

PLAN DIRECTOR DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

GRUPO FCC
2007-2008

Aprobado por el Comité de Responsabilidad Corporativa de FCC en reunión de 14 de diciembre de 2006.

ÍNDICE

1. Objetivos de este Plan Director	3
2. Visión y valores de la Responsabilidad Corporativa de FCC	3
La Visión en RC del Grupo FCC	3
Los Valores socialmente responsables de FCC	4
3. Estructura de la gestión socialmente responsable.....	5
Equipos de gestión	5
4. Líneas y objetivos 2007-2008 en Responsabilidad Corporativa de FCC.....	8
5. Planes de Acción.....	10
6. Planes Corporativos 2006-2008	11
I. Integridad.....	11
II. Talento.....	12
III. Notoriedad	12
IV. Diálogo y cooperación	13
V. Programa corporativo de formación	14
VI. Gestión de la reputación	15
VII. Centro verde “Federico Salmón”	15
VIII. Plan de difusión de la política en RC del Grupo FCC.....	16
7. Planes de Área 2007-2008	16
I. Mejora de la seguridad.....	16
II. Lucha contra el Cambio Climático	17
III. Eco-eficiencia	18
IV. Centro verde	19
V. Diálogo y cooperación	20
8. Hoja de ruta para la Organización.....	21

1. Objetivos de este Plan Director

El Consejo de Administración del Grupo FCC ha establecido como prioridad el desarrollo de una cultura común basada en su responsabilidad social como empresa centenaria y en su vocación de prestación de servicios a la Comunidad.

Este Plan tiene por objeto:

- Ofrecer un MARCO COMÚN DE TRABAJO en el ámbito de la Responsabilidad Corporativa (en adelante, RC) para las empresas del Grupo.
- Impulsar aquellas LÍNEAS DE TRABAJO EN RC que apoyan los objetivos estratégicos del Grupo.
- Establecer un PROGRAMA DE TRABAJO para el periodo 2007-2008.

2. Visión y valores de la Responsabilidad Corporativa de FCC

La Visión en RC del Grupo FCC

FCC desea ser una empresa reconocida y admirada por las sociedades a las que sirve, por su compromiso de impulso real a su desarrollo sostenible en las actividades, bienes o servicios que realiza. Poseedora de una cultura y de unos valores sólidos, FCC desea desarrollar relaciones duraderas, transparentes y de beneficio mutuo con aquellos grupos con los que se relaciona.

Los Valores socialmente responsables de FCC

Para el desarrollo de esta visión de la RC, la Compañía desarrolla una cultura basada en los siguientes valores:

- **Diálogo**

Las empresas del Grupo FCC son depositarias de una cultura y de unos valores empresariales sólidos basados en el diálogo y en el mantenimiento de relaciones duraderas, transparentes, y de beneficio mutuo.

- **Compromiso**

Las áreas de negocio y las empresas del Grupo deben conocer las expectativas de aquellos grupos de interés con los que se relacionan, a la vez que establecen mecanismos de información para la toma de decisiones. Este proceso debe permitir el desarrollo de compromisos concretos de acción que hagan posible la visión en RC de la Compañía.

- **Innovación**

Los equipos de FCC buscan de forma constante aquellas soluciones que aporten más valor a la Compañía, a la sociedad a la que sirven y a las generaciones futuras.

- **Integridad**

Las personas de FCC actúan de forma responsable e íntegra, al liderar desde el ejemplo con su actuación diaria, y al analizar las consecuencias de sus acciones, sobre el presente y el futuro, de la Compañía y de la Comunidad.

- **Vocación de servicio**

Aquellos que trabajan en FCC se distinguen por su vocación de servir a los objetivos de la Compañía y a los de la Comunidad en la que desarrollan sus actividades.

