

GUÍA

de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector de Abastecimientos de Agua y Saneamiento

SUMMA



1. PRÓLOGO

2. INTRODUCCIÓN

3. ¿QUÉ ES UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE?

- 3.1 Antecedentes
- 3.2 La necesidad de ser socialmente responsables
- 3.3 ¿Cómo integrar la RSE en la empresa?
- 3.4 La triple dimensión económica, social y medioambiental

4. UN POCO DE HISTORIA: RSE Y AGUA

- 4.1 El compromiso del sector con la RSE
- 4.2 Aspectos legales importantes
- 4.3 Actuaciones estatales y modelos de gestión
- 4.4 El agua y la innovación

5. ¿CÓMO ACTÚA UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE CON SUS GRUPOS DE INTERÉS?

- 5.1 Actuaciones responsables con los clientes, usuarios y consumidores
- 5.2 Actuaciones responsables con los accionistas
- 5.3 Actuaciones responsables con las administraciones públicas
- 5.4 Actuaciones responsables con las comunidades locales y asociaciones
- 5.5 Actuaciones responsables con las personas
- 5.6 Actuaciones responsables con los proveedores y contratistas
- 5.7 Actuaciones responsables con la sociedad
- 5.8 Actuaciones responsables con el medio ambiente

6. ¿CÓMO IMPLANTAR UNA ESTRATEGIA DE RSE?

- 6.1 Conocer la potencialidad
- 6.2 Planificar e instrumentar el avance de la RSE
- 6.3 Implantar las actuaciones. 'Ir a hechos concretos'
- 6.4 Comunicar los avances

ARRIO



7. RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE RSE

- 7.1 Elegir el estándar a seguir
- 7.2 Identificar aquellos temas sobre los que informar y cómo hacerlo (materialidad)
- 7.3 Definir los contenidos e indicadores sobre los que informaremos
- 7.4 Identificar las fuentes de información y recopilar dicha información
- 7.5 Construir los indicadores y redactar contenidos
- 7.6 Elaborar la Memoria
- 7.7 Solicitar a un tercero independiente la verificación de la información
- 7.8 Reflexionar sobre los resultados y los nuevos retos planteados

8. INTEGRARSE EN REDES GLOBALES DE RSE

9. ANEXOS

Anexo I. Glosario

Anexo II. Direcciones útiles/links

Elaboración:

Asociación Española de Abastecimientos de Agua y Saneamiento

Edita:

MEDIARESPONSABLE, editorial especializada en Responsabilidad Social y Sostenibilidad de las Organizaciones

Depósito legal: B-23.295-2008

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, conocido o por conocer, comprendidas la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo público.



Impreso en papel ecológico
100% reciclado

1. PRÓLOGO

Me es muy grato escribir el prólogo de esta publicación, ya que está en la línea de las directrices del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y en especial de los esfuerzos que la Red Española del Pacto Mundial realiza para internalizar en las empresas españolas los 10 Principios del Pacto Mundial. Principios que se puntualizan en esta “Guía de la RSE”.

A este comentario se añade el interés especial que tiene este documento por exponer la visión de la RSE desde la perspectiva de un sector – Abastecimiento de Agua y Saneamiento - que siempre se ha considerado un Servicio Público y que, como tal, responde a la percepción de un derecho por parte de los ciudadanos. Debido a esta circunstancia, el concepto de responsabilidad social constituye una parte intrínseca de la identidad de las entidades suministradoras de agua, independientemente de que su gestión sea pública o privada.

Y es precisamente en este “solape” de intereses públicos y privados donde en general la RSE tiene su mayor razón de ser. Es en estas circunstancias - de una mayor interdependencia de la empresa con el conjunto de agentes sociales - donde los directivos deben actuar aplicando los principios que se engloban en la RSE.

Debido a que bajo estas siglas - RSE – se incluyen una gran cantidad de temas y a que en los medios se utiliza excesivamente este acrónimo sin gran explicación, cabe el peligro de que acabe siendo una etiqueta vacía

de significado. Por ello, es muy oportuna esta iniciativa de AEAS que pretende clarificar el concepto y facilitar el proceso de su aplicación en medidas concretas. Es de una utilidad destacable la orientación que suministra para ir avanzando por las diferentes etapas de su implantación, que van acompañadas de una descripción de prácticas que han tenido éxito en las empresas del sector.

Finalmente quiero poner de relieve un mensaje incluido en la guía, la conveniencia de integrarse en redes globales de RSE que vigorizan el proceso de aprendizaje necesario para ir permeando la RSE en la gestión diaria de la organización. Es un proceso que todavía no está perfectamente definido, no tiene una meta de llegada, sino que refleja una filosofía de gestión orientada hacia la innovación y la mejora continua.

Deseando al lector que estas páginas le ayuden a comprender mejor este complejo tema y le sean útiles para adaptar sus prácticas de gestión ante un mundo más global e interdependiente, le envío un saludo muy cordial,

Joaquín Garralda
Secretario de la Asociación Española del Pacto Mundial
Vicedecano del Instituto de Empresa

2. INTRODUCCIÓN

Cuando en septiembre del año 2006 la Comisión VII de AEAS propuso la creación de un Grupo de Trabajo sobre Responsabilidad Social Empresarial, apenas podía imaginar que, en menos de un año y medio, aquella idea se materializaría en esta Guía de RSE. Desde entonces y hasta el momento han tenido lugar bastantes reuniones de trabajo, puestas en común y disertaciones sobre los contenidos y la redacción de la misma. Esta Guía es así, el resultado de un trabajo coordinado y consensuado que se ha traducido en las diferentes aportaciones que cada una de las empresas participantes en el Grupo de Trabajo ha incorporado, poniendo al descubierto un nuevo horizonte en AEAS: el del compromiso con la sostenibilidad.

Si una guía es un tratado en que se dan preceptos para encaminar o dirigir; o una lista impresa de datos o noticias referentes a determinada materia, pueden existir tantas guías como cuestiones alberga el conocimiento. Pero una Guía de Responsabilidad Social Empresarial es mucho más que una intención de dar a conocer buenas prácticas empresariales en sus tres vertientes: económica, social y medioambiental. Es una apuesta, más allá de lo meramente divulgativo, por lograr que la gestión de las empresas que se ocupan del abastecimiento y saneamiento de agua en España sea realmente sostenible.

En esta Guía se describe, desde un marco teórico, la RSE y desde una perspectiva práctica, las acciones concretas que se pueden adoptar para lograr una gestión empresarial de responsabilidad social. La metodología utilizada supuso en un principio la definición de los contenidos que, posteriormente se desarrollarían entre los miembros del Grupo de Trabajo. Tras un reparto de capítulos, a algunas empresas se les asignó la redacción de la parte teórica y, a otras, la descripción de las acciones prácticas. Éstas últimas, en su mayoría, son acciones puestas en marcha en casi todas las empresas y fueron escogidas como buenos ejemplos de prácticas de RSE.

AEAS ha velado siempre por el cumplimiento de los intereses de sus empresas asociadas, que ha estado permanentemente vinculado a la mejora de la calidad del servicio, a la eficiencia y a la innovación. Pero, además, ahora están encaminados al procurar una mayor presencia en la sociedad, reto que pasa por afianzar la comunicación entre las propias empresas de agua y de éstas, con la comunidad en la que desarrollan su actividad.

Es por ello, por lo que la Responsabilidad Social de las Empresas va, cada día, ocupando un lugar más relevante en las agendas de trabajo y escalando los principales puestos en las estructuras empresariales.

Pero, si es importante que la gestión sea socialmente responsable, no lo es menos trasladar este compromiso a la sociedad a través de acciones concretas, como la publicación de Memorias de Sostenibilidad o RSE o encuentros y comunicaciones directas con los diferentes grupos de interés.

Con esta Guía, AEAS rubrica su compromiso con la sostenibilidad al aproximar a las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector la importancia y la necesidad de implantar una gestión empresarial de responsabilidad social.



