnología, innovación y transformación comercial

#### VIAT



### Estaciones ferroviarias y aeropuertos

Grandes cuentas: Adif, Renfe y Aena

#### Implantación nuevas herramientas comerciales

- Franquicias Renfe
  - Mecanización de los procesos
- Canal de reservas: Aena
- Sinergias en canales comerciales
- Acciones conjuntas de fidelización (descuentos)



### Nuevos productos APP

#### Vale regalo y Franquicias Renfe

- Ampliación de productos digitales vinculados al VIA T
- Servicio de recibo electrónico a través de la App
- Mejora de la navegación y la usabilidad
- Proactividad comercial



### Eficiencia 2011-2014

- Eficiencia energética
- Gestión unificada de los aparcamientos
- Simplificación y homogeneización de las herramientas de soporte a nivel global
- Masa crítica: economías de escala en procesos de compra



Nuevo modelo operativo de gestión



## RSC

Aplicación del Código Ético en los diferentes países

Manual de prevención de delitos



## RETOS 2015

Integración de la red Bamsa

Consolidar la implantación del VIA T en España y el despliegue en Chile

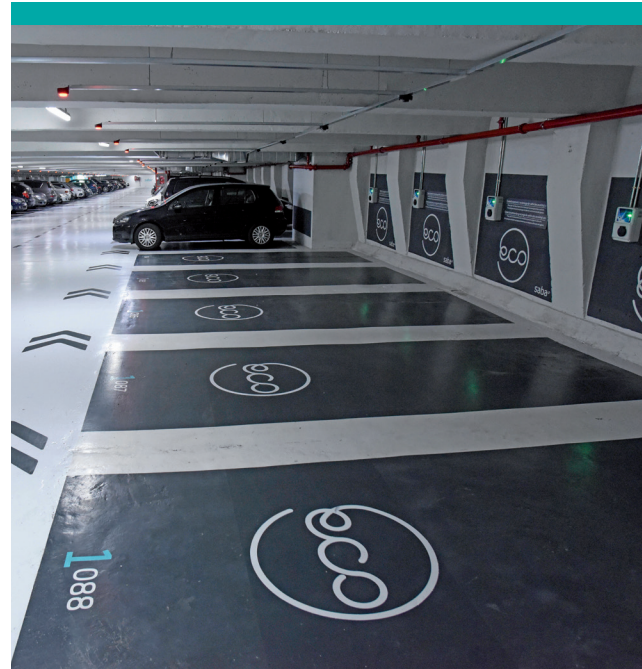
Gestión remota de los aparcamientos en España e Italia

Eficiencia energética: España, Portugal e Italia

Proyectos tecnológicos de gestión corporativa: España, Chile e Italia

Diseño de la plataforma de marketing digital

Redefinición del plan de acción de sostenibilidad



# Balance de 2014 y retos de 2015

Extractos de la entrevista publicada en el Informe Anual 2014 realizada al Presidente de Saba, Salvador Alemany y al Consejero Delegado de Saba, Josep Martínez Vila.

## ¿Es el crecimiento el principal logro del ejercicio 2014?

**Salvador Alemany:** Si un hecho ha caracterizado el año 2014 es el incremento de perímetro experimentado por la compañía, que coincide plenamente con nuestra voluntad explícita, desde el nacimiento de Saba en 2011, de mantener el crecimiento como principal reto estratégico, y además en un entorno macroeconómico adverso. En este sentido, en el Informe Anual del 2013 aseguramos que Saba estaba preparada para identificar procesos de crecimiento y asumirlos, una vez culminada la transformación interna. Ahora, ante nosotros tenemos la evidencia de que nuestra hoja de ruta en cuanto a estrategia era la acertada: la integración de los aparcamientos de Adif y Aena y la adjudicación de Bamsa —los aparcamientos municipales de Barcelona— supone para Saba experimentar un salto cuantitativo y cualitativo de primer nivel. Hemos Incrementado en un 70% nuestros centros operativos, hasta los 350, y en un 40% el número de plazas, hasta las más de 193.000 con las que cuenta en la actualidad la compañía.

Hemos situado nuestra vida concesional media en 25 años, asegurando el futuro de la compañía, y nos adaptamos a nuevos modelos de gestión de negocio, con la innovación y la tecnología como bandera de calidad y servicio al cliente. No podemos pasar por alto en este incremento de perímetro alcanzado en 2014, la desinversión de dos parques logísticos y la refinanciación del

Grupo llevada a cabo por la compañía a finales de 2014. Todos estos elementos nos permiten dotarnos de recursos financieros para afrontar una nueva etapa de crecimiento, así como una mayor eficiencia financiera.