3. Estructura de la gestión socialmente responsable

Equipos de gestión

- **Dirección de Responsabilidad Corporativa del Grupo FCC**

Esta Dirección tiene a su cargo las siguientes funciones:

- Preparar con carácter bienal el Plan Director en RC de FCC .
- Coordinar el Comité Corporativo de RC de FCC.
- Apoyar al Comité Corporativo de Responsabilidad Corporativa en la realización de sus responsabilidades.
- Representar a FCC en foros, grupos de discusión, grupos de trabajo u otros organismos en el ámbito de la Responsabilidad Corporativa.
- Buen Gobierno: elaboración del Informe Anual de Gobierno Corporativo, otros informes, asesoramiento, presencia en foros, recogida y registro de datos sobre consejeros y personas iniciadas en información privilegiada, y apoyo a la Secretaría General en la observancia del Reglamento interno de conducta, etc.
- Mantenimiento en la web FCC del link “Responsabilidad Corporativa”.
- Coordinación y elaboración del Informe Anual de responsabilidad social corporativa de FCC, e informes para los índices internacionales de sostenibilidad.
- Marcar las líneas estratégicas comunes a los comités de todas las divisiones.
- Diseño e implementación de los Planes Corporativos en RC

- **Comité de Responsabilidad Corporativa de FCC**

Las funciones principales del Comité son las siguientes:

- Aprobar el Plan Director de RC, así como evaluar su progreso.
- Realizar un seguimiento de los planes de acción de las diferentes áreas de actividad y de los indicadores clave.
- Identificar y evaluar los riesgos reputacionales.
- Evaluar el cumplimiento de los compromisos socialmente responsables adquiridos en

el Grupo

- Promover acciones de diálogo y cooperación con grupos de interés comunes.
- Impulsar la imagen de FCC como empresa socialmente responsable.
- Coordinar la recogida de información para la realización de informes corporativos.
- Intercambiar experiencias que sirvan de aprendizaje para el grupo

De este Comité, que depende de la Secretaría General de FCC, forman parte los especialistas de la coordinación de acciones en responsabilidad corporativa de:

- FCC Servicios
 - . Medio Ambiente
 - . Ámbito
 - . Aqualia
 - . Versia
- FCC Construcción
- Cementos Portland Valderrivas
- Realia

También forman parte de aquél los departamentos de Auditoría Interna, Recursos Humanos, Comunicación, Imagen Corporativa, Asesoría Jurídica y Relaciones con Accionistas e Inversores.

▪ **Comités de Área en RC**

El despliegue del Plan Director se realiza a través de las divisiones de negocio del Grupo estableciéndose siete comités sectoriales:

- Medio Ambiente
- Ámbito
- Aqualia
- Versia
- FCC Construcción
- Cementos Portland Valderrivas
- Realia

Los Comités de Área en RC tienen las siguientes funciones:

- Elaborar, desarrollar y ejecutar planes de área que den respuesta a las líneas estratégicas establecidas por el Grupo.
- Realizar el seguimiento de los planes de área y de sus indicadores clave.
- Identificar a los grupos de interés clave de cada Área y designar entre sus miembros, un responsable para el diálogo y la cooperación con cada grupo, que informará al Comité de Área de RC sobre las acciones realizadas.
- Evaluar y comunicar al Comité Corporativo de RC los riesgos emergentes que puedan detectar.
- Analizar las crisis reputacionales que pueda sufrir el negocio y proponer medidas preventivas.
- Evaluar el cumplimiento de los compromisos adquiridos.
- Impulsar desde su área la imagen de FCC como empresa socialmente responsable.
- Coordinar la recogida de información para la realización de informes corporativos.
- Realizar un informe o memoria sobre las actividades en RC llevadas a cabo, con periodicidad preferentemente anual.

De forma genérica, los Comités de área en RC estarán compuestos por un mínimo de 4 miembros, presididos por el Presidente/Consejero Delegado/Director General del negocio o un delegado que actúe en su nombre.

Si bien es recomendable que en el Comité se vean representadas las áreas relacionadas a continuación, cada negocio establecerá su Comité de RC de la forma que estime más conveniente atendiendo a sus características específicas:

- Comunicación
- Medio Ambiente
- Recursos Humanos
- Salud y Seguridad
- Compras
- Producción
- A valorar la pertenencia de un representante de Finanzas

4. Líneas y objetivos 2007-2008 en Responsabilidad Corporativa de FCC

Desde el Grupo se han identificado un total de seis líneas estratégicas:

- Buen Gobierno
- Atracción y retención del talento
- Salud y seguridad en el trabajo
- Lucha contra el cambio climático
- Eco-eficiencia
- Diálogo y cooperación con la Comunidad

Para cada una de ellas se define y establece un objetivo estratégico para el periodo 2007-2008.

