06

Conexión ciudadana

Aportando valor en las comunidades 119

Comunicación con los grupos de interés 120

El impacto en la comunidad y la creación de valor social 125

Aportando valor en las comunidades

FCC, por su propia misión como empresa, está comprometida con el objetivo prioritario de trabajar en el bienestar y desarrollo de las comunidades en las que ofrece y presta sus servicios. La actividad de FCC no se concibe sin un vínculo continuo con el ciudadano, que favorece así un mejor entendimiento y conexión con sus necesidades reales y expectativas. Esta interacción permite a la compañía ser protagonista de los cambios en las ciudades, en aquellas áreas en las que FCC es especialista.

El desarrollo de las nuevas tecnologías se considera clave en esa interactuación y diálogo indispensable entre el ciudadano y el proveedor del saneamiento urbano, cuidado de parques y jardines, la gestión de residuos y agua o el desarrollo de infraestructuras, entre otras.

Adicionalmente, la implicación social que históricamente ha mostrado FCC por las comunidades en las que trabaja, se materializa también a favor de sus empleados, familias y otros colectivos, a través de los diferentes proyectos que cada año, la compañía desarrolla en cada negocio, site, obra o contrato.

Además del diálogo con los ciudadanos, FCC trabaja en aras de maximizar el impacto positivo de sus actividades en la Comunidad. Y, para ello, se considera determinante la medición del mismo. La compañía trabaja en el desarrollo y la aplicación de metodologías y sistemas que permitan, medir, evaluar y mitigar los impactos que la actividad pueda producir sobre las personas o el medio ambiente.

Comunicación con los grupos de interés

Las compañías no pueden permanecer ajenas a la cercanía con los grupos de interés, a las tendencias de transformación digital y a la creciente demanda de transparencia que la sociedad moderna requiere. FCC utiliza las herramientas de comunicación más actuales para cumplir no solo con sus compromisos de rendición de cuentas, sino especialmente para fortalecer la cercanía al ciudadano, uno de sus valores más característicos, junto con la calidad técnica y compromiso.

La estrategia de comunicación de FCC le permite rendir cuentas, ser transparente con su gestión y con las actividades de la compañía. Esta comunicación se realiza a través de diferentes plataformas y canales por medio de los cuales FCC se interrelaciona con todos sus grupos de interés. Durante 2016, se realizó una actualización de páginas web de FCC, para mejorar el acceso a la información que cualquier grupo de interés desee conocer de FCC.

En los últimos años la *web* corporativa de FCC se ha consolidado como el canal más utilizado para difundir información hacia sus diferentes grupos de interés.

Nueva imagen *web* de FCC

FCC se encuentra en pleno proceso de transformación digital, a través de la renovación de todos sus canales digitales, como parte de sus objetivos de cercanía y transparencia, que permita a la compañía un ahorro de costes, de tiempo, el incremento de recursos de comunicación, la exposición de sinergias y la mejora de la imagen y la reputación digital.

El proceso de transformación digital de FCC, impulsado por las direcciones de Marketing Corporativo y Marca, y Tecnologías de la Información, tiene como principal objetivo aunar esfuerzos para unificar la imagen de la compañía, mejorar la experiencia de navegación de los usuarios, ofrecer un amplio abanico de nuevas funcionalidades y optimizar el rendimiento. FCC ha conseguido que sus nuevos portales sean más actuales, visuales y multidispositivo (PC, tablet y móvil).

El esfuerzo realizado por FCC en la mejora de sus webs ha sido caso de éxito a nivel mundial en el Foro de LifeRay.

Para garantizar la accesibilidad de los contenidos, todas las páginas *web* se han publicado bajo la tecnología LifeRay[1], que ha sido desarrollada cumpliendo el Nivel AA según la Norma UNE 139803:2004, que a su vez se basa en las Directrices de Accesibilidad para el Contenido Web 1.0 del W3C.

Se ha impulsado, particularmente, la presencia del área de Construcción en canales de comunicación como es el de YouTube, el blog FCCCo Live e Instagram. En 2016, el área ha incrementado sus visitas a sus diferentes canales, llegando a recibir su página web más de 2.600 usuarios al mes, incrementado el número de minutos de visualización de su canal de YouTube hasta llegar a 6.527.882 y llegando a adquirir 3.047 suscriptores en el año.

FCC comprometida con el *reporting* y la transparencia

Con motivo de la transposición de la Directiva de la UE 2014/95/UE relativa a la divulgación de información no financiera y la diversidad, tuvo lugar la difusión de la misma y sus requerimientos, a través de un serie de seminarios dirigidos a empresas españolas, que fueron promovidos por el Club de Excelencia en Sostenibilidad y el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. FCC participó en estas jornadas de aprendizaje, como compañía experimentada en reporting corporativo, a través de las ponencias del director de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo, y tuvieron lugar en Madrid, Valencia, Sevilla, Barcelona y Bilbao. La directiva de reporting no financiero, cuyo período de transposición a la legislación española fue el 6 de diciembre de 2016, entrará en vigor en 2018 para la divulgación de la información producida en 2017 y aplicará a empresas de interés público y más de 500 empleados.

[1] Liferay es un proveedor de portales Open Source, de código abierto.

Accionistas e inversores

La oficina de atención al accionista de FCC, dependiente del departamento de Mercado de Capitales, permite gestionar la interacción con accionistas e inversores. Durante el 2016, se han celebrado 98 reuniones con inversores.

Con el objetivo de atender las necesidades e intereses de información específica de este grupo de interés, se dispone de un apartado específico en la web corporativa, que proporciona información relativa al desempeño económico, información bursátil e información financiera de FCC, así como los hechos relevantes, entre otras materias. En 2016, la web de FCC recibió 64.810 visitas. Para notificar acontecimientos relevantes, la compañía cuenta también con una agenda del inversor.

Empleados

Conseguir una comunicación eficaz y continua con los empleados es para FCC una prioridad. La compañía cuenta con el Plan Estratégico de Marketing Corporativo y Marca que tiene como objetivo promover una comunicación que ayude a favorecer la productividad y el desarrollo profesional de los trabajadores de la compañía.