## ¿Cómo valoraría el ejercicio 2014 de Saba?

**Josep Martínez Vila:** Hace un año hablábamos de expectativas potenciales de recuperación de la actividad, aunque desde una visión de cautela. En los últimos 12 meses y sin perder nunca de vista el criterio de prudencia, hemos podido constatar, especialmente en España, signos de recuperación de la actividad económica, facilitada por una mejora del consumo. En 2014 y por primera vez desde 2008, la evolución de la actividad en nuestro negocio de aparcamientos ha sido positiva, con un aumento del 1,6% en términos comparables. Teniendo en cuenta también los nuevos aparcamientos incorporados, el aumento de nuestra actividad ha sido de un 21,1%. Por su parte, la ocupación de los parques logísticos se situó en 2014 en un 85%, manteniendo así su ritmo de crecimiento anual, desde el 78% de 2011. En síntesis, los ingresos de explotación del grupo Saba, considerando las dos actividades de aparcamientos y parques logísticos, se sitúan en los 215 millones de euros, mientras que el Ebitda alcanza los 93 millones de euros, con un margen del 43%, que ha evolucionado de forma creciente en los últimos años, a pesar de un entorno de caída de la actividad, gracias principalmente a la implantación de medidas de eficiencia y a las nuevas operaciones de desarrollo.



### ¿Y qué objetivos se persiguen a partir de ahora?

**Josep Martínez Vila:** No vamos a abandonar las que son nuestras líneas de actuación, que pasan por conseguir alcanzar una mayor dimensión, un portafolio de contratos de calidad y balanceado en cuanto a su maduración y unos niveles de eficiencias óptimos para la consecución del objetivo último de la compañía que es la salida a Bolsa. Y sólo lo conseguiremos si nos mantenemos fieles a nuestros ejes vertebrales de acción: en eficiencia, en innovación y proactividad comercial y, finalmente, en crecimiento. Así, en gestión nos enfrentamos a retos como la consolidación de los aparcamientos de Aena y Adif pero, especialmente, a la integración de Bamsa y al cambio de tecnología, de modelo operativo y de mantenimiento a gran escala que supone; y como objetivos operativos y técnicos, seguir potenciando nuestro Centro de Atención y Control (CAC), en el despliegue de la eficiencia energética y la implantación del VIA T en Portugal e Italia, consolidando el TAG, sistema similar al VIA T, en Chile, donde ya es operativo en la totalidad de aparcamientos de este país.

Ante nosotros se presenta un futuro en el que la innovación, la cartera de productos y servicios, el desarrollo del canal digital y la actividad comercial serán clave para ser referentes y competitivos, diferenciarnos del resto de operadores y atender a los clientes cada vez más exigentes en la búsqueda de la calidad. Y Saba no se quedará atrás. Ya en 2015 hemos impulsado nuevas líneas en este terreno, como la automatización de los descuentos que Renfe aplica a sus clientes en los cajeros automáticos de las estaciones del AVE en una primera fase, y en el VIA T en una segunda fase de implantación gradual, además de la puesta en marcha de nuevas acciones en marketing digital y el desarrollo de la nueva App de Saba, con productos y servicios adicionales. Finalmente, seguiremos potenciando la identificación de oportunidades de crecimiento orgánico e inorgánico, siendo la diversificación geográfica uno de los objetivos principales de la compañía. Todo, para convertirnos en una compañía líder y de referencia en nuestro sector a nivel internacional.

# Anexo

## INDICADORES DE LA GUÍA G4 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Contenidos básicos generales		Página
<b>Estrategia y análisis</b>		
<b>G4-1</b>	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (por ejemplo, director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de la organización para hacer frente a la sostenibilidad.	IA 2014 pág. 4-7
<b>Perfil de la organización</b>		
<b>G4-3</b>	Nombre de la organización.	IA 2014 pág.9
<b>G4-4</b>	Marcas principales, productos y servicios.	IA 2014 pág. 23-39
<b>G4-5</b>	Localización de la sede central de la organización.	Av. Parc Logístic, 22-26 08040 Barcelona +34 93 557 55 00 www.saba.eu
<b>G4-6</b>	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en que la organización tiene operaciones significativas o que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	IA 2014 pág. 12, 45
<b>G4-7</b>	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	IA 2014 pág. 47
<b>G4-8</b>	Mercados en los que sirve (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes y beneficiarios).	IA 2014 pág. 12, 45
<b>G4-9</b>	Escala de la organización.	pág. 3, 5-7
<b>G4-10</b>	Desglose del número de empleados por género, posición, contrato y región.	1416 personas. Por género: 67% hombres y 33% mujeres. Cargos Directivos: 71% hombres y 29% mujeres. Contrato: 88% contrato indefinido. Región: 70% España, 18% Italia, 8% Chile, 3% Portugal y 1% Francia