**LOGOTIP
AGUAS DE
VALENCIA**



**LOGOTIP
ALJARAFESA**



**LOGOTIP
EMASA**

**LOGOTIP
EMA GIJÓN**



Los miembros del Grupo de Trabajo que han participado en la elaboración de esta Guía han sido los siguientes:

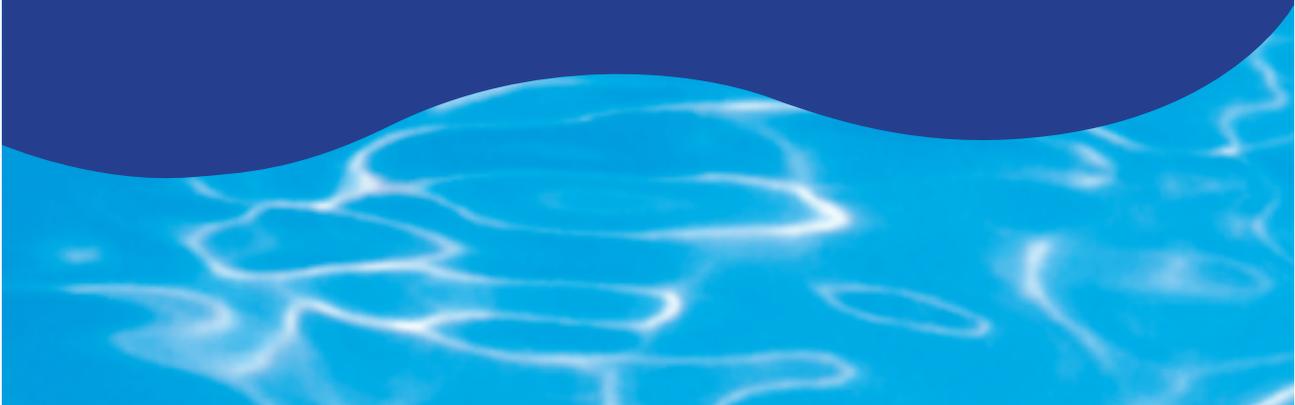
- **Fernando Porta**, Vocal coordinador de las Comisiones Técnicas de AEAS
- **Carlos Cózar**, Presidente de la Comisión VII “Economía y Estadística” de AEAS
- **Anna Bolaños**, Agbar
- **Naiara Saenz**, Agbar
- **Josep Bonet**, Companyia d’Aigües de Sabadell
- **Gonzalo Belenguer**, Aguas de Valencia
- **Cristina López**, Aljarafesa
- **Enrique Hernández**, Aqualia
- **Víctor M. Rodríguez**, Canal de Isabel II
- **Antonio Lastra**, Canal de Isabel II
- **Fernando Arlandis**, Canal de Isabel II
- **Begoña Fernández**, Empresa Municipal de Aguas de Gijón
- **Andrés Podadera**, EMASA - Málaga
- **José Manuel de la Puente**, EMASESA - Sevilla
- **María del Mar Martín**, EMASESA - Sevilla

Aeas



Asociación Española de
Abastecimientos de Agua
y Saneamiento

3. ¿QUÉ ES UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE?





3.1. ANTECEDENTES

Hasta hace relativamente muy poco, las empresas tenían como principal objetivo la maximización del beneficio económico. Todas sus perspectivas, controles y anhelos eran fundamentalmente asignados desde unos requerimientos estrictamente económicos. La principal función de la empresa consistía en producir una serie de productos y servicios que respondieran a la demanda de la sociedad y generar, de este modo, beneficios para sus propietarios y accionistas, así como indirectamente bienestar para la sociedad a través del pago de impuestos y de la creación de empleo.

Sin embargo, esta perspectiva puramente economista está cambiando en la actualidad y, cada vez más, se habla de la necesidad de establecer una nueva relación entre la empresa y la sociedad del siglo XXI en la que las empresas asuman el compromiso de actuar de una manera más responsable y sostenible en la sociedad, tratando de hacer compatible su legítima búsqueda de la rentabilidad económica con unos criterios de gestión que persigan la creación de valor, no sólo para los accionistas, sino también para el resto de sus grupos de interés (administraciones públicas, empleados, proveedores, clientes, ONG, medios de comunicación, sociedad en general, etc.)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) –también llamada Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Corporativa (RC)– es la contribución de las empresas al objetivo de alcanzar el desarrollo sostenible, siendo definido este concep-

to, por primera vez, en 1987 por la Comisión Mundial sobre Medio ambiente y Desarrollo en el informe Nuestro Destino en común –más conocido como el Informe de la Comisión Brundtland– como “el desarrollo que satisface las necesidades presentes sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas”. El informe señalaba tres dimensiones del desarrollo sostenible: desarrollo económico, protección ambiental y equidad social.

Este informe, junto con la cumbre de las Naciones Unidas sobre desarrollo sostenible celebrada en Johannesburgo en el año 2002 y numerosas convenciones internacionales, normas e iniciativas públicas y privadas, no ha hecho más que cimentar la idea de que las empresas pueden y deben contribuir al desarrollo sostenible.

Más recientemente, instituciones internacionales como la ONU o la OCDE, han elaborado diversos documentos sobre RSE, como Líneas directrices para empresas multinacionales. Otros organismos, como el Banco Mundial y su Oficina de Prácticas de RSE, aconsejan a los gobiernos de los países en desarrollo sobre las políticas que deben adoptar para exigir un comportamiento responsable a las grandes empresas. Naciones Unidas lanzó, en 1999, el Pacto Mundial, que persigue crear una red integrada de trabajo entre las compañías, las ONG, las uniones sindicales y la ONU y sus organizaciones sectoriales, para fomentar el cumplimiento de diez principios universales referidos a estándares laborales, derechos humanos, medio ambiente y lucha contra prácticas de corrupción y soborno.

Las empresas responsables tratan de hacer compatible su legítima búsqueda de la rentabilidad económica con unos criterios de gestión que persigan la creación de valor, no sólo para los accionistas, sino también para el resto de sus grupos de interés

El concepto de Responsabilidad Social

La Unión Europea (UE) es otro organismo activo en la definición y promoción de la Responsabilidad Social. Su Libro Verde Fomentar un marco europeo para la RSE, del año 2001, hace una definición de la RSE como la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Mucho más recientemente, en 2007, el Parlamento Europeo adopta una resolución sobre la RSE de las empresas, que lleva por título Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE.

Encontrar el adecuado equilibrio entre la producción de bienes y servicios, necesarios para abastecer a la mayor parte de la población actual que aún carece de ellos y para mejorar la calidad de vida de la sociedad desarrollada, el respeto al entorno y los comportamientos socialmente responsables, es objeto del desarrollo sostenible.

En nuestro país, cabe destacar en esta línea los recientes trabajos realizados por la Subcomisión Parlamentaria, el Foro de Expertos en RSE y la Mesa de Diálogo Social, constituidos en el seno del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, e inspirados, a su vez, en la Unión Europea en su Libro Verde.

En el documento consensuado por el Foro se define la RSE como “la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias e impactos de sus acciones”.

3.2. LA NECESIDAD DE SER SOCIALMENTE RESPONSABLES

La idea de que las empresas deben responder de sus actos, no solo ante sus propietarios sino ante el conjunto de la sociedad, no es nueva. La primera mención de este término en la literatura de la gestión tuvo lugar en una nota interna del Instituto de Investigación de Stanford en 1963. Sin embargo, algunos autores argumentan que las teorías sobre los grupos de interés son anteriores, en más de 60 años, a estos trabajos pioneros.

Hasta hace poco, se consideraba que los factores más claros de competitividad eran la calidad del producto o del servicio y el precio. Actualmente, se tienen en cuenta aspectos menos tangibles: la reputación, las buenas prácticas, la Responsabilidad Social y ambiental, en definitiva, asuntos que permiten diferenciar la gestión de la empresa de su competencia, mediante el aumento de la productivi-

El éxito empresarial se desplaza, cada vez más, de los resultados económicos hacia los beneficios sociales y medioambientales

dad, la disminución de costes y riesgos, el acceso a mercados nuevos, la preservación del entorno y la creación de nuevas relaciones con el colectivo circundante.

En definitiva, la RSE se basa en la evidencia de que los resultados obtenidos en la empresa mejorarán si se mantienen relaciones de oportunidad con los grupos de interés a los que afecta su actividad; es decir, si se conocen sus expectativas previamente y se tienen en cuenta en los procesos de toma de decisión de los gestores. El éxito empresarial se desplaza, cada vez más, de los resultados económicos hacia los beneficios sociales y medioambientales.

La reputación es un activo crucial y vulnerable de las compañías. Se trata del modo en que la compañía es percibida por los distintos grupos de interés. Aquellas empresas con mejor reputación disfrutan de ventajas a la hora de atraer talento; tienen mayor lealtad por parte de sus clientes; generan ratios PER (price earning) más altos; y asumen menores costes de capital. En definitiva, la reputación es una importante fuente de ventajas competitivas.

Las organizaciones siempre han gestionado los riesgos económicos y financieros, pero solo recientemente han empezado a trabajar también los reputacionales, relacionados con aspectos sociales, medioambientales y éticos.

CUADRO 1

REPUTACIÓN = COMUNICACIÓN X COMPORTAMIENTO



No tiene sentido distinguir entre empresas grandes y pequeñas, ya que la RSE no es un añadido a la actividad empresarial, sino que debe formar parte íntegra de ella

La gestión de estos riesgos se traduce en la introducción en la práctica empresarial de diversas técnicas útiles para su gestión. (CUADRO 1)

En todos estos aspectos no tiene sentido distinguir entre empresas grandes y pequeñas, ya que la Responsabilidad Social no es un añadido a la actividad empresarial, sino que debe formar parte íntegra de ella y, por lo tanto, debe integrarse en cualquier modelo de gestión. No es una cuestión de tamaño, sino de responsabilidad y compromiso.

Las empresas socialmente responsables no tienen que dedicarse a la filantropía, sino que deben realizar su actividad

siendo conscientes de su impacto sobre las personas, la sociedad y el medio ambiente; y cambiando su estrategia. (CUADRO 2)

En definitiva, se trata de que las empresas, además de fabricar productos y prestar servicios, se preocupen de aspectos tales como las condiciones de desarrollo del trabajo en sus instalaciones; el respeto a los consumidores como clientes y ciudadanos con derechos; la preocupación por la conciliación de la vida laboral y familiar de la plantilla; el impacto de la actividad industrial en el entorno social y natural; la transparencia informativa; o el mantenimiento de la confianza de los inversores.