Asimismo, esta estrategia incluye un Plan de Comunicación Interna, que establece acciones de comunicación y servicios internos, complementariamente a otras acciones llevadas a cabo por esta área para favorecer el flujo de información, mensajes, políticas y estrategias relacionadas con la gestión de la empresa y el entorno profesional.

Por otro lado, con el objetivo de construir una cultura corporativa como señal de identidad, la dirección de Marketing Corporativo y Marca ha trabajado con fuerza en 2016 para mejorar y renovar canales internos capaces de movilizar, motivar y comprometer a las personas que constituyen el equipo profesional de FCC.

Herramientas de diálogo con los empleados de FCC

FCC pone a disposición de sus empleados numerosos canales de comunicación a nivel corporativo:

- Intranet corporativa, “FCC ONE”: constituye el principal canal interno de comunicación multidireccional de la compañía y funciona como herramienta para comunicar información relevante para los empleados.
- Portal del Empleado: contiene información específica y proporciona un canal de comunicación interna para facilitar el diálogo entre los empleados y la compañía.
- Convocatorias periódicas: destinadas a informar de manera presencial a los empleados acerca de diferentes asuntos de interés para ellos.
- Publicación de la revista online bimensual “Red de Comunicación”: incluye información relevante relacionada con los acontecimientos más recientes acontecidos en FCC.
- Noticias de los viernes: publicación que recoge semanalmente toda la información de actualidad de la compañía. En 2016, se han publicado 52 números.
- Cápsula informativa: Flash que contiene información relevante difundida a través de mailing y de un modo masivo.
- Campañas de sensibilización.
- Concursos internos para reforzar el orgullo de pertenencia a la compañía: concurso de dibujo navideño para hijos de empleados.

Compromiso con el respeto de los derechos humanos

FCC se compromete con el respeto a los derechos humanos, adhiriéndose a diferentes estándares internacionales en esta materia:

- Pacto Mundial de Naciones Unidas que recoge, entre los principios rectores de su política, las directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.
- Marco de Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de los Derechos del Niño y distintos convenios de la OIT.
- Negociación de acuerdos con la Federación Internacional de Trabajadores de Construcción y Madera (BWINT) en países en los que no se han ratificado los convenios de la OIT.

Adicionalmente, cada línea de negocio hace uso de sus propias herramientas de comunicación interna. Por ejemplo, FCC Aqualia cuenta con un Flash Informativo que envía periódicamente a todos los empleados para informar, de manera breve, a toda la organización sobre las principales novedades y proyectos que se desarrollan. En 2016, se emitieron un total de 185 flashes. Además, para los trabajadores que no disponen de acceso a una cuenta de correo electrónica se ha creado un nuevo canal de comunicación, denominado “Tu Flash”. Se trata de una *newsletter* impresa, que se entrega junto con la nómina y sintetiza y recoge los principales mensajes del mes.

Proveedores y contratistas

FCC extiende a sus proveedores los valores y los principios por los que se rige la compañía realizando sesiones formativas y campañas de sensibilización para reforzar las relaciones existentes y asegurar el cumplimiento de sus políticas y compromisos.

Además, FCC establece la obligatoriedad de que todos sus proveedores y subcontratistas conozcan y respeten el contenido de su Código Ético además de asumir el compromiso de cumplir los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Administraciones Públicas y reguladores

La compañía participa de manera voluntaria en iniciativas de autorregulación sectorial y desarrollo de legislación relacionada con sus sectores de actividad. Todas las áreas de negocio de FCC trabajan para mantener los estándares de producción y servicio en las diferentes áreas de actividad, también en el ámbito de la sostenibilidad.

Clientes

Satisfacer las necesidades y demandas de los clientes, administraciones públicas, instituciones privadas y particulares, es un aspecto esencial para una compañía de servicios ciudadanos como FCC. Con el objetivo de garantizar la mejor calidad de productos y servicios, todas las líneas de negocio están certificadas bajo la ISO 9001 de la UNE.

FCC cuenta con diferentes canales de comunicación con sus clientes (teléfono, email, fax, internet, cartas, facturas, o visitas y reuniones presenciales con los departamentos comerciales) para conocer con exactitud las necesidades de estos y mejorar progresivamente la atención y los servicios ofrecidos.

Atención personalizada de clientes en la gestión integral del agua

La transparencia y la atención personalizada del cliente constituyen prioridades en el servicio que presta FCC Aqualia. La política de la compañía persigue evolucionar las estrategias de atención a clientes para poder ofrecer una atención cercana alineada a las necesidades de los clientes del futuro (que realizan sus gestiones en movimiento) poniendo a disposición de estos las herramientas y los recursos necesarios para ofrecer un servicio de atención ágil, rápido, sencillo y eficaz. Respondiendo a estos requerimientos, la compañía puso en marcha en 2016, la APP como uno de sus cuatro canales de comunicación transversales y de atención única. La APP permite la participación del ciudadano en la realización de cualquier gestión que podría hacer en oficina (online o física) o por atención telefónica. Los cuatro canales de comunicación de la compañía están actualizados en tiempo real, pudiendo el usuario empezar a realizar una gestión en uno de los canales y terminarla en cualquier otro.

Como prestación adicional, la compañía ha creado un repositorio de facturas, tanto en la oficina online como en la física, que permite al usuario hacer una revisión del histórico de facturas de cualquier servicio que le haya ofrecido FCC Aqualia.

Transparencia y colaboración con clientes de FCC Construcción

Los clientes del sector de la construcción son cada vez más exigentes en cuanto a los comportamientos éticos y sostenibles, requiriendo cada vez más información sobre las obras como consultas técnicas, cuestiones medioambientales, aseguramiento de calidad o seguridad y medidas preventivas tomadas. Para responder a estas necesidades informativas de los clientes y facilitar la comunicación, FCC Construcción dispone de la figura del interlocutor del cliente, encargado de plantear puntos de colaboración y atender las sugerencias recibidas, tratar la información recopilada en las reuniones con los clientes, y comunicarles posteriormente las acciones a emprender y las realizadas, como consecuencia de sus sugerencias. Además, la compañía realiza un tratamiento personalizado a los clientes que permite identificar oportunidades y ofrecerle propuestas de actuación.