INDICADORES DE LA GUÍA G4 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Contenidos básicos generales		Página
<b>Perfil de la organización</b>		
<b>G4-11</b>	Porcentaje del total de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	El 100% de los empleados de Saba se encuentra cubierto por convenio colectivo
<b>G4-12</b>	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	pág.10
<b>G4-13</b>	Cualquier cambio significativo durante el período de la memoria en el tamaño de la organización, la estructura, la propiedad, o su cadena de suministro.	pág. 8
<b>G4-14</b>	Informa si el enfoque o principio de precaución está dirigido por la organización y cómo se dirige.	IA 2014 pág. 46
<b>G4-15</b>	Lista de los estatutos, principios o cualquier otra iniciativa de desarrollo económico, ambiental o social que la compañía suscribe o respalda.	pág. 13
<b>G4-16</b>	Lista de pertenencia a asociaciones (tales como asociaciones sectoriales) y las organizaciones nacionales e internacionales de defensa en las que la compañía participa o tiene interés en participar.	España: CEOE, Foment del Treball, Femcat, Cercle d'Economia, Asesga, CCIÉS, LECE. Portugal: ANEPE y ARAN. Italia: AIPARK, Unione Industriale Assonime. Chile: Asociación Chilena de Propietarios, Operadores y Concesionarios de Estacionamientos (Apoce A.G.). Ámbito europeo: EPA

INDICADORES DE LA GUÍA G4 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Contenidos básicos generales		Página
<b>Aspectos materiales y cobertura</b>		
<b>G4-17</b>	Enumera todas las entidades incluidas en los estados financieros consolidados de la organización o documentos equivalentes o reporta que no se cubren en el informe.	Saba Infraestructuras [Saba Aparcamientos [Saba Italia: Parcheggio Largo Bellini Srl, Parcheggio Pisa; Bologna & F. Parking SpA, Modena Parcheggio. Sipa SpA; Metro Perugia Scarl, Semplicità SpA], [Saba Estacionamientos Chile: Saba Park Chile, S.A.; Conc. Est. P. Bulnes. Subterra, Subterra Dos, Plaza de la Ciudadanía], [Saba Iberia&Francia: Saba Portugal Parques de Estac. Liz Estación, Spasa, Satsa, Santa Caterina, Mercedes, Sanef Saba Parking, Saba Car Park, S.L.U; Bamsa. Saba Inmobiliaria de Aparcamientos, S.L., Saba Park 2, S.L.U. Saba Aparcamientos del Levante, S.L.,]; Saba Park, S.L.U; Saba Parques Logísticos: Sevisur, Parc Logistic, Arasur, Saba Parques Logísticos Portugal, CPL; Cilsa, CPL Penedès, CPL Toulouse.
<b>G4-18</b>	Explica el proceso de definición del contenido de la memoria y los límites de aspecto y cómo ha implementado los Principios de Información para la definición del contenido del informe.	pág. 12
<b>G4-19</b>	Lista de todos los aspectos materiales identificados en el proceso de definición del contenido del informe.	pág. 11
<b>G4-20</b>	Para cada aspecto material, reporta el límite de imagen dentro de la organización.	pág. 11
<b>G4-21</b>	Para cada aspecto material, reporte el límite de imagen exterior de la organización	pág. 11

## INDICADORES DE LA GUÍA G4 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Contenidos básicos generales		Página
<b>Aspectos materiales y cobertura</b>		
G4-22	Efecto de cualquier reformulación de información perteneciente a memorias anteriores y los motivos de dichas regularizaciones.	No se han producido reformulaciones en la información presentada en memorias anteriores
G4-23	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance y los límites de aspecto.	pág. 8
<b>Participación de los grupos de interés</b>		
G4-24	Lista de grupos de interés contratados por la organización.	pág. 10
G4-25	Bases para la identificación y selección de grupos de interés con los que se compromete.	pág. 10
G4-26	Enfoque de la organización con los grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés, y una indicación de si algún acuerdo se desarrolló específicamente como parte del proceso de preparación del informe.	pág. 10, 16-18
G4-27	Temas y preocupaciones claves que han surgido a través de los grupos de interés y cómo ha respondido la organización a los temas y preocupaciones claves, incluidos mediante su reporte. Reporta los grupos de interés que produjeron los temas y preocupaciones claves.	Los aspectos surgidos de los grupos de interés han sido comentados a lo largo del presente Informe de RSC 2014
<b>Perfil de la memoria</b>		
G4-28	Período de presentación de informes (como el año fiscal o calendario) para la información proporcionada.	El Informe de RSC de Saba corresponde al ejercicio 2014
G4-29	Fecha del informe previo más reciente.	Ejercicio 2013
G4-30	Ciclo de reporte (como anual, bianual).	Anual
G4-31	Contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Departamento de Comunicación y RRLL rsc@saba.eu