CUADRO 2

ANTES FILANTROPÍA	AHORA RESPONSABILIDAD
ACTIVIDAD ESPORÁDICA	ACTIVIDAD PERMANENTE
GASTO	INVERSIÓN
DONATIVO	PROGRAMA ESTRUCTURADO
INSTITUCIONAL	PARTICIPATIVO
DISCRECIÓN (PERFIL BAJO)	REPUTACIÓN
¡¡POR ALGO LO HARÁN!!	EMPRESA COMPROMETIDA



3.3. ¿CÓMO INTEGRAR LA RSE EN LA EMPRESA?

La gestión de cualquier empresa debe contribuir al desarrollo sostenible. Según un estudio de IESE, la Fundación Entorno y de PricewaterhouseCoopers, una empresa sostenible es aquella que integra los valores de: sostenibilidad, visión a largo plazo, diversidad (de opiniones, culturales, edad, sexo...), apertura en el diálogo con las partes interesadas (*stakeholders*), integridad y responsabilidad.

Está demostrado que la apuesta decidida por la RSE está ayudando a las empresas a mejorar sus resultados notablemente, dado que, en principio, supone una revisión del modelo de negocio seguido hasta el momento. Así, la RSE aporta valor a los accionistas de estas empresas, al obtener mejores resultados financieros; aporta valor a los clientes, influyendo positivamente en la decisión de compra de éstos; y finalmente, aporta valor a los empleados de estas empresas, contribuyendo al aumento de la productividad y compromiso de éstos.

La integración de las políticas de RSE en la estrategia empresarial debe llevar implícitas una serie de decisiones irrefutables que contribuirán a asegurar el éxito de la gestión.

En primer lugar, la RSE requiere indefectiblemente la total implicación de la alta dirección de la empresa. Además, puede crearse un comité específico de RSE que defina y propicie la asunción, por parte de la organización, de los principios y valores que determinarán las decisiones futuras.

Una vez consolidada esta primera fase, es preciso determinar los grupos de interés con los que se relaciona

la empresa y fijarse objetivos concretos relacionados con la responsabilidad social y medioambiental de la compañía. Hay que evaluar, en este estadio, los riesgos y oportunidades que ofrece la RSE a la empresa y después, establecer y desarrollar indicadores de seguimiento para el cumplimiento de los objetivos fijados.

Finalmente, para concluir este proceso, es necesario adoptar una política de transparencia informativa, para comunicar a toda la sociedad los logros alcanzados por la empresa en materia de RSE.

La RSE requiere indefectiblemente la total implicación de la alta dirección de la empresa. Además, puede crearse un comité específico de RSE que defina y propicie la asunción, por parte de la organización, de los principios y valores que determinarán las decisiones futuras

3.4. LA TRIPLE DIMENSIÓN ECONÓMICA, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

Las responsabilidades de cualquier organización son generalmente de índole económica, sociocultural y medioambiental. Esta triple visión de las responsabilidades de la empresa fue propugnada por John Elkington y se refiere a un enfoque multidimensional del balance de las compañías completando el tradicional resultado contable del año, con el resultado ecológico (relativo a su impacto medioambiental) y el resultado social (en términos de su contribución a la calidad del entorno laboral y a su participación en la comunidad en la que opera).

El triple balance (económico, social y medioambiental) obedece al cambio experimentado por la sociedad, habiéndose vuelto más reflexiva y autocrítica consigo misma. En este sentido, la empresa para ser sostenible, tiene que marcarse esta triple finalidad: ser económicamente viable, ser socialmente beneficiosa y ser ambientalmente responsable.

En cuanto a las responsabilidades en el ámbito económico, una empresa socialmente responsable debe crear valor para el accionista o propietario garantizando un uso adecuado del capital; atender a las demandas del cliente ofreciendo servicios de calidad, precios competitivos, etc; pagar precios justos a los proveedores por sus productos o servicios, sin abusar del poder del mercado; y preservar y generar empleo, pagando salarios justos a la plantilla, proporcionando beneficios sociales, estabilidad, etc.

La responsabilidad de la empresa desde el punto de vista político y sociocultural, implica el respeto de la legislación vigente, el respeto de las costumbres sociales

y de la herencia cultural, así como una preocupación por la vida política y cultural. Este último aspecto supone un papel más activo de la empresa a la hora de solventar problemas sociales, así como en el momento de acometer iniciativas que mejoren el bienestar de la sociedad en la que están desarrollando su actividad.

En el área del medio ambiente, una empresa que integre la RSE en su estrategia debe estar convencida de que cualquier decisión o acción llevada a cabo por parte de la organización tendrá un impacto sobre el estado del entorno, bien a través de los recursos naturales empleados, bien a través de la contaminación provocada por los servicios o productos generados.

La empresa debe contribuir al desarrollo sostenible, satisfaciendo las necesidades de hoy sin comprometer las de las generaciones futuras.

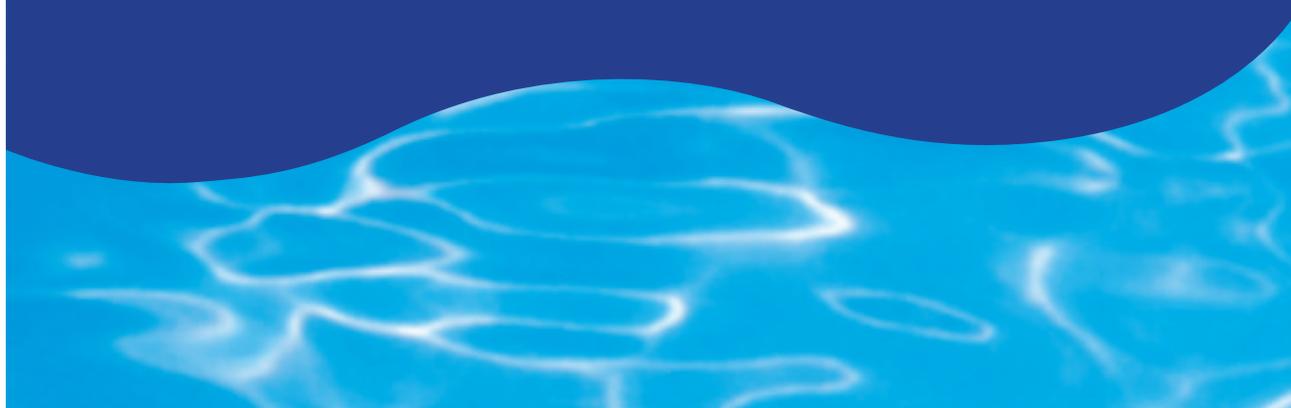
Para ser sostenible, la empresa tiene que marcarse esta triple finalidad: ser económicamente viable, socialmente beneficiosa y ambientalmente responsable

Aeas



Asociación Española de
Abastecimientos de Agua
y Saneamiento

4. UN POCO DE HISTORIA: RSE Y AGUA





El agua es, probablemente, una de las actividades que más fácilmente se identifica con los fines y objetivos de la Responsabilidad Social, ya que constituye un recurso natural que, por su carácter de bien básico para la sociedad, permite tanto el desarrollo de la misma como el mantenimiento de los estándares de calidad de vida.

El agua es el elemento más importante para la vida en la Tierra después del oxígeno. Nuestro cuerpo se compone fundamentalmente de agua. La tenemos dentro, a nuestro alrededor, cubre las tres cuartas partes de la tierra y, gracias a ella, el hombre se ha desarrollado, ha podido cultivar sus tierras, crear sus ciudades, hacer funcionar sus fábricas, ha podido vivir y evolucionar.

La importancia del agua es incuestionable. Sólo un 1% del volumen total del agua del planeta está disponible para el consumo humano y sin agua la vida no es posible. Por ello, el uso no sostenible del agua compromete la prosperidad de las generaciones venideras. Es un elemento vital para nuestra existencia, básico para nuestros usos y hábitos cotidianos, crucial para el desarrollo económico y la prosperidad de las sociedades, pero también es un recurso limitado y hay que gestionarlo de modo sostenible.

Aunque el agua está aparentemente disponible para su uso en el medio natural, sólo está lista para el consumo si está en permanente vigilancia por parte de profesionales especializados que intervienen a lo largo del proceso del ciclo integral del agua.

El ciclo integral del agua comprende desde la captación, potabilización y tratamiento del agua recogida del medio

natural, hasta su distribución y recogida de las aguas usadas para su posterior depuración y devolución al medio del que se ha obtenido en condiciones óptimas que no perjudiquen el entorno. En pocas palabras, el proceso abarca desde el abastecimiento del agua potable hasta el saneamiento de las aguas residuales.