La satisfacción del cliente

FCC realiza encuestas de satisfacción a los clientes de las diferentes líneas de negocio con el objetivo de conocer sus inquietudes y grado de satisfacción con el servicio prestado y facilitar así la propuesta de mejoras por parte de la compañía. La diversidad de actividades y tipos de clientes de FCC supone la descentralización en la medición de la satisfacción de clientes.

FCC Aqualia, por su propia actividad, es el único negocio de la compañía que tiene relación directa con los usuarios y consumidores finales, por lo que gestiona directamente el diálogo y la medición de la satisfacción. El área de negocio dedicada a la gestión del agua realiza encuestas bienales de satisfacción de clientes finales e institucionales. La última encuesta de satisfacción se realizó en el mes de diciembre de 2016, cuyos resultados están en proceso de tratamiento para ser publicados en 2017. Estas encuestas se realizan de forma telefónica y online, con un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas. En el análisis de los resultados se obtiene un valor único que mide la satisfacción global de los clientes mediante un análisis multi-variante. Este valor se calcula a partir de:

- Las valoraciones que los clientes dan a los distintos aspectos medidos en la encuesta.
- El impacto o peso que estos aspectos tienen en la composición de la valoración global otorgada por el usuario.

En el caso de FCC Construcción, la compañía realiza encuestas de satisfacción de clientes al finalizar cada obra. Estas evaluaciones llamadas “Encuestas de Fin de Obra” permiten a los clientes evaluar el servicio prestado por la compañía, valorado en distintos atributos. Además, FCC Construcción desarrolla un sistema de tratamiento de la información relativa a la satisfacción del cliente que incluye el tratamiento de las quejas y reclamaciones, de las solicitudes de información y el análisis de la información de la medición de su satisfacción, para poder desarrollar acciones de mejora y verificar su seguimiento.

Comunidades

Los negocios de FCC impulsan el diálogo con las comunidades locales afectadas por la actividad con el fin de conocer sus expectativas maximizar los beneficios sociales que generan sus proyectos. Además, la compañía crea plataformas de diálogo para conocer las tendencias y necesidades de las ciudades eco-eficientes del futuro y poder adelantarse a éstas.

Sistema de gestión social en el Metro de Lima (Perú), FCC Construcción

Todos los proyectos y centros del área de Construcción cuentan con un Sistema de Gestión, en el que se identifican y evalúan aspectos ambientales y sociales de relevancia para las comunidades locales con las que se interactúa. Especialmente en Latinoamérica es mucho más destacable el proceso de participación ciudadana en los proyectos, definiendo programas de actuaciones sociales que tienen en cuenta asuntos como las relaciones comunitarias, las poblaciones indígenas y la aceptación del proyecto, entre otros.

Es destacable el Sistema de Gestión Social, implantado en el Metro de Lima, que se basa en una comunicación integral con los actores involucrados, a los que se les entrega información de las acciones puntuales que se van realizando, en función de la etapa constructiva en que se encuentre el proyecto. Para reforzar esta comunicación, existe personal específico que atiende de manera personalizada a las comunidades en el área de influencia del proyecto. El sistema incluye programas como el manejo y resolución de quejas, el empleo local, las comunicaciones, el monitoreo social, el manejo de impactos sociales y el alineamiento institucional, entre otros.

Fomento del diálogo de FCC Aqualia

FCC Aqualia ha participado en Sevilla en la I Jornada “Medidas de Acción Social en el Sector del Agua”, organizada por la patronal andaluza ASA en colaboración con la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP). El evento congregó a un centenar de representantes de las administraciones públicas, operadores, asociaciones de consumidores y trabajadores sociales. Una de las mesas de coloquio estuvo integrada por operadores de agua donde el servicio de Almería expuso las medidas de acción social que se aplican en el Servicio Municipal de Agua de la capital almeriense. Destacaron acciones como la contención tarifaria, los más de 500 planes personalizados de pagos al año y la coordinación entre diferentes agentes sociales como el área de Asuntos Sociales del Ayuntamiento, la Agencia de Vivienda y Rehabilitación de Andalucía, u organizaciones como Cáritas y Cruz Roja y asociaciones de vecinos.

La compañía también celebró la jornada “El agua en las Pitiusas. Todos somos responsables”, en Ibiza, dedicada a analizar las graves carencias en materia hídrica que sufren las Islas Pitiusas, especialmente en verano. Se reunieron representantes de la empresa, de la administración insular y local, de la universidad y expertos para debatir sobre propuestas para concienciar a vecinos y visitantes, y establecer las medidas necesarias para satisfacer las necesidades de la isla de forma sostenible.

Por otro lado, durante 2016, como muestra de su interés por la opinión de la ciudadanía, FCC Aqualia celebró en Sevilla, Toledo y Chiclana las Jornadas de “El agua como motor de empleo y sostenibilidad”. El objetivo fue analizar la situación del sector a través de varias mesas de debate en las que se abordaron temas como los modelos de gestión, el marco legal y laboral del sector, la negociación colectiva y la sostenibilidad social.

Socios

Para FCC Construcción, la colaboración con otras empresas del sector constituye una herramienta estratégica para el desarrollo de su actividad. La compañía establece distintos canales de comunicación con el objetivo de mantener un diálogo continuo y satisfacer sus necesidades de información, los acuerdos de colaboración, alianzas y patrocinios, los foros empresariales o coloquios y las publicaciones.

El impacto en la comunidad y la creación de valor social

FCC trabaja cada día por convertirse en un agente de cambio implicado en la transformación de las sociedades en las que está presente.

