



Congreso **Nacional del Medio Ambiente**
CUMBRE DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

Catherine Milhau

Directora del Departamento de
Coordinación y Desarrollo

FCC Construcción



CONAMA 8

GT21- Memorias de Sostenibilidad

“Preguntar para comunicar”

(Madrid-27-noviembre-2006)

Catherine Milhau
Directora del Dpto. de Coordinación y Desarrollo

1.- PERFIL



: Actividad Servicios del Grupo FCC

CIFRAS CLAVES 2005

- **1.196,4** millones de € de C.N.
- **29.410** empleados
- **25,1** millones de españoles atendidos
- **3.420** municipios atendidos
- **6.582.600** toneladas de RSU recogidas
- **8.784.602** toneladas de RSU tratadas
- **4 millones** de € de inversión en I+D+i en 5 años
- **10%** de la flota de vehículos industriales propulsados con energías alternativas
- **3,7 millones** de € destinados a iniciativas sostenibles

Enfoque de la sostenibilidad desde la perspectiva de una empresa gestora de servicios



2.- PUNTO DE PARTIDA. IDENTIFICAR LAS EXPECTATIVAS DE NUESTRAS PARTES INTERESADAS

Población Entrevistada



ENTREVISTAS PERSONALES

- Clientes Públicos:	68
Zona I:	40
Zona II:	20
Zona III:	8
- Asociaciones:	10
- Administraciones de Tutela:	7

<u>AULAS DE EMPLEADOS:</u>	400
Zona I:	153
Zona II:	169
Zona III:	60
Servicios Centrales:	18

ENTREVISTAS TELEFÓNICAS

- Proveedores:	20
- Clientes Privados:	30
Zona I:	10
Zona II:	15
Zona III:	5
- Subcontratistas:	15

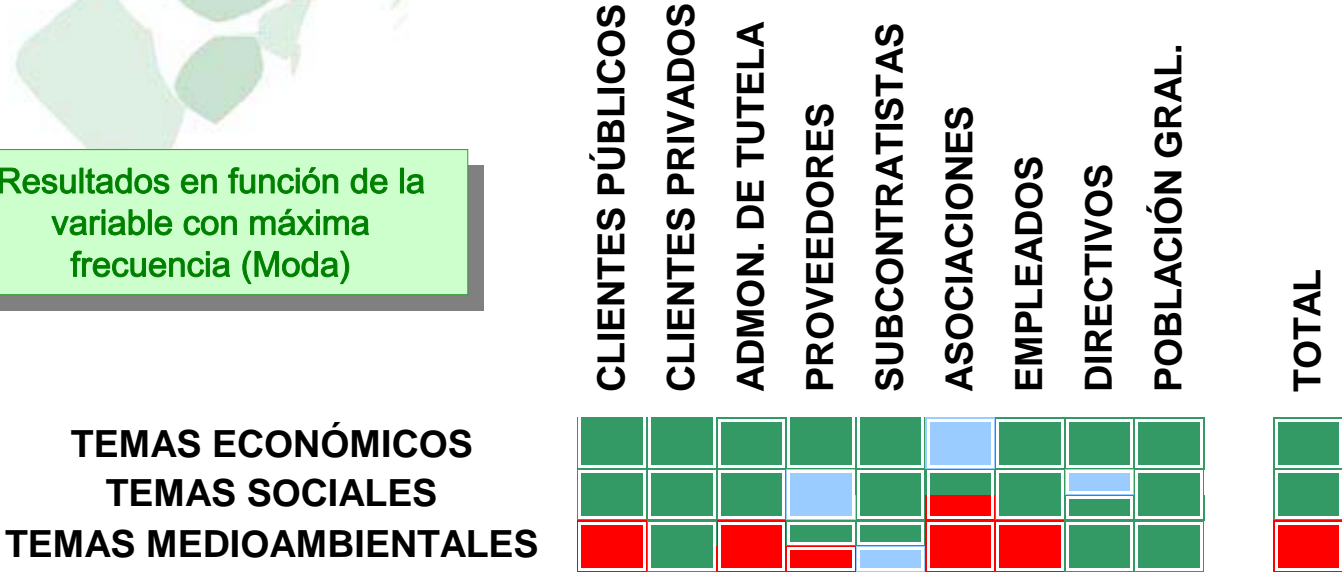
<u>POBLACIÓN GENERAL:</u>	1000
---------------------------	------