El agua es, probablemente, una de las actividades que más fácilmente se identifica con los fines y objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial, ya que constituye un recurso natural que, por su carácter de bien básico para la sociedad, permite tanto el desarrollo de la misma como el mantenimiento de unos estándares de calidad de vida

4.1. EL COMPROMISO DEL SECTOR CON LA RSE

Proveer de agua potable a la población, eliminar riesgos sanitarios gracias al saneamiento urbano, gestionar en épocas de estrés hídrico, prevenir inundaciones mediante la gestión avanzada del drenaje urbano... La sola enunciación de lo que constituye el núcleo de la gestión de las empresas que trabajan en el ciclo integral del agua pone de manifiesto el hecho de que probablemente haya pocos ámbitos como éste en el que el ejercicio de la Responsabilidad Social sea tan intrínseco al ejercicio de una actividad económica. Aún más, se puede afirmar que el agua de calidad y con total garantía sanitaria es un ejercicio de excelencia en el campo de la RSE.

Al tratarse el agua de un recurso tan natural y escaso, la dimensión ambiental probablemente tenga más peso desde un punto de vista responsable y sostenible. Por ello, los grupos de interés que tienen una mayor incidencia en la actividad de las empresas del sector suelen ser las comunidades locales (incluyendo los recursos naturales y habitantes); sin olvidar, por supuesto, a los clientes finales y empleados, que también tienen un peso muy importante.

Las empresas que tienen la responsabilidad de gestionar servicios locales como los que se engloban dentro del ciclo integral del agua tienen y deben mantener un compromiso muy claro respecto a sus grupos de interés que comprenda, como mínimo, dos vertientes: ofrecer un servicio de calidad y seguro; e informar y sensibilizar al público en general sobre el uso sostenible de los recursos, especialmente del agua.

Para el primero de estos objetivos, las empresas se dotan de medios humanos y técnicos que revierten, entre otras

muchas actividades, en miles de análisis diarios, que aseguran la garantía sanitaria en la provisión de agua potable o en la depuración de las aguas residuales, así como en la inspección, mantenimiento y actualización de sus redes de distribución y saneamiento, previniendo fugas y otras incidencias que puedan significar una merma del recurso o cualquier peligro sanitario para la población.

La segunda vertiente del compromiso, la información y la sensibilización del público en general, ha de permitir la corresponsabilidad, es decir, que la conservación del agua se contemple como un objetivo de todos y para todos. En este sentido, es notable el esfuerzo realizado desde hace muchos años por las empresas del sector en la elaboración de documentos, trípticos, juegos, así como en la participación de ferias y congresos de todo tipo con una finalidad principal: propiciar el consumo responsable y sostenible.

A lo largo de este documento, los lectores podrán conocer algunas buenas prácticas llevadas a cabo por empresas del sector con sus diferentes grupos de interés. Se trata de una muestra de que la práctica de la Responsabilidad Social por parte de las empresas que participan en el ciclo integral del agua es una realidad pareja a su propia existencia. Independientemente del nombre que se le dé, siempre han llevado a cabo acciones en el marco de la Responsabilidad Social.

La conservación del agua se debe contemplar desde la corresponsabilidad, como un objetivo de todos y para todos

4.2. ASPECTOS LEGALES IMPORTANTES

Es importante destacar la evolución normativa en el campo del agua a nivel europeo, de manera especial la “Directiva 2000/60/CE del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se establece un marco comunitario de actuación en el ámbito de la política de aguas”, más conocida como la Directiva Marco del Agua (DMA), que avanza también hacia formas de gestión del agua cada vez más sostenibles, al señalar que sólo mediante la incorporación de la participación social en la gestión del agua se lograrán dichos objetivos.

La gestión del agua es una de las actividades más reguladas que existen. Bajo el prisma de esta nueva Directiva, el agua deja de considerarse exclusivamente como recurso y se contempla como un elemento básico de los ecosistemas hídricos y una parte fundamental para el sostenimiento de una buena calidad ambiental.

La Directiva pretende promover y garantizar la explotación y el uso del medio de manera responsable, racional y sostenible y pone el acento en la participación ciudadana, en la gestión eficiente de los recursos y en la conservación del medio. De este modo, la Directiva nace con la voluntad de ordenar y gestionar de manera integrada el agua disponible dentro su ciclo natural, contabilizando su funcionalidad dentro del medio natural y su uso como recurso. Para ello, se basa en los siguientes principios:

1. Principio de no deterioro y logro del buen estado integral de las masas de agua superficiales y subterráneas.
2. Principio del enfoque combinado de la contaminación y gestión integrada del recurso.

3. Principio de plena recuperación de costes de los servicios relacionados con el agua, incluidos los costes medioambientales y los relativos a los recursos, teniendo en cuenta el principio de “quien contamina paga”.
4. Principio de participación pública y transparencia en las políticas del agua.

Bajo la nueva Directiva, el agua deja de considerarse exclusivamente como recurso y se contempla como una parte fundamental para el sostenimiento de una buena calidad ambiental

4.3. ACTUACIONES ESTATALES Y MODELOS DE GESTIÓN

Además de esta normativa internacional, existen otras actuaciones por parte de los Gobiernos. En nuestro país sus objetivos básicos son:

- Superar, definitivamente, las carencias existentes en España en el control público de uso del agua y de su calidad, así como en la garantía del agua necesaria para cada territorio y en la eficiencia en todo tipo de usos del agua.
- Adecuar la política del agua a la legislación y a los criterios de la Unión Europea, introduciendo mayores exigencias de racionalidad económica, sostenibilidad ambiental y participación pública, garantizando así, además, el acceso a los fondos europeos y evitando las consecuencias económicas e institucionales del incumplimiento de las normas europeas.

También es importante señalar que en España existen tres modelos básicos de gestión del ciclo integral del agua en los municipios: público, mixto y privado. El sistema de gestión público lo realizan los ayuntamientos, que administran y explotan directamente el abastecimiento y saneamiento de sus ciudades, como servicio municipal o por medio de empresas municipales (100% propiedad de la corporación municipal). El sistema mixto es el realizado por las corporaciones municipales en conjunción con empresas privadas. Las sociedades de gestión mixta tienen, por lo tanto, varios accionistas de referencia: la corporación municipal y una o más empresas privadas. Finalmente, en el sistema de gestión privado, la corporación municipal cede la gestión de todo o parte del ciclo integral del agua a una empresa privada por medio de una concesión administrativa, aunque el ayuntamiento mantiene la titularidad del servicio.



DÍA MUNDIAL DEL AGUA

La importancia del Agua hace que incluso la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptara en 1993 la resolución por la que el 22 de marzo de cada año es declarado Día Mundial del Agua. Se invitó entonces a los diferentes Estados a consagrar este día, en el marco del contexto nacional, a la celebración de actividades concretas como el fomento de la conciencia pública a través de la producción y difusión de documentales y la organización de conferencias, mesas redondas, seminarios y exposiciones relacionadas con la conservación y desarrollo de los recursos hídricos, así como con la puesta en práctica de las recomendaciones de la Agenda 21. En el último Día Mundial del Agua, celebrado en 2008, el director general de la UNESCO, Koichiro Matsuura, se centró en el saneamiento y, entre otras cosas, recordó que “uno de los mayores retos que afronta la humanidad es mejorar el bienestar de los 2.600 millones de seres humanos –el equivalente a la mitad de la población del mundo en desarrollo– que carecen de acceso a saneamiento básico”. También señaló que “el acceso a agua potable y servicios básicos de saneamiento es un requisito *sine qua non* para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio relativos a la pobreza, la salud, el género y la sostenibilidad medioambiental. “La mejora del saneamiento tendrá repercusiones positivas tanto en la salud humana como en el medio ambiente”, subrayó.



4.4. EL AGUA Y LA INNOVACIÓN

La Responsabilidad de las empresas del sector está muy ligada a la innovación. Se trata de un ámbito de trabajo en el que la búsqueda de las mejores tecnologías revierte en una mayor eficiencia en el uso de los recursos, en la disminución de pérdidas en las redes de distribución, en la mejora de la calidad de las aguas de consumo humano, y así en muchos otros campos, lo que constituye un beneficio claro para el medio ambiente y las personas.

El mundo profesional del agua está esforzándose en buscar el equilibrio entre los factores económicos, ambientales y sociales de su actividad, contribuyendo al ejercicio de la Responsabilidad Social, desde el punto de vista de la gestión empresarial.

En este entorno, las empresas del sector de los Abastecimientos de Agua y Saneamiento pueden aportar toda su experiencia y acometer ambiciosas actuaciones dentro de su ámbito de competencias, considerando su importancia desde el punto de vista social y medioambiental. Pueden dedicar sus esfuerzos, de este modo, tanto a actividades puramente ligadas a su negocio (eficiencia y ahorro del recurso, apoyo para el abastecimiento en países en vías de desarrollo, contribución a la formación de sus técnicos, etc.), como a aspectos más generales y asociados a las inquietudes y preocupaciones de la sociedad actual (integración de personas desfavorecidas en el ámbito laboral, voluntariado de los empleados, etc.).

Las opciones son muchas y cada empresa deberá ser, en función de sus recursos, capacidades y entorno geográfico de actuación, la que deberá plantear su estrategia

para contribuir, desde el ámbito empresarial, al avance de la sociedad y a lograr un verdadero desarrollo sostenible en toda su cadena de valor.