La compañía favorece la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con el progreso económico, la reducción de las desigualdades y la formación de las comunidades. FCC vincula su acción social a la estrategia de negocio de la compañía contribuyendo, desde su conocimiento, al desarrollo de las comunidades.

El Grupo centra sus esfuerzos en la integración de colectivos desfavorecidos en el mundo laboral, a través de la incorporación laboral en la propia compañía. Asimismo, contribuye al progreso social y económico de las comunidades en las que opera. Todas estas iniciativas se clasifican en acciones realizadas para la comunidad y dirigidas a los propios empleados (intra-empresa).

Acciones intra-empresa

- Acciones de integración de colectivos desfavorecidos en la sociedad y ayuda a los familiares de empleados[2]: actuaciones en colaboración con entidades especializadas en la integración laboral de colectivos desfavorecidos, como ONCE o fundaciones como Integra o Adecco.
- Sensibilización ambiental de los empleados: iniciativas formativas de sostenibilidad dirigidas a empleados de la compañía con el objetivo de hacerles embajadores de la materia.

Acciones de integración de colectivos desfavorecidos en la sociedad y ayuda a los familiares de empleados: FCC y Fundación Adecco.

El Grupo y la Fundación Adecco firmaron en 2008 un acuerdo de colaboración para promover la integración laboral y social de personas con discapacidad a través de la organización de acciones formativas y de orientación laboral, así como de programas e itinerarios de empleo para la futura incorporación al mundo laboral de los familiares con discapacidad de los empleados de FCC.

[2] Para más información, véase con detalle el apartado Igualdad y diversidad en FCC en la sección Desempeño Ejemplar.

Para las personas en edad laboral, se organizan iniciativas formativas que se centran en el desarrollo de habilidades y actitudes sociales que faciliten el acceso al mundo laboral, así como información, orientación y asesoramiento en la búsqueda de empleo. Sin embargo, para los más pequeños, se organizan otro tipo de acciones alternativas y actividades de ocio, orientadas al desarrollo paralelo de habilidades sociales y de relación. También se organizan actividades de ocio orientadas a contribuir positivamente al desarrollo cognitivo, físico, emocional, social y ocupacional de los padres con discapacidad de los empleados.

En 2016, más de 40 familias aprovecharon las terapias y el asesoramiento que proporciona el personal especializado en la diversidad funcional, ampliando así sus oportunidades sociales y laborales.

Sensibilización ambiental de los empleados

FCC, consciente del papel que juega la educación ambiental, la implicación y el compromiso de la plantilla con la sostenibilidad, trabaja cada año en la concienciación y sensibilización de sus empleados para convertirlos en embajadores de buenas prácticas sociales y ambientales. El objetivo de la compañía es involucrar a sus empleados en la mejora del desarrollo sostenible de las ciudades llegando a ser referentes para los propios ciudadanos.

Los objetivos prioritarios de la acción formativa son los siguientes:

- Identificar y conocer los impactos positivos y negativos de las actuaciones profesionales sobre el medio ambiente.
- Pertenecer a un equipo concienciado, compartiendo objetivos comunes y de interés general.
- Aportar y compartir sugerencias fruto de la experiencia profesional.
- Evaluar y analizar periódicamente el efecto retorno de las mejoras y buenas prácticas sugeridas.
- Transmitir un comportamiento ejemplar a la ciudadanía.
- Participar en la divulgación y demostración de actuaciones responsables.

Acciones en la comunidad

FCC coopera con las comunidades en las que trabaja en diferentes proyectos dirigidos al colectivo más desfavorecido. Estas acciones se agrupan en las siguientes líneas:

- **Inclusión social y acceso a servicios básicos:** iniciativas que promueven el desarrollo social y la reducción de desigualdades en las comunidades en las que opera.
- **Creación de valor en las comunidades:** acciones vinculadas al crecimiento del tejido empresarial en las geografías que la compañía se localiza.
- **Cooperación en la educación y la sensibilización medioambiental:** colaboraciones con instituciones educativas para la difusión y sensibilización sobre asuntos relacionados con la sostenibilidad y sobre el propio negocio en las comunidades.

6,67 millones de euros en inversión destinada a **acción social**

- **Evaluación del impacto social y ambiental de las operaciones:** análisis de los impactos que produce la compañía sobre las comunidades en las que opera identificando sus principales preocupaciones con el objetivo de desarrollar las acciones que mejor respondan a sus necesidades.
- **Voluntariado corporativo:** colaboración por parte de los empleados de FCC en proyectos de acción social, promovidos por la compañía.

La inversión destinada a acción social ha ascendido durante 2016 hasta los 6,67 millones de euros.

Inclusión social y acceso a servicios básicos

La compañía se involucra en acciones solidarias que contribuyen al desarrollo social de la población reduciendo desigualdades y proporcionando oportunidades a los grupos más desfavorecidos.

FCC contribuye a la erradicación de la pobreza a través de acciones que favorecen el desarrollo social y económico de las comunidades en las que opera.

FCC lleva a cabo iniciativas para favorecer la igualdad de la personas a través de la promoción del acceso al agua y otras iniciativas.

La integración social en FCC Environment (UK): Abacus Forniture

Abacus Forniture Projects, que forma parte de la ONG West Kent Extra, tiene un acuerdo de colaboración con FCC Environment (UK) para dar valor a los residuos e integrar a personas en riesgo de exclusión, recogiendo bicicletas de los centros de reciclaje de residuos urbanos de municipios en los que opera la compañía.

Abacus Forniture Projects se encarga de llevar esos residuos a la prisión de Rochester para que internos se encarguen de la remodelación. Hasta 10 internos trabajan con un oficial en un taller diseñado específicamente para restaurar las bicicletas que son vendidas posteriormente en las tiendas de Abacus a un precio inferior. Algunos prisioneros colaboran con Abacus en sus tiendas para ayudar a vender las bicicletas con el propósito de conseguir experiencia profesional.