Buen gobierno

Cumplimos nuestros compromisos y actuamos en una manera justa, honesta y transparente.

Objetivo estratégico: Ser una empresa reconocida como ejemplo en la integridad y en la transparencia en las relaciones que mantenemos con nuestros grupos de interés.

Atracción y retención de talento

Promovemos la diversidad cultural y la igualdad de oportunidades, garantizamos el desarrollo profesional de nuestros empleados y pagamos una retribución justa.

Objetivo estratégico: Ser una organización elegida por empleados presentes y futuros. Establecer líneas de colaboración con universidades españolas.

Salud y seguridad en el trabajo

Mantenemos una actitud proactiva para identificar y responder a riesgos de salud y seguridad para nuestros empleados, contratistas y el entorno.

Objetivo estratégico: Ser empresa modelo en la salud y seguridad para nuestros empleados, contratistas y en el entorno en el que desarrollamos nuestras actividades.

Lucha contra el cambio climático

Sabemos que es uno de los retos más importantes para la sociedad de nuestro tiempo, donde FCC asume su responsabilidad, implementando políticas y procedimientos para disminuir las emisiones a través de la innovación y buscando posibilidades de emplear energías renovables.

Objetivo estratégico: Asumir, cumplir y comunicar nuestro papel en la lucha contra el cambio climático.

Eco-eficiencia

FCC busca permanentemente las mejores posibilidades para ahorrar en el uso y la aplicación de aquellas materias primas de menor impacto en el medio ambiente.

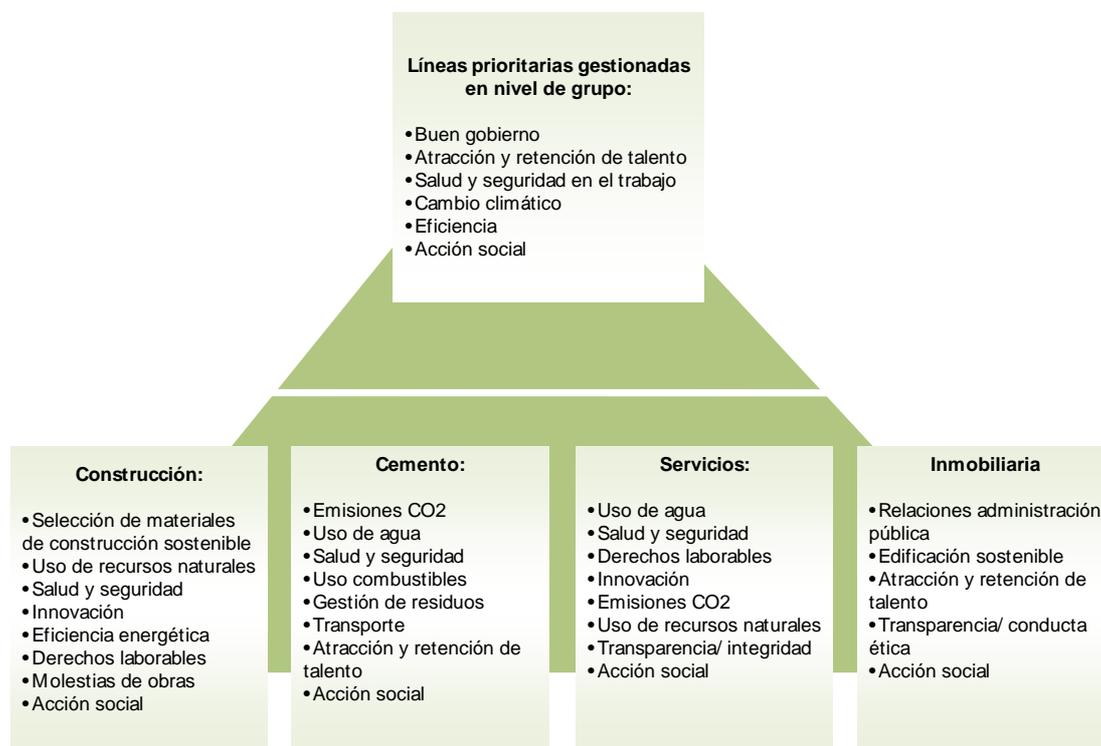
Objetivo estratégico: Desarrollar programas que sitúan al Grupo como pioneros en la innovación de procesos y servicios eco-eficientes.