2.- PUNTO DE PARTIDA. IDENTIFICAR LAS EXPECTATIVAS DE NUESTRAS PARTES INTERESADAS

PERCEPCIÓN DE NUESTRAS PARTES INTERESADAS
APARTADOS DE INTERÉS DE UNA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD.
(Resultados encuestas Quota 2004)



Resultados en función de la variable con máxima frecuencia (Moda)



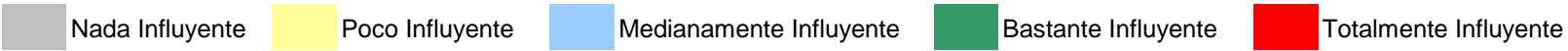
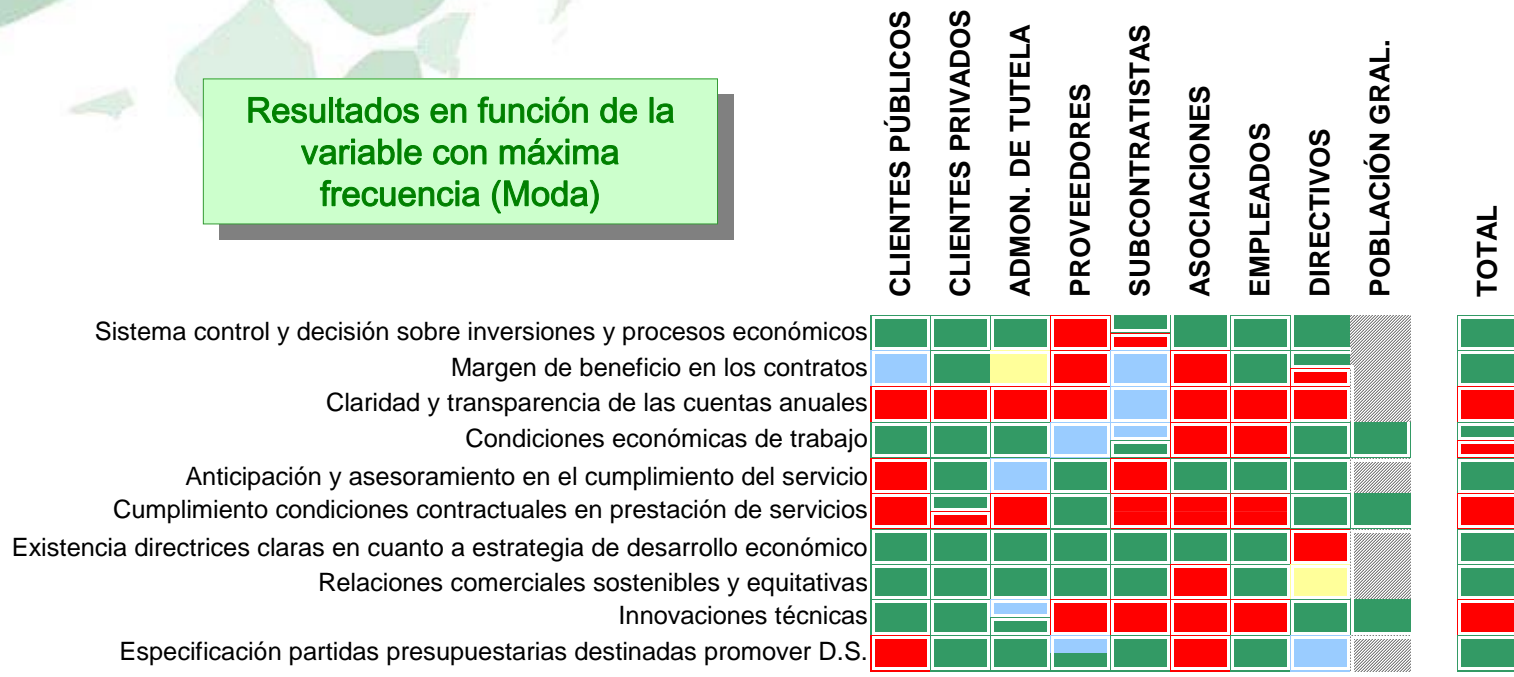
Nada Influyente Poco Influyente Medianamente Influyente Bastante Influyente Totalmente Influyente

2.- PUNTO DE PARTIDA. IDENTIFICAR LAS EXPECTATIVAS DE NUESTRAS PARTES INTERESADAS

PERCEPCIÓN DE NUESTRAS PARTES INTERESADAS
APARTADOS DE INTERÉS DE UNA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD.
Temas Económicos