FCC Aqualia reduciendo desigualdades y favoreciendo el acceso al agua

FCC Aqualia, como empresa dedicada a la gestión de un bien público, como es el agua, tiene una responsabilidad añadida con la sociedad. Como ejemplo, ha formalizado un convenio con el Concello de Vigo, en colaboración con los Servicios Sociales, para contribuir a evitar los cortes de agua a las familias con escasos recursos económicos. La iniciativa permite al Servicio Municipal de Aguas, gestionado por FCC Aqualia, reconocer los casos de efectiva incapacidad de pago, y así buscar para ellos la solución más eficaz, y a la vez al Ayuntamiento a mantener el compromiso de promover la cohesión y la equidad social.

Además, la compañía realiza una labor facilitadora de asesoramiento a ayuntamientos de otras localidades para favorecer el acceso al servicio de agua a personas con dificultades económicas. Por otro lado, los empleados de la compañía que trabajan diariamente en la atención telefónica están especialmente sensibilizados con la inclusión social, derivando algunos casos a Asuntos Sociales de los Ayuntamientos.

Contribución social en FCC Environment (UK): la Fundación WREN y sus fondos FCC Community Action Fund y FCC Scottish Action Fund

WREN es una organización sin ánimo de lucro que destina fondos a proyectos comunitarios de carácter social, en el ámbito de la biodiversidad, y en la protección del patrimonio, a partir de aportaciones de FCC Environment.

Desde su fundación, en el año 1997, ha invertido más de 200 millones de libras en más de 7.000 proyectos sociales y medioambientales en el Reino Unido.

WREN, aporta y canaliza actualmente fondos a través de dos programas:

FCC Community Action Fund (Fondo de Acción Comunitaria de FCC), destinado a la financiación de proyectos localizados en Inglaterra y Gales situados en un perímetro de distancia igual o inferior a 16 kilómetros de un vertedero de FCC Medio Ambiente, cuyas solicitudes ya se pueden realizar a través de su nuevo sistema de solicitud on line.

FCC Scotish Action Plan (Fondo de Acción Escocés de FCC), para solicitantes en Escocia, vigente desde el 1 de abril de 2015, momento en el que el impuesto sobre el vertido de residuos generado en Escocia sustituyó al régimen del Reino Unido

En 2016, la Fundación WREN destinó más de 8,7 millones de libras a 208 proyectos sociales.

Creación de valor en las comunidades

FCC, como una fuente de riqueza y empleo, a través de los servicios e infraestructuras que ofrece, revierte positivamente en el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales.

La actividad de la compañía implica una generación directa de puestos de trabajo, además de la contratación de proveedores y subcontratistas locales. El empleo local aporta beneficios tanto a la comunidad como a la propia compañía, no sólo supone un trabajo decente, de calidad y seguro, sino que la capacitación continuada que proporciona, asienta las bases para que estos puedan seguir desarrollando sus carreras profesionales, dentro o fuera de la compañía, y además, estos empleados locales proporcionan a FCC una fuente de conocimiento específico del entorno y la sensibilidad necesaria para la consecución exitosa de los proyectos.

Los servicios que ofrece FCC,servicios medioambientales, gestión integral del agua e infraestructuras, funcionan como un motor de progreso de las sociedades en las que opera, ya que la propia finalidad de los servicios facilita a los usuarios de las comunidades locales el acceso a servicios básicos como el agua potable, la electricidad o el saneamiento, contribuyendo a mejorar los servicios municipales (gestión de residuos y limpieza viaria) y la comunicación con otras zonas y favorece el desarrollo económico de sus áreas de influencia.

Promoción del empleo local en la construcción del metro de Panamá

El área de construcción de FCC, durante la construcción de la Línea 1 del Metro de Panamá y la construcción de la Línea 2, cuya finalización está prevista para 2018, contribuye a la mejora de la calidad de vida de la población residente en la ciudad de Panamá. Concretamente, con la ejecución de la Línea 2, se estima que van a poder beneficiarse más de 500.000 panameños, ahorrándose entre 1 y 2 horas de tiempo de transporte en cada trayecto.