Diálogo y cooperación

FCC está comprometido con el desarrollo de las comunidades en que opera, contribuyendo a proyectos e iniciativas locales e internacionales.

Objetivo estratégico: Desarrollar programas de acción socialmente responsable a largo plazo con grupos de interés no contractuales, claves en áreas estratégicas del Grupo.

A continuación se muestra una pirámide en la que se integran las líneas prioritarias gestionadas por el Grupo, así como las correspondientes a las cuatro divisiones de FCC. El resultado es consecuencia de un primer test de materialidad sobre los retos socialmente responsables a los que se enfrenta FCC y sus empresas.



5. Planes de Acción

Se definen dos tipos de acciones para alcanzar los objetivos propuestos:

Planes corporativos (como Grupo): Estos planes se proponen al Comité de RC y al Comité de Dirección, y son ejecutados desde el Departamento de RC del Grupo FCC.

Planes por áreas: Estos planes se proponen al Comité de RC y al Comité de Dirección del Grupo, y son implementados de forma coordinada, pero independiente, en las diferentes áreas de negocio, con el fin de obtener un objetivo común.

El presente Plan consta de:

8 PLANES CORPORATIVOS

- Integridad
- Talento
- Notoriedad
- Diálogo y cooperación
- Formación en RSC
- Gestión de crisis
- Centro verde "Federico Salmón"
- Plan de difusión de la política en RC

5 PLANES POR ÁREAS

- Mejora de la seguridad
- Lucha contra el cambio climático
- Eco-eficiencia
- Centro verde
- Diálogo y cooperación

6. Planes Corporativos 2006-2008

Los planes corporativos se proponen al Comité de RC y al Comité de Dirección del Grupo y son implementados de forma coordinada en las diferentes áreas de negocio del Grupo con el fin de obtener un objetivo común.

I. Integridad

Objetivo: Disponer de un marco común de actuación en materia de comportamiento ético, para todas las áreas del Grupo FCC, que favorezca el fortalecimiento de la cultura empresarial del Grupo y refuerce el compromiso de los empleados.

Metas

- Desarrollar e implementar un código ético de conducta de aplicación a todas las áreas de negocio del grupo, a sus empleados, a sus socios en negocio y a sus clientes.
- Establecer un sistema de seguimiento del cumplimiento de un futuro Código ético de FCC, lo que implicaría procedimientos para la recepción de consultas y denuncias de forma confidencial.
- Involucrar a los proveedores en el cumplimiento de las normas.

Ejemplos de acciones que impulsarían la puntuación del DJSI

- Diseño y despliegue de un código de conducta y de valores de empresa para el Grupo.
- Puesta en marcha de un mecanismo de formación en la plantilla existente y en las nuevas incorporaciones.
- Puesta en marcha de mecanismo de vigilancia y cumplimiento del código.
- Inclusión de los proveedores en la obligatoriedad de cumplir determinados comportamientos.

II. Talento

Objetivo: *Coordinar a nivel de Grupo la gestión de indicadores clave socialmente responsables en el ámbito de los recursos humanos.*

Metas:

- Promover la diversidad cultural y la igualdad de oportunidades.
- Promover el desarrollo profesional de los empleados de FCC.
- Fomentar el voluntariado social a través de planes de colaboración de FCC con entidades del tercer sector.
- Establecer líneas de colaboración con universidades españolas para el fomento de una buena imagen de la Organización entre potenciales futuros empleados.

III. Notoriedad

Objetivo: *Lograr el reconocimiento de FCC como empresa líder socialmente responsable por nuestros grupos de interés.*

Metas:

- **Participación en foros**

Participación activa del Grupo y sus áreas de negocio en los principales foros de responsabilidad corporativa de España.