Resultados en función de la variable con máxima frecuencia (Moda)

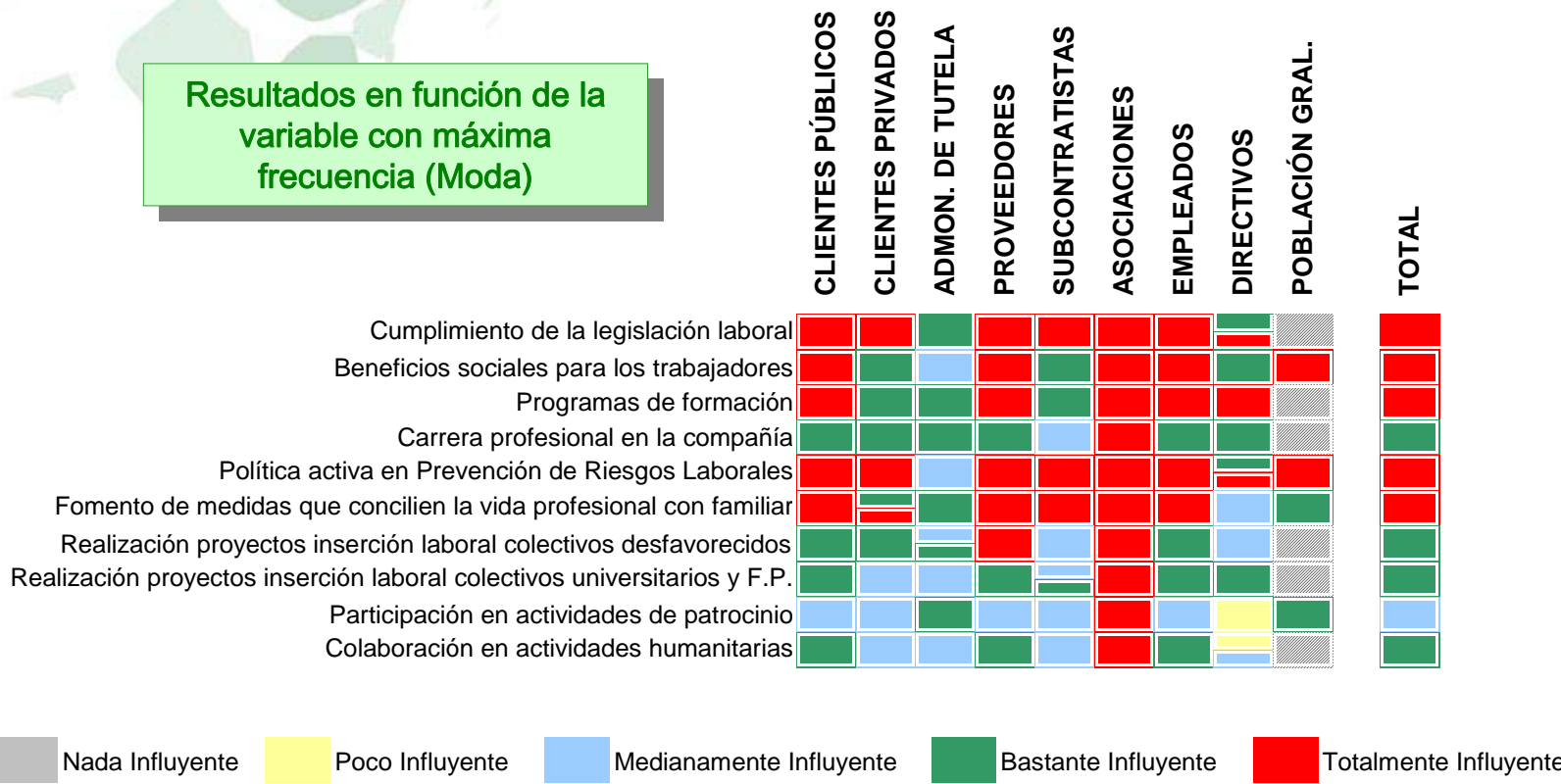




2.- PUNTO DE PARTIDA. IDENTIFICAR LAS EXPECTATIVAS DE NUESTRAS PARTES INTERESADAS

PERCEPCIÓN DE NUESTRAS PARTES INTERESADAS.
APARTADOS DE INTERÉS DE UNA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD.
Temas Sociales