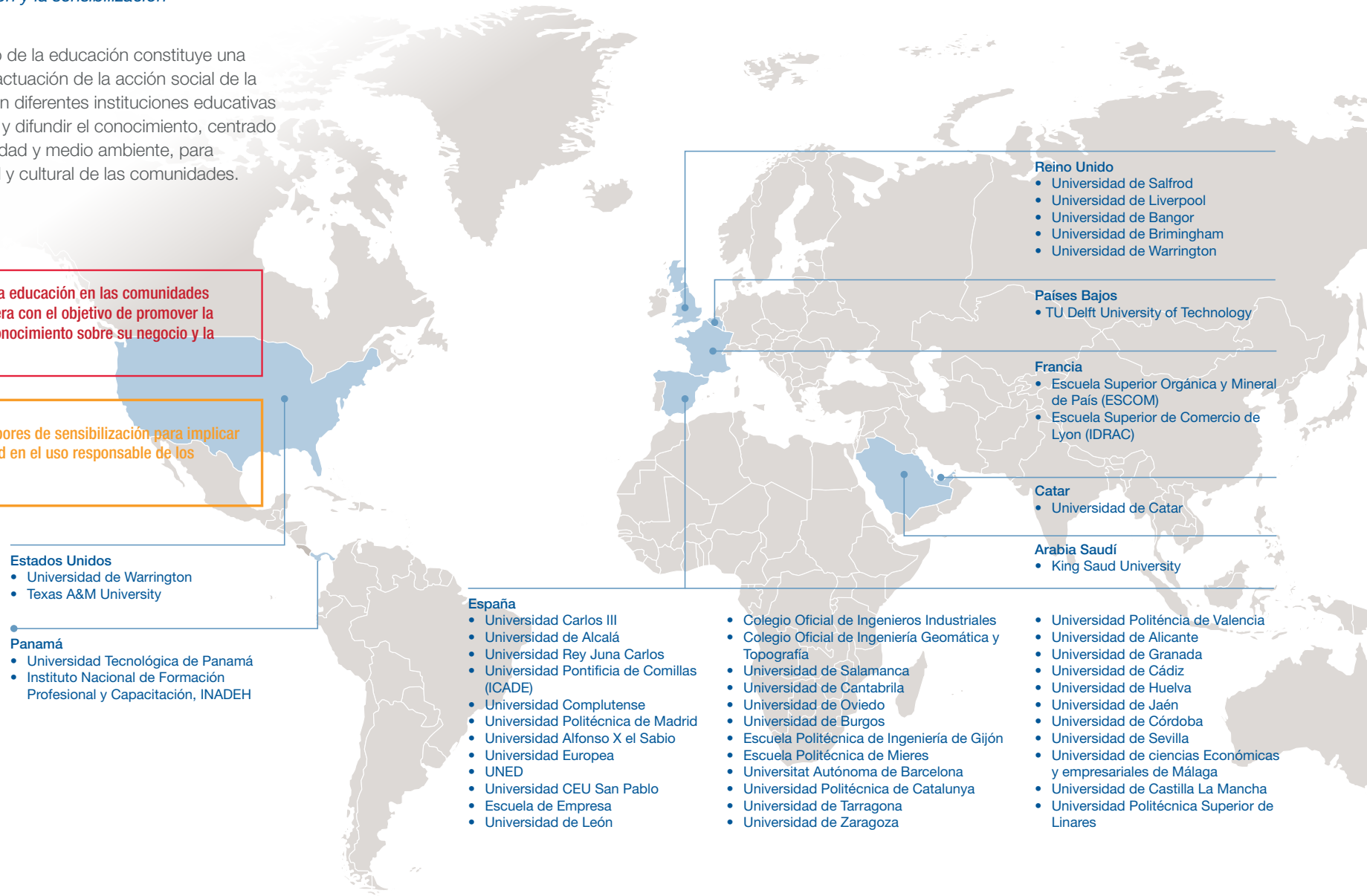
Además, durante la ejecución de la obra, las comunidades o barrios por las que circula están viéndose también beneficiados, ya que, actualmente, más del 50% de los trabajadores contratados por el consorcio pertenecen a dichas comunidades aledañas al proyecto.

Cooperación en la educación y la sensibilización medioambiental

La cooperación en el ámbito de la educación constituye una de las principales líneas de actuación de la acción social de la compañía. FCC colabora con diferentes instituciones educativas con el objetivo de compartir y difundir el conocimiento, centrado especialmente en sostenibilidad y medio ambiente, para contribuir al desarrollo social y cultural de las comunidades.

FCC fomenta la educación en las comunidades en las que opera con el objetivo de promover la difusión del conocimiento sobre su negocio y la sostenibilidad.

FCC realiza labores de sensibilización para implicar a la comunidad en el uso responsable de los recursos.



Reino Unido
- Universidad de Salfrod
- Universidad de Liverpool
- Universidad de Bangor
- Universidad de Brimingham
- Universidad de Warrington

Países Bajos
- TU Delft University of Technology

Francia
- Escuela Superior Orgánica y Mineral de País (ESCOM)
- Escuela Superior de Comercio de Lyon (IDRAC)

Catar
- Universidad de Catar

Arabia Saudí
- King Saud University

Estados Unidos
- Universidad de Warrington
- Texas A&M University

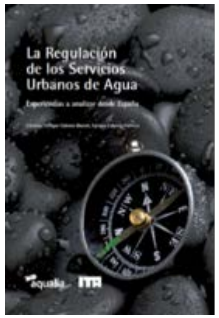
Panamá
- Universidad Tecnológica de Panamá
- Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación, INADEH

España
- Universidad Carlos III
- Universidad de Alcalá
- Universidad Rey Juna Carlos
- Universidad Pontificia de Comillas (ICADE)
- Universidad Complutense
- Universidad Politécnica de Madrid
- Universidad Alfonso X el Sabio
- Universidad Europea
- UNED
- Universidad CEU San Pablo
- Escuela de Empresa
- Universidad de León
- Colegio Oficial de Ingenieros Industriales
- Colegio Oficial de Ingeniería Geomática y Topografía
- Universidad de Salamanca
- Universidad de Cantabrila
- Universidad de Oviedo
- Universidad de Burgos
- Escuela Politécnica de Ingeniería de Gijón
- Escuela Politécnica de Mieres
- Universitat Autónoma de Barcelona
- Universidad Politécnica de Catalunya
- Universidad de Tarragona
- Universidad de Zaragoza
- Universidad Politéncia de Valencia
- Universidad de Alicante
- Universidad de Granada
- Universidad de Cádiz
- Universidad de Huelva
- Universidad de Jaén
- Universidad de Córdoba
- Universidad de Sevilla
- Universidad de ciencias Económicas y empresariales de Málaga
- Universidad de Castilla La Mancha
- Universidad Politécnica Superior de Linares

FCC Aqualia colabora con Naciones Unidas en la gestión eficaz del agua

FCC Aqualia ha colaborado con la Comisión Regional UNECE (ONU) en su programa "International Centre of Excellence on PPPs" (ICoE), que acoge en España la escuela de negocios IESE. La compañía comparte su sabiduría en el área de Gestión del Agua, aportando su amplia experiencia en el desarrollo de proyectos PPP.

Por otro lado, la compañía ha participado en la publicación del libro "La Regulación de los Servicios Urbanos de Agua. Experiencias a analizar desde España", que analiza la experiencia y el esfuerzo de varios países por regular los servicios urbanos del agua.