Acciones

- Selección de los principales foros.
- Designación de portavoces.
- Participación activa.
- Adhesión como Grupo a los principios del Global Compact (ONU).
- Unificación de la participación como Grupo en estos foros.

▪ **Coordinación de iniciativas de reporting**

Desarrollo de un informe anual de RSC de primer nivel siguiendo los principales estándares internacionales, e impulso de la realización de memorias o informes en las divisiones de negocio.

Acciones

- Mejora del sistema de información y reporting.
- Formación a responsables de la información.
- Diseño, elaboración y publicación de memorias RC.

▪ **Presencia entre los líderes**

Desarrollo de una política de relaciones y programas de acción que permitan a FCC obtener reconocimientos externos en las principales iniciativas de RC.

IV. Diálogo y cooperación

Objetivo: Fortalecer nuestra reputación entre los grupos de interés mediante una comunicación eficaz sobre nuestros esfuerzos y logros en RC.

Metas:

- Establecer un mapa de los grupos de interés de FCC y definir sus principales representantes.
- Establecer, en colaboración con la Dirección de Comunicación, un **Plan de comunicación** en el que se tendrán en cuenta los principales medios de comunicación (Internet, intranet, Memoria de RC, boletines, etc.), y se establecerá la información a compartir.
- Establecer una plataforma de diálogo con los principales representantes de los grupos de interés, para compartir información relevante con ellos y conocer de primera mano las sus expectativas y necesidades de información.

▪Desarrollar e implementar, con la aprobación del Comité de Patrocinio de FCC o quien en el futuro le pueda sustituir, un **Plan de acción social** a nivel de Grupo cuyos objetivos e inversiones estén en línea con el presente Plan Director.

▪Desarrollar e implementar, con la colaboración de la Dirección de Recursos Humanos, un **Plan de voluntariado** social entre los trabajadores de FCC.

Indicadores:

- Inversión “en efectivo” en acción social.
- Otras aportaciones: horas de empleados, donación de materiales etc.

Ejemplos de acciones que impulsarían la puntuación del DJSI

- Alinear las iniciativas individuales existentes dentro del Grupo en una estrategia corporativa para todo el Grupo.
- Alinear la acción social con el plan estratégico general del Grupo.
- Establecer un sistema para medir las contribuciones realizadas por el Grupo.
- Desarrollar un sistema para medir las ventajas que para el Grupo presenta su colaboración con la Comunidad.

V. Programa corporativo de formación

Objetivo: *Garantizar la correcta implementación del Plan Director y de los diferentes planes de acción mediante el desarrollo de planes de formación que aseguren la continuidad en el camino emprendido y la mejora del compromiso dentro del Grupo.*

Metas:

▪Establecer un proceso de implementación del Plan Director de Responsabilidad Corporativa dentro del Grupo. Este proceso va dirigido a las personas en puestos estratégicos de todas las áreas de negocio, para promover la difusión correcta del Plan Director.

▪Establecer un **Plan de formación técnica en RSC**, para los portavoces de cada una de las áreas.

▪Establecer un **Plan de difusión de Buenas Prácticas**, que incluya el desarrollo de procesos y sistemas para compartir experiencias y buenas prácticas dentro del grupo.

VI. Gestión de la reputación

Objetivo: *Conseguir un refuerzo reputacional del Grupo mediante el establecimiento de sistemas de evaluación, análisis y acción, acordes con la posición en RC que se desee mantener.*

Metas:

- Realización de un mapa de riesgos reputacionales.
- Diseño de un sistema de gestión y evaluación de riesgos reputacionales.
- Diseño de canales de información, comunicación interna y externa y mando en hechos críticos.
- Elaboración de un manual de crisis reputacionales.

VII. Centro verde “Federico Salmón”

Objetivo: *Minimizar el impacto de los aspectos ambientales asociados al centro corporativo “Federico Salmón”.*

Metas:

- Utilizar racionalmente recursos tan valiosos como el agua y la energía.
- Reducir el consumo de papel.
- Establecer sistemas de separación y reciclaje de los materiales.

Indicadores

- Consumo de agua en metros cúbicos.
- Consumo total de energía en Giga Julios (en adelante GJ).
- Consumo de papel en toneladas.