Resultados en función de la variable con máxima frecuencia (Moda)

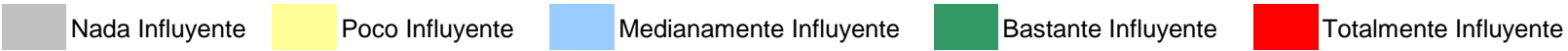
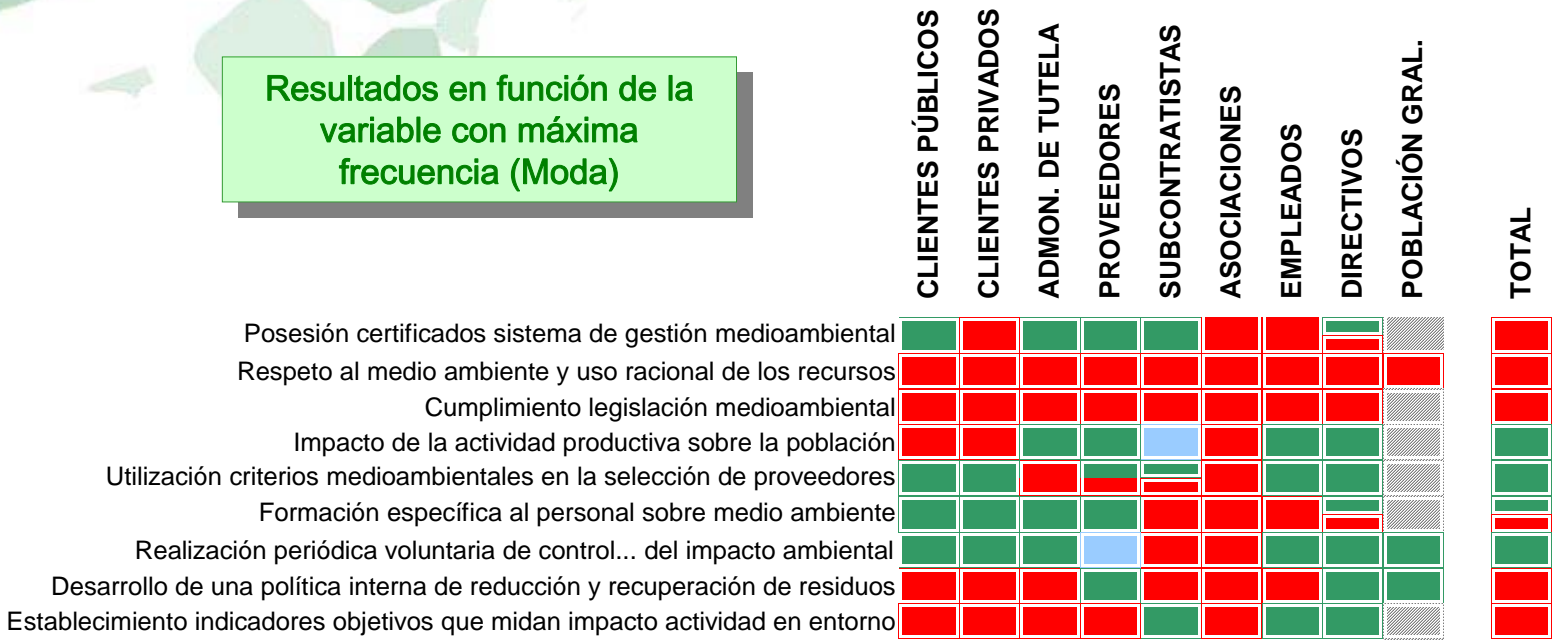


2.- PUNTO DE PARTIDA. IDENTIFICAR LAS EXPECTATIVAS DE NUESTRAS PARTES INTERESADAS



PERCEPCIÓN DE NUESTRAS PARTES INTERESADAS.
APARTADOS DE INTERÉS DE UNA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD.
Temas Medioambientales

Resultados en función de la variable con máxima frecuencia (Moda)



3.- PLANTEAMIENTO ADOPTADO



Próxima cita con los
grupos de interés:
**Encuesta de
evaluación de las
Memorias anteriores.
Mensajes comunicados**

Edición de un Informe de
Progreso en Sostenibilidad
(ejercicio 2004)
**“Estado de situación”
(GRI2)**