FCC Construcción contribuye al desarrollo formativo de Panamá

FCC ha cumplido, en este ejercicio de 2016, más de 20 años en Panamá. En este tiempo ha llevado a cabo, desde el inicio, numerosos proyectos que han influido directamente en el desarrollo del país. Se enumeran a continuación diferentes actuaciones realizadas con el objetivo de generar desarrollo social a través de la formación y la capacitación:

- Programa "Mi Escuela Primero", con el que se busca ofrecer a los estudiantes panameños una mejor educación. El proyecto es fruto del convenio de cooperación firmado entre FCC y la Secretaría de Asuntos Económicos y Competitividad del Ministerio de la Presidencia de Panamá. El objetivo es rescatar, renovar, ampliar y equipar a las más de 3.000 escuelas oficiales del país, con miras a brindar a los estudiantes una mejor educación. La cuantía de la reforma asciende a tres millones de dólares.
- Cursos de manualidades y de modistería, en alianza con el Instituto Nacional de Formacón Profesional y Desarrollo Humano (INADEH), que busca promover la participación de los habitantes de La Valdeza, 19 de abril y el Coco, a través de iniciativas dirigidas a fomentar las capacidades y el desarrollo de las destrezas creativas.
- Capacitación en equipo pesado a 120 estudiantes del INADEH en la que pudieron desarrollar sus prácticas de campo en equipo pesado en las instalaciones de la Cantera La Valdeza. FCC puso a disposición de los aprendices el espacio y los equipos de construcción necesarios para practicar lo aprendido en las aulas de clase.

Educación para el desarrollo sostenible

FCC realiza un trabajo de difusión y sensibilización sobre aspectos relacionados con la sostenibildiad y el uso responsable de los recursos. Pretende conseguir que la sociedad conozca las actividades que FCC lleva a cabo y contribuir con ello a la inclusión de hábitos sostenibles en su día a día.

Colaboración de CPV con FLACEMA en las Jornadas "Desarrollo Sostenible: ¿Responsabilidad de todos?

Por octavo año consecutivo FLACEMA (Fundación Laboral Andaluza del Cemento y el MedioAmbiente) ha puesto en marcha la campaña de sensibilización medioambiental "Desarrollo Sostenible: ¿RESPONSABILIDAD DE TODOS?", dirigida a alumnos de bachillerato de institutos del entorno de las fábricas de cemento de Andalucía.

En la campaña de 2016, el objetivo fundamental ha sido concienciar a los jóvenes acerca de la importancia del desarrollo sostenible, acercándoles la problemática ambiental existente y las principales soluciones que pueden aportan en su vida diaria.

En estas jornadas, responsables de las distintas compañías cementeras -entre ellas CPV-, expusieron a los alumnos la importancia que el desarrollo sostenible tiene para el sector cementero andaluz, así como los distintos esfuerzos, inversiones y actuaciones, que se llevan a cabo en cada fábrica en favor del medio ambiente.

Esta actividad se lleva realizando desde 2009 sumando un total de 48 jornadas celebradas y en 2016 se han llevado a cabo en fábricas de cemento de Sevilla, Córdoba y Málaga.

Además, en 2016 la compañía ha organizado (en colaboración con FLACEMA) una jornada sobre medio ambiente y sostenibilidad para los alumnos del Colegio de Educación Infantil y Primaria Ángeles Martín Mateo de Alcalá de Guadaíra (Sevilla). En esta jornada los estudiantes pudieron calcular su huella ecológica y recibieron consejos para minimizarla todo lo posible. Además, se les explicó el grave problema que suponen los residuos para nuestra sociedad, así como la importancia de gestionarlos de una manera eficiente, segura y responsable con el medio ambiente.

Fomento del conocimiento del Ciclo Integral del Agua, por FCC Aqualia

La VII edición del certamen de dibujo organizado por FCC Aqualia tiene como objetivo incentivar a los jóvenes para que, de manera amena, conozcan la gestión del ciclo integral del agua a través de un cuento que recrea una gran aventura en un entorno digital. El concurso Peque-Artistas en 2016 ha superado el récord de participación con un total de 178 niños y niñas de entre 5 y 14 años (hijos, sobrinos y nietos de los trabajadores de FCC).

Los regalos para los ganadores han sido Tablets Samsung Galaxy y cámaras digitales acuáticas para los cinco finalistas de cada categoría (infantil y juvenil). Cabe destacar que este año en la iniciativa han participado niños de España, Portugal y Uruguay.

Por otro lado, con el objetivo de educar y concienciar sobre la importancia de cuidar el entorno y el medio ambiente, FCC Aqualia ha celebrado en 2016 más de 100 jornadas con diferentes colectivos, como amas de casa, jubilados o periodistas, y más de 50 visitas de 15.000 estudiantes a sus instalaciones. Los visitantes han sido informados sobre el proceso de la gestión del ciclo integral del agua y han sido formados en el correcto uso del recurso: consumo responsable, uso del inodoro, gestión de los aceites etc.

Difusión del conocimiento a través de aulas medioambientales, por FCC Ámbito

Gran parte de las instalaciones de FCC Ámbito disponen de aulas medioambientales o de formación dotadas de medios audiovisuales y de paneles explicativos con los que facilitan la comunicación de las actividades de la compañía (la gestión y valorización de residuos industriales y la descontaminación de suelos). En estas aulas se ofrece una formación teórica del funcionamiento de las instalaciones y la importancia de las actividades para el fomento de la economía circular. Cada año las instalaciones son visitadas por diferentes colectivos y grupos de interés, como los pertenecientes a la comunidad educativa, asociaciones de vecinos y organizaciones de protección medioambiental, entre otros.

La ecología como parte integral de la educación, por FCC Environment

FCC Environment (CEE) quiere formar parte de la vida cotidiana de las personas y las empresas, aumentando su conciencia ecológica, especialmente de las generaciones más jóvenes. Por este motivo, ha desarrollado unos módulos formativos en conciencia ecológica que imparte en las comunidades donde ofrecen servicios, mostrando a los niños cómo utilizar los recursos de manera eficiente.

Concienciación ambiental para la protección del medio acuático

La ejecución del proyecto de adecuación hidráulica del Río Bogotá, en Colombia, presenta numerosos beneficios para los municipios adyacentes y para la calidad de vida de sus ciudadanos, ya que supone la mitigación del riesgo de inundaciones para los habitantes. Con este proyecto, también se ha mejorado la situación ambiental del río, que estaba muy contaminado debido a la gran cantidad de basura y al vertido de las aguas residuales urbanas de los municipios cercanos, así como de las aguas residuales industriales, la minería y escombros.