VIII. Plan de difusión de la política en RC del Grupo FCC.

Objetivo: *Dar a conocer al conjunto de los empleados del Grupo, así como a sus principales empresas subcontratadas, las líneas de actuación definidas en RC, con objeto de que hagan suyos estos principios y se conciencien en la importancia de su papel en la consecución de los objetivos socialmente responsables de FCC.*

Metas:

- Presentación del Plan Director.
- Comunicaciones diversas sobre los planes de acción o la consecución de las metas definidas, a través de la página web, correos electrónicos, tablón de anuncios, etc.

7. Planes de Área 2007-2008

Los planes de RC de las áreas se proponen al Comité de RC y al Comité de Dirección y son ejecutados por las unidades corporativas del Grupo FCC.

I. Mejora de la seguridad

Objetivo: *ofrecer a nuestros empleados, contratistas, clientes y demás grupos de interés, un entorno laboral saludable y seguro.*

Metas

- Alineamiento de los planes de acción con respecto a la salud y seguridad, implementados en varias divisiones del grupo.
- Desarrollo de un sistema y procedimientos para la gestión de accidentes e incidentes, y de enfermedades relacionadas con el trabajo.

Indicadores

- Número de accidentes laborales (para calcular el índice de frecuencia)
- Número de días de baja por causa de estos accidentes (para calcular el índice de gravedad)
- Número de enfermedades laborales

Ejemplos de acciones que impulsarían la puntuación del Dow Jones Sustainability Index (en adelante, DJSI)

- Elaborar un mapa de riesgo a nivel corporativo, identificando aquellos puestos dentro del Grupo que mayor riesgo conllevan con respecto a la salud y a la seguridad. Programas de refuerzo de la salud y seguridad prioritarios para los puestos de trabajo de mayor exposición.
- Realizar un seguimiento mensual del número de accidentes por división que se reporte al Consejo de Administración.
- Identificar los grupos de interés diferentes a empleados y subcontratistas con mayor exposición a riesgos de salud y seguridad que provienen de las actividades del grupo.
- Diseñar un programa de formación en salud y seguridad en el trabajo, alineando los programas e iniciativas ya presentes en las distintas partes del Grupo.
- Desarrollar un plan que vincule la remuneración variable al índice de accidentes propios y de contratistas a lo largo de toda la organización.

II. Lucha contra el Cambio Climático

Objetivo: reducir la emisión de gases de efecto invernadero (en adelante, GEI)

Metas

- Diseñar un protocolo de medición de las diferentes fuentes emisoras de GEI
- Desarrollar planes de acción específicos a nivel de las divisiones con objetivos específicos.
- Promover el uso de energías renovables y tecnologías que maximicen el aprovechamiento energético.

Indicador

- Emisiones de GEI (CO2 equivalente)

Ejemplos de acciones que impulsarían la puntuación del DJSI

- En los planes de acción específicos a nivel de las divisiones, se desarrollará un inventario de los principales focos de emisión; se definirán objetivos específicos y se implementarán medidas específicas para lograr los objetivos puestos.
- Desarrollo de un sistema de información en las divisiones para introducir los datos sobre GEI medidos y comunicarlos a nivel de Grupo.
- Diseño de un plan de formación para los empleados, a fin de una correcta implementación del Plan de Área y así también facilitar la difusión de buenas prácticas entre aquellos.

III. Eco-eficiencia

Objetivo: *disminuir la generación de residuos, y el consumo de agua y energía.*

Metas:

- Desarrollo e implementación de planes de reducción del consumo de agua, energía y de generación de residuos.
- Sensibilización del personal laboral con respecto al uso responsable de recursos naturales.

Indicadores

- Consumo de agua en metros cúbicos.
- Generación de residuos en toneladas.

En este indicador se incluirá el total de los residuos generados, diferenciando entre peligrosos y no peligrosos.

- Destino de residuos generados en toneladas.

Dentro este indicador se mantendrá una administración del destino de los residuos generados: residuos destinados a reciclaje, residuos valorizados, residuos enviados a vertedero, y residuos enviados a incineración.