## INDICADORES DE LA GUÍA G4 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Contenidos básicos generales		Página
<b>Perfil de la memoria</b>		
<b>G4-32</b>	Índice de contenidos GRI para la opción elegida, así como la opción “de acuerdo” que la organización haya escogido y el informe de verificación externa, si existe.	Ver tabla Anexo: Indicadores de la guía G4 del Global Reporting Initiative con la opción In Accordance - Core
<b>G4-33</b>	Política de la organización y la práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria, así como el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente, la relación entre la organización y los proveedores de garantía y la implicación de los órganos directivos en la solicitud de verificación del informe de sostenibilidad de la organización.	El Informe de RSC de Saba no ha sido verificado externamente por un tercero independiente
<b>Gobierno</b>		
<b>G4-34</b>	Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno e identifica los comités responsables de la toma de decisiones sobre los impactos económicos, ambientales y sociales.	IA 2014 pág. 14-15
<b>Ética e integridad</b>		
<b>G4-56</b>	Valores de la organización, los principios, reglas y normas de comportamiento, tales como códigos de conducta y códigos de ética.	IA 2014 pág. 13



INDICADORES DE LA GUÍA G4 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Contenidos básicos específicos

Página

Categoría: Medio Ambiente

Aspecto: Materiales

**G4-EN1** Materiales utilizados, por peso o volumen.

Debido al incremento de perímetro, los consumos de materiales se han visto incrementados en 2014: consumo de papel 26,6 Tn [+70% respecto 2013]; consumo de tóner de impresora 3.818 unidades [+53% respecto 2013]

**G4-EN2** Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.

Actualmente el 2,2% del papel consumido en las oficinas corporativas es papel reciclado

Aspecto: Energía

**G4-EN3** Consumo energético interno.

pág. 21

**G4-EN5** Intensidad energética.

pág. 21

**G4-EN6** Reducción del consumo energético.

pág. 21

**G4-EN7** Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.

pág. 21

Aspecto: Agua

**G4-EN8** Captación total de agua según la fuente.

pág. 21

**G4-EN9** Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.

El 100% del agua consumida por Saba proviene de la red pública de suministro

**G4-EN10** Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.

No disponible. Los sistemas actuales no permiten evaluar la cantidad de agua reutilizada o reciclada en la organización

## INDICADORES DE LA GUÍA G4 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

## Contenidos básicos específicos

## Página

## Categoría: Medio Ambiente

## Aspecto: Emisiones

<b>G4-EN15</b>	Emisiones totales directas de gases de efecto invernadero (alcance 1).	pág. 22
<b>G4-EN16</b>	Emisiones totales indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 2).	pág. 22
<b>G4-EN17</b>	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3).	pág. 22
<b>G4-EN18</b>	Intensidad de emisiones de efecto invernadero.	2014: 59,5 Tn CO <sub>2</sub> eq / millón de euros de cifra de negocio  2013: 56,1 Tn CO <sub>2</sub> eq / millón de euros de cifra de negocio

## Aspecto: Productos y servicios

<b>G4-EN27</b>	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	pág. 20-22
----------------	--	------------

INDICADORES DE LA GUÍA G4 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Prácticas laborales y trabajo digno

Categoría: Desempeño social		Página
Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo		
<b>G4-LA5</b>	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	El 100% de los empleados de Saba se encuentra representado en comités de seguridad y salud
<b>G4-LA6</b>	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	Datos consolidados a nivel de Grupo incluyendo el incremento de perímetro: -índice de accidentabilidad 21,23 (+10% 2013) -índice de frecuencia 15,87 (+34% 2013) -índice de gravedad 1,61 (+19% 2013) No se ha producido ningún accidente mortal en las instalaciones del grupo Saba
<b>G4-LA7</b>	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad.	No se han identificado incidencias o riesgos elevados de enfermedad en los trabajadores de Saba
<b>G4-LA8</b>	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Los convenios colectivos firmados con los sindicatos recogen de manera exhaustiva las políticas de salud y prevención de riesgos laborales de Saba. Asimismo, se han formalizado con los sindicatos acuerdos puntuales y concretos con diferente temáticas: plan de igualdad, medidas contra el acoso, código ético, etc.

## INDICADORES DE LA GUÍA G4 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

### Responsabilidad sobre productos

Categoría: Desempeño social

Página

#### Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios

<b>G4-PR4</b>	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Durante el ejercicio 2014 no se han producido incumplimientos en materia de información y etiquetado de los productos y servicios
---------------	--	---

<b>G4-PR5</b>	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	pág. 16
---------------	--	---------

#### Aspecto: Comunicaciones de Mercadotecnia

<b>G4-PR7</b>	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Durante el ejercicio 2014 no se han producido incumplimientos en materia de comunicaciones de marketing
---------------	--	---

saba<sup>o</sup>

[www.saba.eu](http://www.saba.eu)

ñ