Aún así, en España son pocas las empresas que hasta el momento publican Informes o Memorias de RSE (Agbar, Aqualia, Emasesa, Canal de Isabel II). La falta de costumbre y motivación individual de las empresas, la dificultad de sistematizar todas las acciones relevantes en materia de Responsabilidad Social y ambiental, el tamaño de las empresas o, en algunos casos, la propia titularidad de la gestión, al estar directa o indirectamente en manos de la administración local (entidades todavía poco acostumbradas a emitir este tipo de información sistemática) son las principales razones de esta situación.

Todas ellas tienen solución y una de las más factibles, al menos hasta la plena incorporación de cada una de ellas a la sistemática de la RSE, es la agrupación geográfica o en sus asociaciones (AEAS, ASA, etc.), marcando objetivos y líneas de actuaciones sectoriales, como las que se quieren fomentar desde este documento.

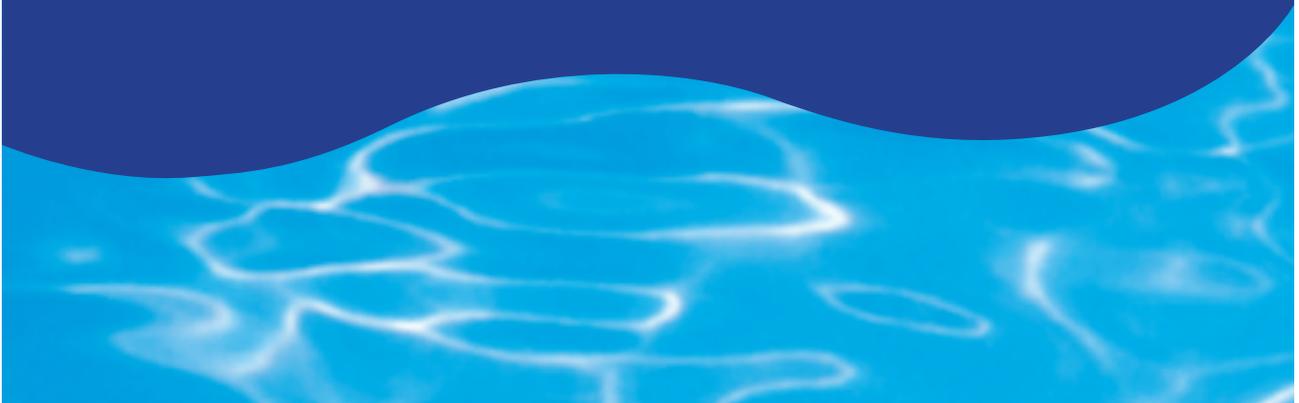
Cada empresa deberá plantear su estrategia para contribuir, desde el ámbito empresarial, al avance de la sociedad y a lograr un verdadero desarrollo sostenible en toda su cadena de valor

Aeas



Asociación Española de
Abastecimientos de Agua
y Saneamiento

**5. ¿CÓMO ACTÚA UNA
EMPRESA SOCIALMENTE
RESPONSABLE
CON SUS GRUPOS
DE INTERÉS?**





Como ya se ha ido comentado a lo largo de la Guía, las empresas del Sector del Agua son parte responsable del reto que supone la gestión del agua para el futuro de nuestra sociedad y para la consecución de un desarrollo sostenible. Para conseguirlo es indispensable, entre otras cosas, optimizar la gestión integral del agua, promover un consumo responsable y lograr llevar a los ciudadanos un agua disponible con una calidad y en cantidad suficiente.

En esta línea, también resulta imprescindible mantener una relación y diálogo continuo y transparente con los grupos de interés con los que las empresas del Sector interactúan. No en vano, los principales retos de la gestión del agua sólo se pueden entender en el contexto del papel que desempeña el agua en el mundo. Las presiones y complejidades a las que los administradores del agua se enfrentan son enormes. El marco de la gestión del agua es cambiante, los recursos pueden variar considerablemente en el tiempo y en el espacio. Por lo tanto, los distintos agentes implicados deben realizar una adecuada gestión integral del agua incluyendo aspectos sociales, ambientales y técnicos, y siempre con la vista puesta en el largo plazo.

Los grupos de interés (*stakeholders*) de una organización son las personas o colectivos que se ven afectados o afectan a sus actividades y que mantienen un mismo tipo de relación con ella. Pueden ser internos (accionistas, empleados) o externos (clientes, proveedores, competidores, administración, medios de comunicación, ONG, etc.).

Hasta tal punto es importante este aspecto, que se considera que una empresa es socialmente responsable cuando

responde satisfactoriamente a las expectativas de sus grupos de interés. Por lo tanto, la empresa debe ser capaz de conjugar expectativas y prioridades de los distintos grupos de interés con los que se relaciona, para lo que tendrá que actuar sobre sus procesos y sobre sus resultados. Mientras que en el primer aspecto se trata de identificar, cuantificar y controlar los impactos económicos, ambientales y sociales sobre sus resultados, en el segundo el objetivo es maximizar sus resultados económicos, sociales y medioambientales, minimizando y mitigando aquellos resultados negativos o perjudiciales para los ámbitos anteriormente mencionados.

A continuación, se presentan los principales grupos de interés que se identifican en el caso del Sector del Agua, así como algunos de los compromisos que se contraen con ellos:

Resulta imprescindible mantener una relación y un diálogo continuo y transparente con los grupos de interés con los que las empresas del sector interactúan

Se considera que una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas de sus grupos de interés

El compromiso con accionistas e inversores:

Las empresas del sector deben crear valor añadido para los inversores a través de actuaciones sostenibles y responsables; así como establecer los canales de comunicación adecuados que permitan una relación transparente y bidireccional; y apostar por fondos socialmente responsables, yendo más allá de los intereses e inquietudes puramente económicas.

El compromiso con los clientes o consumidores:

Mejorar la calidad de los servicios y productos que ofrecen las empresas del sector y acercarse a las necesidades específicas de cada uno de los segmentos es uno de los principales compromisos de las compañías del sector con el grupo de interés que conforman los clientes. Otros compromisos son:

- Ofrecer una oferta innovadora que incremente la comodidad y fiabilidad del servicio y/o producto.
- Establecer los canales de comunicación adecuados y bidireccionales para incentivar un feedback eficiente y garantizar un diálogo transparente con el usuario de los servicios.
- Compatibilizar calidad con sostenibilidad.
- Actuar de manera proactiva respecto a la evolución normativa de cada sector, anticipándose a futuros requerimientos, para ofrecer garantía y seguridad en el suministro de servicios y productos.

El compromiso con trabajadores y sindicatos:

Las empresas deben contar con una política integral de Recursos Humanos que contemple la Responsabilidad Social de la compañía, y ofrezca al empleado un programa de formación y desarrollo profesional y personal que le permite prosperar. Como en los anteriores grupos de

interés, es necesario establecer canales de comunicación y herramientas de diálogo que inviten al trabajador a participar. Por último, las empresas deben asumir el compromiso de velar por la salud y seguridad laboral.

El compromiso con el entorno:

En este punto, las empresas tienen un compromiso con la sociedad y con el entorno en el que desarrollan su actividad, que debe pasar por un respeto del medio ambiente, así como de la comunidad local, cuyas consideraciones debe tener en cuenta.

El compromiso con los proveedores:

Establecer relaciones basadas en los principios de integridad y honestidad es parte de la Responsabilidad Social que las empresas del sector tienen con sus proveedores. Para ello, se debe promover la transparencia en las relaciones y mantener los criterios objetivos de selección. Por otra parte, las compañías pueden fomentar las prácticas de sostenibilidad en este colectivo, apostando por aquellas empresas proveedoras más comprometidas con la RSE.

El compromiso con asociaciones profesionales y otras organizaciones:

Fomentar la asunción de las mejores prácticas en las actividades de las empresas del sector; y aportar el conocimiento humano y técnico para la resolución de problemáticas compartidas son algunos de los compromisos que las compañías pueden asumir en relación a este grupo de interés.

El compromiso con las administraciones públicas y los medios de comunicación:

La empresa debe mantener unas relaciones fluidas y transparentes tanto con las administraciones públicas

como con los medios de comunicación y otros grupos de interés que se identifiquen de manera particular, con el objetivo de poder atender a sus demandas.

Dado que la adecuada gestión de las relaciones con los grupos de interés forma parte de la estrategia de la compañía, los resultados obtenidos permiten a la organización reflexionar sobre el mejor modo de gestionar las relaciones con los *Stakeholders*.



Minicentral hidraulica de Zufre

© EWAESA

ESTUDIO DE MATERIALIDAD

El estudio de materialidad permite a la empresa identificar aquellos asuntos que merecen una atención especial por parte de la compañía y valorarlos en función de las ventajas competitivas que presentan y el comportamiento de la compañía en relación con el sector.

Así, el conocimiento del entorno ofrece a la empresa un punto de partida sobre el que realizar un análisis interno respecto a las capacidades de la compañía de generar oportunidades competitivas como fruto de las actuaciones en Responsabilidad Social Corporativa.