2005

Edición de una Memoria de
Sostenibilidad (ejercicio 2005)
**“Planteamiento de un Plan de
Progreso con compromisos de
futuro (2006-2007)”
(GRI2)**

2006

Edición de una Memoria sobre
un histórico de 3 años
(2005-2006-2007)
“Memoria in accordance” (GRI3)

...2008

4.- ACCIONES DE COMUNICACIÓN LLEVADAS A CABO EN PARALELO

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN

Creación de una imagen “sello reconocido”, la sostenibilidad como una estrategia integradora

SOPORTE

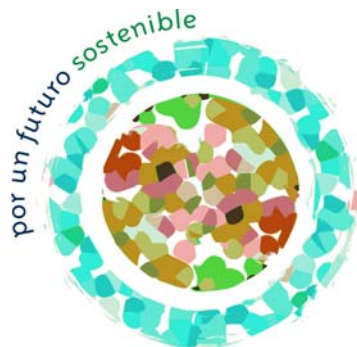
MÚLTIPLES

GRUPO DE INTERÉS

Toda la organización

“por un futuro sostenible”, una voluntad integradora

- **sello de identidad de nuestra política de sostenibilidad**
 - ámbito de aplicación: área de Medio Ambiente del Grupo FCC
- **transmite nuestros valores:** vocación de liderazgo, eficacia, respeto al medio ambiente, responsabilidad social, innovación y desarrollo, transparencia, anticipación y profesionalidad
- **integra nuestra política y actuaciones sostenibles dentro de una estrategia común y en perfecta convivencia con FCC**
 - destaca una identidad visual.



4.- ACCIONES DE COMUNICACIÓN LLEVADAS A CABO EN PARALELO

Difundir y compartir un nuevo mensaje, una nueva identidad visual

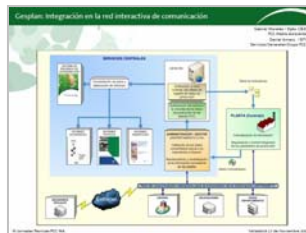
• Documentos Externos



• Documentos Internos



• Presentaciones Power Point



• Identificación de Iniciativas Sostenibles



4.- ACCIONES DE COMUNICACIÓN LLEVADAS A CABO EN PARALELO

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN

Portal de conocimiento FCC Innova
Compromiso empresarial de difusión
de la información (modo interactivo)

SOPORTE

INTRANET CORPORATIVA

GRUPO DE INTERÉS

151 empleados

Directivos
Personal Técnico
Mandos



4.- ACCIONES DE COMUNICACIÓN LLEVADAS A CABO EN PARALELO

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN

Implantación de la Iniciativa oficina ecológica:

- Central desde 2003
- En las Delegaciones 2006 en adelante

SOPORTE

PAPEL e
INTRANET CORPORATIVA

GRUPO DE INTERÉS

700 empleados

Medio Ambiente

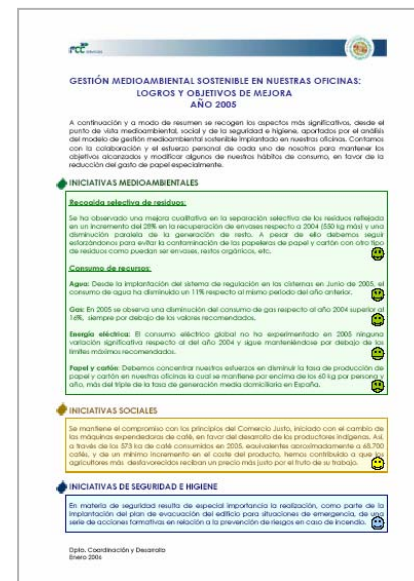
• INICIATIVA OFICINA ECOLÓGICA



- Libro registro
de información y Código de
Buenas prácticas

- Carteles exposición

- Ficha Síntesis Anual



4.- ACCIONES DE COMUNICACIÓN LLEVADAS A CABO EN PARALELO

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN

Concursos Públicos: Presentación de un Plan de compromisos para una gestión sostenible de los servicios prestados
Nuestro respaldo a la Agenda 21 local

SOPORTE

PAPEL e
INTRANET CORPORATIVA

GRUPOS DE INTERÉS

(años 2005-2006)

13 Clientes públicos

3.312.264 habitantes

•Concurso Oviedo

•Concurso Vitoria

•Concurso Segovia

•Concurso San Sebastián

•Concurso Madrid