- Consumo total de energía en GJ.

Ejemplos de acciones que impulsarían la puntuación del DJSI

Para cada uno de los planes de acción en residuos, agua y energía habría que desarrollar las siguientes actuaciones:

- Desarrollo de un inventario de las principales actividades consumidoras de agua y energía, y generadoras de residuos.
- Definición de objetivos específicos para disminuir el consumo de agua y energía, así como la generación de residuos para las actividades más relevantes con respecto a este objetivo.
- Desarrollo de un sistema de información en las divisiones para introducir los datos sobre consumos de agua y energía, y sobre generación de residuos, y comunicarlos a nivel de Grupo.
- Formación de personal laboral, para asegurar la implementación correcta de este plan de acción, el seguimiento de los indicadores, así como para compartir mejores prácticas aplicadas dentro del Grupo.

IV. Centro verde

Objetivo: *Minimizar el impacto de los aspectos ambientales asociados a los centros de trabajo*

Metas:

- Utilizar racionalmente recursos tan valiosos como el agua y la energía
- Reducir el consumo de papel.
- Establecer sistemas de separación y reciclaje de los materiales.

Indicadores

- Consumo de agua en metros cúbicos
- Consumo total de energía en GJ
- Consumo de papel en toneladas

V. Diálogo y cooperación

Objetivo: Fortalecer nuestra reputación mediante una comunicación eficaz con nuestros grupos de interés, acerca de los esfuerzos y logros en RC por FCC.

Metas:

- Establecer un mapa de los grupos de interés del Área y sus principales representantes.
- Establecer un diálogo fluido y permanente con los principales representantes de los grupos de interés, para compartir información relevante y conocer de primera mano sus expectativas y necesidades de información.

8. Hoja de ruta para la Organización

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

- AÑO 2007 Se presenta el Plan Director de RC 2007-2008.
Se aprueba el Informe de RSC 2006 de FCC.
- AÑO 2008 Se aprueba el Informe de RSC 2007 de FCC.
Se presentan los resultados del Plan Director 2007-2008.

COMITÉ DE DIRECCIÓN

- AÑO 2007 Se aprueba el Plan Director de RC 2007-2008.
Se presenta el Informe de RSC 2006 de FCC.
Se aprueban los planes corporativos y planes de área 2007-2008.
- AÑO 2008 Se presenta el Informe de RSC 2007 de FCC.
Se presentan los resultados del Plan Director 2007-2008.

DIRECCIÓN DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA DE FCC

- AÑO 2007 Recogida de información y elaboración del Informe de RSC 2006.
Todos los planes corporativos se encuentran en marcha.
Seguimiento de los planes de área.
Presentación al DJSI.
Elaboración del Informe Anual de Gobierno Corporativo 2006.
- AÑO 2008 Recogida de información y elaboración del Informe de RSC 2007.
Se finaliza la implementación de los planes corporativos y de área.
Presentación al DJSI.
Elaboración del Informe Anual de Gobierno Corporativo 2007.

COMITÉS DE LAS DIVISIONES DEL GRUPO

- AÑO 2007 Quedan definidos responsables y comités de coordinación.
Se aprueba el Plan de acción 2007-2008.
Recogida de información.
Preparación del informe RC de área.
- AÑO 2008 Recogida de información.
Preparación del informe RC de área.

GRUPOS DE INTERÉS DE LOS NEGOCIOS

AÑO 2007 Páginas web de RC en cada área.
Memoria de RC en al menos el 50% de las áreas.

AÑO 2008 Memoria de RC en todas las áreas.

COMITÉ DE RC

AÑO 2006 Propuesta del Plan Director y planes corporativos.
Propuesta de planes de acción 2007 de las 4 áreas de negocio.

AÑO 2007 Informe de progreso 2º trimestre de programas de las áreas.
Proceso de memoria corporativa 2006.
Cuestionarios ISR.
Informe de progreso 4º trimestre de los programas de las áreas.

AÑO 2008 Proceso de memoria corporativa 2007.
Informe de progreso 2º trimestre de los programas de las áreas.
Cuestionarios ISR.
Informe de progreso 4º trimestre de los programas de las áreas.