Con este ejercicio, los responsables de RSE pueden identificar algunas líneas prioritarias:

- Vincular la estrategia del negocio con la sostenibilidad.
- Gestionar la utilización de recursos hídricos de una forma sostenible.
- Desarrollar las capacidades/talento de la empresa.
- Gestionar la comunicación con sus grupos de interés.

Los miembros de la organización encuadran cada uno de estos grupos en una matriz que permite identificar aquellos en los que la compañía debe enfocar sus esfuerzos. Cada uno de los grupos de interés analizados será valorado en dos dimensiones: capacidad de impacto y calidad en la gestión.

El ejercicio permite encontrar oportunidades de mejora en la relación con algunos grupos de interés.

5.1. ACTUACIONES RESPONSABLES FRENTE A CLIENTES, USUARIOS Y CONSUMIDORES

Las empresas no son entidades aisladas, sino que son una parte más de la sociedad en la que están enmarcadas y a la que sirven. Esta relación cada vez más compleja e interdependiente entre la empresa y la sociedad del siglo XXI contempla dos grandes dimensiones: la interna y la externa, siendo en esta última en la que se enmarca la relación de las organizaciones del sector del agua con clientes, usuarios y consumidores en general.

Los clientes, consumidores o usuarios de los servicios de una empresa de aguas son, por tanto, uno de los principales grupos de interés, por lo que su correspondencia y lealtad son indispensables. A ellos se debe orientar un gran esfuerzo para mejorar y hacer cada día más sostenible el servicio, por lo que es imprescindible incrementar permanentemente la calidad de las relaciones, manteniendo su interés y consiguiendo su agradecimiento.

En este aspecto, una empresa socialmente responsable es aquella que o bien elabora productos seguros y con calidad o bien presta servicios acordes con lo demandado desde la sociedad, o realiza ambos procesos. Sea lo que fuere, en ambos casos su producción debe ser respetuosa con el medio ambiente y socialmente responsable, y todo ello ofertando unos precios competitivos.

En este sentido, son muchas las posibilidades que una empresa puede acometer para mejorar su relación con los clientes y, consecuentemente, aumentar su índice

de Responsabilidad Social Empresarial. A continuación, se describen algunas de estas acciones agrupadas en cuatro grandes epígrafes que responden a políticas de gestión responsable y sostenible:

BUENAS PRÁCTICAS

Garantía de la calidad del servicio

La buena práctica de Emasesa 'Garantía de la calidad del servicio' es un buen ejemplo de cómo dotar de alta calidad los productos y servicios prestados por la empresa. Se trata de un indicador que se refleja en el cumplimiento de los requisitos legales, certificaciones, acreditaciones, información transparente y oferta de servicios demandados por el mercado. En esta línea, Emasesa cuenta con un plan de calidad para certificar el Sistema de Gestión de la Calidad y Ambiental aplicable a toda su actividad según las Normas UNE-EN ISO 9001:2000 y UNE EN ISO 14001:2004, así como la acreditación de los laboratorios de Emasesa como laboratorios de ensayo por la norma UNE EN ISO/IEC 17025:2005, que confirma su competencia técnica y garantiza la fiabilidad de sus resultados, y la acreditación del Área de Control de Vertidos como entidad de inspección por la norma UNE EN ISO/IEC 17020:2005.

Las empresas pueden asumir un compromiso de ir más allá de la legislación ambiental vigente y aspirar a convertirse en compañías sostenibles



© EMASESA

Laboratorios donde se realizan los controles de calidad.

ACCIONES DE POLÍTICA DE GESTIÓN RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

A. DOTAR DE ALTA CALIDAD LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PRESTADOS POR LA EMPRESA:

- Obtención de certificaciones de calidad (ISO, EFQM, etc...).
- Elaboración de auditorías internas y externas periódicas.
- Incorporación de las últimas tecnologías a sus procesos productivos.
- Inversión en I+D+i.
- Declaración de principios éticos de comercio y servicios.

C. AUMENTAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y USUARIO:

- Servicios de atención al cliente, buzones de queja, canales de comunicación, etc.
- Realización de encuestas para conocer el grado de satisfacción de los clientes.
- Obtención de compromisos de calidad, como aplicación directa de buenas prácticas empresariales.
- Atención a las reclamaciones, con elaboración de estadísticas sobre su respuesta, rechazo, etc.

B. OFRECER INFORMACIÓN TRANSPARENTE Y REFORZAR LA COMUNICACIÓN CON LOS ENTES Y USUARIOS:

- Elaboración de informes públicos, explicando sus procesos, productos y resultados, así como índices de productividad, éxitos, premios, etc.
- Instalación de sistemas de información veraces y transparentes.
- Realización de jornadas de 'puertas abiertas'

D. IMPULSAR ACCIONES DIVULGATIVAS Y EDUCATIVAS DE CONCIENCIACIÓN:

- Actuaciones de sensibilización social y concienciación en la comunidad sobre la cultura del agua con diversas asociaciones (colegios, centros de mayores, asociaciones de vecinos, de consumidores, etc.)
- Difusión de los logros para hacer partícipes a los clientes de los mismos.



© EMASESA

Página de inicio de la oficina virtual de Emasesa

Creación y mantenimiento de la página web

La creación de una página web puede ser otro canal de comunicación a través del cual se permite a los usuarios/clientes acceder a información sobre la empresa, así como facilitarles la posibilidad de realizar gestiones on-line. En este sentido, www.aguas-desevilla.com cuenta con un servicio de atención al usuario que, bajo la denominación 'Oficina Virtual de Emasesa', pretende facilitar el acceso a los servicios de la empresa municipal de aguas desde cualquier terminal informático. Esta herramienta permite solucionar de un modo rápido y cómodo todos los trámites relacionados con la gestión de contratos, pagos de facturas pendientes, realización de lecturas, consultas de facturas o realización de reclamaciones. Por otra parte, y para dar a conocer las prestaciones y los índices de cumplimiento de los compromisos de calidad adquiridos con los ciudadanos, la web tiene un apartado de 'Calidad'. Además, incorpora las 'Cartas de Servicio' que, firmadas por el alcalde de la ciudad y presidente de Emasesa, describen los derechos de los ciudadanos y ciudadanas, los indicadores de calidad, las formas de colaboración y participación, y los compromisos de calidad, entre otros aspectos.

Por otra parte, en aqualia.es el cliente dispone de toda la información sobre la empresa y sus servicios. Ello permite tener un contacto más cercano y ágil entre aqualia y el cliente final. Su web abarca dos dimensiones: la corporativa o general, con todo tipo de información de interés vinculada a la empresa, y la de servicio. Cabe recordar que, en el momento de su lanzamiento, el website de aqualia fue el primero de entre las empresas del sector en estar adaptado a invidentes.

Otra de sus principales características es que, además de incorporar contenidos propios de los diferentes departamentos y servicios de la compañía, permite una mayor comodidad a la hora de realizar las gestiones necesarias.

Información sobre ampliación en el servicio de abastecimiento y alcantarillado, obras, restricciones o cortes temporales, tarifas, cambios de oficinas, horarios, facturación y acontecimientos locales en los que participa aqualia son sólo algunos de los contenidos que se pueden encontrar en <http://www.aqualia.es>.

Cartas de Calidad

aqualia ha establecido una serie de compromisos con los clientes a través de sus 'Cartas de Calidad', mediante las cuales la compañía se compromete a suministrar mayor información, un servicio de mejor calidad y una atención más personalizada. Esta iniciativa incluye las siguientes acciones:

- Facturación detallada por conceptos de pago, así como un histograma para el seguimiento de los consumos.
- Comunicación de consumos anormales detectados en un plazo máximo de 10 días laborales, desde la fecha de lectura del contador.
- Ante averías urgentes en las redes, el personal de aqualia llega al lugar de reparación en un plazo máximo de dos horas desde el aviso.
- En caso de avería que produzca interrupción del suministro, aqualia se compromete a proporcionar agua gratuitamente mediante grifos de toma en las bocas de riego más próximas.
- Sustitución gratuita de los contadores de agua al final de su vida útil.



© AQUALIA

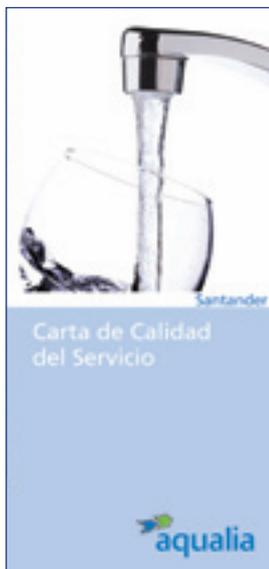
Página de inicio de Aqualia

- Ampliación de los servicios telefónicos incluyendo: contratación del servicio, cambios de dirección, modificación de datos bancarios, etc.

Además, en caso de incumplimiento de los compromisos detallados, aqualia ofrece al cliente afectado en efectivo el equivalente al precio en 10.000 litros de agua a las tarifas vigentes en ese momento.