Con la finalidad de generar una conciencia local, favorecer una conducta responsable con el medio ambiente y evitar que estas situaciones vuelvan a suceder en un futuro, FCC Construcción Colombia desarrolló desde el inicio del proyecto un plan de capacitación ambiental, enfocado en las comunidades locales:

- Realización de campañas ambientales con la comunidad y funcionarios del proyecto. En concreto, la campaña “Sembrando agua, recogemos vida” pretendía recordar a los ciudadanos la importancia de preservar las cuencas hídricas e involucrar a las comunidades locales en el proyecto de conservación.
- Desarrollo de talleres ambientales con diferentes centros educativos de la zona. Casi 2.000 escolares han participado en las distintas siembras de árboles organizadas.
- Celebración de fechas especiales con la comunidad.
- Entrega de panfletos en diferentes sectores, con el fin de informar de los beneficios para la comunidad de la protección ambiental del río.
- Creación de veedurías en los municipios del proyecto, de forma que las diferentes organizaciones y comunidades locales interesadas pudiesen conocer el avance de la obra y los resultados y beneficios del proyecto.

Con la implantación de las medidas orientadas a aumentar la sensibilidad ambiental se ha logrado una mejor conciencia ambiental, especialmente en la población local joven, llegando a adquirir una conciencia duradera para la preservación del medio ambiente en el corredor del río.

Evaluación del impacto social y medioambiental de las operaciones

La compañía evalúa la contribución que tiene sobre las comunidades y su entorno, y analiza las incidencias en el entorno que puede ocasionar en el desarrollo de su actividad. Los negocios de FCC cumplen las condiciones establecidas en las Declaraciones de Impacto Ambiental de los proyectos que desarrollan con el objetivo de prevenir las afecciones y mitigar los impactos que hayan podido causar.

En 2016, más de 40 familias están aprovechando las terapias y el asesoramiento que proporciona el personal especializado en la diversidad funcional, ampliando así sus oportunidades sociales y laborales.

Responsabilidad social y ambiental en los proyectos de FCC Construcción

FCC Construcción cuenta con una métrica para evaluar la sostenibilidad social y ambiental en las licitaciones a las que se concurre. Además, se ha diseñado y mantenido una base de datos para analizar los resultados obtenidos, a través de una herramienta informática propia.

Concretamente, la métrica evalúa si el proyecto a licitar supone la deslocalización de personas o comunidades, si afecta negativamente a algún elemento singular del patrimonio, si cuenta con estudio de impacto ambiental o alguna figura de previsión y mitigación de impactos, si la obra supone un incremento al acceso a dotaciones básicas (agua, comunicaciones, electricidad, etc.) para la población, si se ha incluido participación ciudadana en algún momento del proceso o si el proyecto tiene contestación social específica y notoria.

La clasificación del proyecto, definiendo si su riesgo ambiental y social es elevado, promedio o mínimo, permite una identificación temprana de requisitos relevantes a la hora de licitar, evaluar y auditar el proyecto. De los 399 proyectos licitados y estudiados en 2016, el 63% presentan riesgos ambientales y sociales mínimos o nulos, el 37% llevan asociado un riesgo promedio y el 0% tienen un riesgo elevado.

Esta nueva métrica se suma al “Informe Inicial de Riesgos”, mediante el cual se analizan los riesgos contractuales, riesgos financieros, seguros y fiscales, riesgos técnicos y riesgos económicos de la obra. Con el resultado de ambos análisis, se dispone de una información completa en todos los ámbitos de la sostenibilidad, que ayuda a la compañía en su proceso de toma de decisiones acerca de si se va o no a presentar la oferta.

Durante 2016, la compañía ha analizado su Sistema de Gestión comparándolo con las directrices y guías de la Corporación Financiera Internacional y se ha elaborado una Guía Básica, que orienta a las obras en su actuación en caso de producirse impactos sobre las comunidades locales, entre las que destaca el caso de los pueblos indígenas.

Voluntariado corporativo

Los programas de voluntariado son una oportunidad para promover, entre los empleados, los beneficios de participar en proyectos de ciudadanía corporativa, apoyando a la misión de la compañía de crear valor para la sociedad y contribuir al bienestar de las personas. Los proyectos de voluntariado se desarrollan en el campo de la cooperación, la educación ambiental y la ayuda a emergencias humanitarias.

FCC y sus áreas de negocio fomentan la participación de los empleados en la consecución de los objetivos corporativos relacionados con la comunidad. El programa de voluntariado ayuda a los proyectos de la Fundación Esther Koplowitz, referente en España en la prestación de asistencia a las personas más necesitadas.

"Voluntarios FCC, contigo somos más"

Este proyecto enfocado en la estimulación cognitiva de personas en riesgo de exclusión tiene como objetivo principal contribuir a la mejora del bienestar y calidad de vida de las personas mayores sin recursos, mediante la estimulación de su estado cognitivo, principal causa de su fragilidad y dependencia.

Las actividades desarrolladas son fundamentalmente de dos tipos: conferencias sobre temas culturales, médicos o lúdicos, en las que se genera una transmisión de conocimiento desde el voluntariado al residente, pero en las que también se propicia una participación activa del residente o debate; y actuaciones de música y baile que estimulan física y psicológicamente a las personas mayores.

El programa, que alcanza actualmente a un total de 347 personas, va dirigido principalmente a los residentes de los centros de ancianos sin recursos y centros de día de la Residencia Nuestra Casa de Collado Villalba (Madrid) y de la Residencia La Nostra Casa de Fort Pienc (Barcelona), ambas residencias construidas y donadas posteriormente a la administración local por la Fundación Esther Koplowitz.

A través de este proyecto, FCC logra incrementar la proximidad con sus empleados, a la vez que éstos canalizan su voluntad social y estrechan su vínculo afectivo entre sí, con las personas residentes en los centros y con la propia empresa.