Un total de 52 servicios ya se encuentran bajo los cánones de calidad que establece la 'Carta de Calidad' de aqualia. Los compromisos reflejados en la 'Carta de Calidad' se encuentran actualmente establecidos, entre otros, en los servicios de Ávila, Alcalá de Henares, Almería, Badajoz, Mérida, Talavera de la Reina, Salamanca, Oviedo y Vigo.

También cabe destacar, en este sentido, la extensión del servicio aqualia contact, que permite atender a los clientes las 24 horas del día y simplificar trámites. Además es más cómodo de usar. Este servicio ya se ha instalado en 169 municipios y en 2006 se ha incorporado ya a Medina del Campo (Valladolid), Vélez-Málaga, Archidona, Valdés y Cártama (Málaga), Formentera y Vallés (Baleares), La Nucia (Alicante), Puerto de la Cruz (Tenerife), Lena (Asturias),



© AQUALIA

Caravaca de la Cruz (Murcia), Albal (Valencia), Reinososa (Cantabria), Ingenio (Las Palmas) y Béjar (Salamanca). De este modo, más de 1.600.000 clientes quedan cubiertos por aqualia contact.

Mailing personalizado

Emasesa tiene claro que la comunicación es uno de los principales aspectos que hay que potenciar en las empresas del sector y, para ello, la creación de canales de comunicación es algo imprescindible. Cada usuario debe sentirse único. La comunicación directa en las oficinas de atención al público o a través de información impresa, personalizada, son algunas de las vías, pudiéndose mantener informados a los clientes/usuarios de cuestiones que les afecten directamente a través, por ejemplo, de envíos sugerentes junto con las facturas en los que se les puede informar de bonificaciones o ventajas aplicables a la misma. En este sentido, la empresa abastecedora de aguas de Sevilla Emasesa Metropolitana comunicó a los clientes durante el año 2006 la bonificación por uso eficiente del agua a través de un mailing personalizado que significó el envío de aproximadamente 270.000 cartas aproximadamente. Asimismo, la campaña de ahorro prevista para el año 2008 ha contado con la participación directa de asociaciones de consumidores, de vecinos y de usuarios.

Teléfono de Atención al Ciudadano

También, y para redundar en el acercamiento al ciudadano y en poner a su alcance todos los instrumentos que permitan la mejora de los servicios públicos así como su participación, Emasesa cuenta con el Teléfono de Atención al Ciudadano 902 459 954, que funciona durante las 24 horas los 365 días del año.

Visitas personalizadas

Para Emasesa la comunicación también es importante respecto a los ‘Grandes Clientes’ y una muestra de ello es la realización de visitas personalizadas para mejorar las relaciones, proponiéndoles asesoramiento o buscando soluciones para los problemas que planteen. Fruto de estas acciones son las firmas de Convenios de Colaboración en materia de corrección de vertidos contaminantes con industrias y organizaciones de los más diversos sectores.

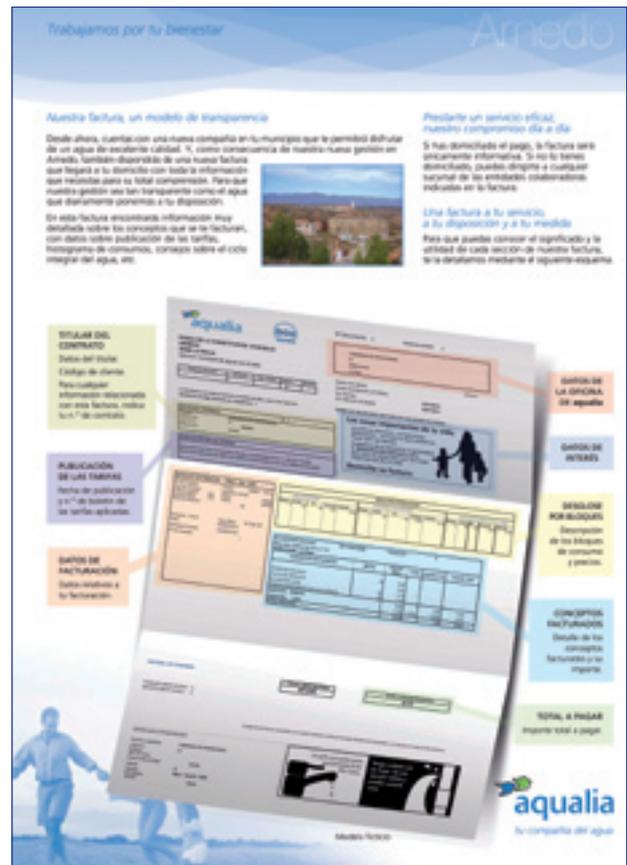
Transparencia de la tarifa

Las tarifas, en las actividades denominadas del ciclo integral del agua, son aprobadas en España por la Administración Pública, garantizando así la transparencia en la aplicación de las tarifas del ciclo integral del agua. Sin embargo, aqualia, como concesionaria de servicio, debe trabajar en el asesoramiento continuo de la administración. En este proceso, entiende que forma parte de su responsabilidad ser capaz de transmitir las necesidades del servicio, así como de las actuaciones para fomentar el desarrollo de actividades y actitudes más responsables en el consumo de agua.

Para lograrlo, en primer lugar es necesario realizar un estudio tarifario que debe ser aprobado en primera instancia por la Administración Pública. Posteriormente, debe estar en exposición pública antes de su definitiva aprobación por parte de dicha administración y, por último, aqualia publica las tarifas aplicables a los servicios ofrecidos del ciclo integral del agua.

Por otra parte, aqualia ha desarrollado un modelo de factura que incluye más información para un mayor

conocimiento y control por parte de los usuarios: publicación de tarifas, histogramas de consumos, consejos sobre el ciclo integral del agua... son algunos de los detalles que se incluyen en las facturas para lograr una total comprensión por parte de los clientes.



© AQUALIA

Un modo de conseguir la satisfacción de los clientes es a través de encuestas en las que los usuarios puedan expresar sus opiniones y promover su colaboración y participación

Estudios sobre satisfacción de los clientes

Un modo de conseguir la satisfacción de los clientes es a través de encuestas en las que los usuarios puedan expresar sus opiniones y promover su colaboración y participación. En este sentido, Emasesa realiza anualmente estudios sobre la satisfacción de los clientes que permiten conocer si los servicios prestados responden a sus expectativas, valorar su grado de satisfacción y detectar problemas de servicio para posteriormente profundizar en mayor medida en aquellos aspectos que así lo requieren.



Taller de diálogo con clientes de Agbar

Diálogo permanente con representantes de clientes

En concordancia con el compromiso de “Establecer una comunicación efectiva, mejorando los canales de comunicación existentes” que ha establecido Agbar

con sus clientes, Aguas de Barcelona trabaja para establecer un canal de diálogo permanente y periódico con entidades seleccionadas como representantes de los clientes, para lo que en 2007 diseñó un primer programa compuesto de dos sesiones.

La primera tenía como objetivo dar la oportunidad a estas entidades de tener contacto directo y presencial con representantes de Aguas de Barcelona, y permitirles expresar sus intereses y necesidades en relación a la gestión del agua y la calidad del servicio. Entre otros temas se identificó la necesidad de comunicar las inversiones que la empresa realiza para mejorar el servicio y la necesidad de identificar un interlocutor en la empresa para dar respuesta a las consultas o inquietudes de las entidades.

En la segunda sesión se dio respuesta a cuestiones planteadas en la primera sesión y se trató también el tema de la sequía. El debate se centró en los canales y la información que Agbar podría utilizar en estas situaciones de excepcionalidad. También se trató el papel que pueden jugar las asociaciones de consumidores y la posibilidad de establecer acciones coordinadas entre la empresa y estas asociaciones.

Creación de puntos de atención al ciudadano

Dentro de la política de mejora continua en los servicios de atención a los clientes y usuarios del servicio, Emasesa ha incorporado once puntos de atención al ciudadano distribuidos estratégicamente en varios distritos municipales de Sevilla, desde los que se pueden realizar gestiones administrativas sin necesidad de acudir a las oficinas centrales de la empresa.



© EMASESA



© CANAL ISABEL II

Ejemplos de campañas de concienciación del uso responsable del agua de Emasesa y Canal de Isabel II

Campañas de concienciación a clientes

Canal de Isabel II considera sumamente relevante contribuir a que la sociedad adopte una cultura del agua basada en el respeto al recurso y en el conocimiento de que es un bien escaso. Por ello, y con carácter permanente, la empresa mantiene diversas campañas de sensibilización y educación dirigidas a toda la ciudadanía y los sectores de actividad, con el objetivo de fomentar el consumo y utilización racional del agua, evitando en la medida de lo posible su despilfarro.

Estas campañas se ven reforzadas en periodos en los que la sequía se hace más acusada, como ha sido el caso del año 2005, en que se lanzó la iniciativa 'El Reto del Agua'. Dicha iniciativa ha tenido su continuación en el año 2006 con el inicio de una nueva campaña: 'Madrid necesita más agua'.

A los clientes/usuarios se debe orientar un gran esfuerzo para mejorar y hacer cada día más sostenible el servicio, por lo que es imprescindible incrementar permanentemente la calidad de las relaciones, manteniendo su interés y consiguiendo su agradecimiento

Es conveniente agudizar el ingenio y optimizar los medios disponibles para llevar a cabo campañas que resulten atractivas a la población y capten su atención y compromiso hacia un consumo responsable del agua. Como prueba de ello, se puede citar el empleo de 5.000 tapas de registro como vehículos de expresión de la campaña 'Súmate al Reto del Agua', que se colocaron en las calles principales de Madrid capital y de otros municipios de la región, o aprovechar grandes eventos deportivos que suscitan expectación para transmitir los mensajes de concienciación, como ha sido el caso del derby Real Madrid-Atlético de Madrid. Celebrado el 1 de octubre de 2006, ambos equipos se sumaron a la campaña antes de celebrar el partido, durante el cual se repartieron 100.000 folletos y marcapáginas con consejos para ahorrar agua.

Otra actuación destacable en este sentido es la colaboración en esta campaña con la Comunidad de Madrid. Entre las diferentes acciones que conforman esta campaña es digna de mención, por su cercanía a los ciudadanos, la creación de un grupo de técnicos formados expresamente que, bajo el nombre de 'Corresponsales del Agua', recorrieron los municipios para aconsejar, dialogar y solventar dudas a comerciantes y vecinos sobre medidas de ahorro de agua, repartiendo folletos y carteles entre la población.

Otra importante línea de comunicación con el ciudadano ha sido la puesta en marcha del teléfono 9000CANAL para informar a los usuarios y priorizar avisos por fugas.

Los mensajes de la campaña no han llegado a todos los hogares únicamente a través de la televisión, la prensa y la radio. También ha sido posible darlos a



© CANAL ISABEL II

Iniciativa 'El Reto del Agua' de Canal Isabel II

conocer mediante la distribución de 1,5 millones de dípticos en los buzones de las viviendas, con recomendaciones para ahorrar agua que iban acompañados de pegatinas e imanes.

En los Centros de Atención al Cliente de la compañía se repartieron 10.000 camisetas, pulseras y pines de la campaña, e igual número de folletos de consejos. Además, la campaña ha estado presente en todos aquellos eventos en los que ha participado la entidad: Juvenalia, feria dedicada a la juventud; SIMO y el IV Congreso de Educación Ambiental, celebrado en Granada, entre otros, así como en las calles de las ciudades, con marquesinas, vallas publicitarias y autobuses.

Este importante despliegue de medios, al servicio de la divulgación de los mensajes de ahorro, se ha completado con la creación de una página web de la campaña www.elretodelagua.com, que permite acceder no sólo a los consejos, al estado de los embalses, al calendario de visitas a los municipios por parte de los corresponsales del agua y a la normativa vigente, sino que ofrece también múltiples posibilidades de sumarnos al reto, como así lo han hecho más de 60 empresas, cuyo compromiso con esta importante acción divulgativa las honra.

Como resultado de las actuaciones acometidas, y gracias al esfuerzo de todos los madrileños, se ha logrado una disminución del consumo de agua en el año 2006 del 10,5%.

Campañas de sensibilización social

Algunos ejemplos llevados a la práctica por Emasesa han sido la incorporación de personas con discapacidad

a la empresa, la colaboración con la Delegación de la Mujer del Ayuntamiento de Sevilla en los actos del Día de la Mujer y en los del Día de la Mujer Maltratada, la organización de visitas de miembros de la ONCE a las instalaciones, la entrega de material didáctico a la Prisión de Mujeres de Alcalá de Guadaíra o la financiación de los traslados de los niños saharauis que residen en Sevilla durante el periodo estival, entre otros.

Difusión de los logros

Otra fórmula para incrementar los índices de Responsabilidad Social Corporativa es a través de comunicaciones de índices de productividad, éxito o reconocimientos, como en el caso de Emasesa. En este sentido, las empresas deben procurar difundir a sus clientes/usuarios los premios que hayan recibido, con objeto de hacerles partícipes de ello, por ejemplo, a través de notas de prensa que se publiquen en medios de comunicación locales o en los apartados de noticias de la web, entre otros.

En esta línea Emasesa, durante el año 2008 ha puesto en marcha una campaña de comunicación específica para dar a conocer a todos sus clientes y a la sociedad en general, el accesit del Premio Europeo de Medio Ambiente a la Empresa que la Fundación Entorno le ha concedido en la convocatoria 2007-2008 en la categoría de "Comunicación para el Desarrollo Sostenible" y cuyo acto de entrega estuvo presidido por sus Altezas Reales los Príncipes de Asturias. Las acciones realizadas con objeto de difundir este logro han consistido en inserciones publicitarias específicas relativas al Premio y en la redacción de Notas de Prensa que se han remitido y publicado tanto, en periódicos locales de difusión general, como en revistas especializadas del sector.



© EMASESA

Entrega del accésit del Premio Europeo de Medio Ambiente de la Fundación Entorno a Emasesa

Las organizaciones que han optado por la RSE deberían registrarse por Códigos de Buen Gobierno. Éstos contribuyen a la mejora de la gestión de las empresas, haciendo que los consejos de administración cumplan su función de mecanismo interno de supervisión y control

5.2. ACTUACIONES RESPONSABLES CON LOS ACCIONISTAS

Las organizaciones que han adoptado la decisión de implantar una política de gestión basada en la RSE deben asumir las siguientes responsabilidades en su relación con los accionistas:

- Se responsabilizarán de que el Consejo de Administración esté integrado por personas de reconocida competencia profesional y rectitud ética.
- No primará la rentabilidad o el reparto de dividendos a costa de atender contra los derechos de los otros *stakeholders* o a costa de la violación de las leyes y normativas vigentes.
- Procurará obtener beneficios lícitos que justifiquen la inversión realizada.
- Se conseguirá la máxima rentabilidad que en justicia sea posible.
- Se informará de manera transparente acerca de la situación patrimonial y la gestión.
- Se promoverá la participación de los accionistas en la gestión y se asegurarán los procedimientos de control adecuados.
- Se garantizará la misma información para todos los accionistas.

Para asegurar el cumplimiento de estas responsabilidades, las organizaciones que han optado por la RSE como elemento diferenciador y movilizador de sus respectivos mercados, deberían registrarse por Códigos de Buen Gobierno. Éstos contribuyen a la mejora de la gestión de las empresas, haciendo que los consejos de administración cumplan su función de mecanismo interno de supervisión y control, asegurando además que la toma de decisiones, alineadas con las estrategias de la misma, contribuya a

la satisfacción de las necesidades de los diferentes grupos de interés con los que estas organizaciones interactúan.

El comportamiento de la empresa hacia sus accionistas debe ser siempre transparente. Esta virtud es, sin duda, la base de la relación, puesto que su carencia indica una posición de abuso por parte de la compañía y, por definición, una falta de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La compañía debe emitir a sus accionistas la información relevante, exacta y adecuada, tanto en el momento como en la forma.

Asimismo, la empresa, como objeto de inversión por parte de sus accionistas, debe ofrecer una rentabilidad adecuada. En términos de RSE, esto significa rentabilidad a largo plazo, pues sólo aquellas empresas responsables socialmente pueden mirar al futuro con garantías. Y es que sólo será una empresa sostenible aquella que sobreviva al reto de la rentabilidad a largo plazo, aunque sea a costa de rentabilidades más a corto plazo.

En definitiva, las empresas del sector del agua deben ser capaces de asegurar e incrementar el valor de la inversión de sus accionistas, con independencia de su naturaleza, mediante la satisfacción de los *stakeholders* de la empresa. Para ello, en un mercado tan maduro como éste es crucial conocer al detalle las inquietudes, quejas o futuras necesidades de éstos para aportarles soluciones innovadoras que contribuyan a su satisfacción y, por tanto, valor a los accionistas de la organización, en forma de dividendos, reputación, reducción de costes...

BUENAS PRÁCTICAS

Contactos permanentes entre la empresa y sus propietarios

Agbar tiene implantadas estrategias a largo plazo en su relación con los accionistas, lo que ha facilitado su desarrollo en base a criterios de responsabilidad. Dentro de esta orientación hacia la satisfacción de uno de sus *stakeholders*, los accionistas, el mejor indicador de transparencia es, sin duda, los contactos mantenidos entre la empresa y sus propietarios; siendo 780 durante 2006 –un 65% superior al número de contactos del año anterior–.

Asimismo, esta organización también ha incrementado sus contactos con fondos socialmente responsables, con los que aumentaron sus relaciones durante el ejercicio 2006, debido a su creciente notoriedad. Como consecuencia de ello, la rentabilidad a largo plazo de su acción ha tenido un crecimiento sostenido a lo largo de su historia.



Imagen del minisite dirigido a accionistas e inversores de Agbar

Por su parte y en la misma línea, el Grupo Aguas de Valencia, ha visto revalorizado el valor de su acción un 28,27% en los últimos tres años, en base a su aproximación a los criterios de responsabilidad; además de repartir entre sus accionistas un dividendo bruto un 11% superior al del año anterior.

Integrar las nuevas necesidades en el negocio

La creciente preocupación de la sociedad por los aspectos ambientales y sociales ha creado nuevas necesidades que tanto el Grupo Aguas de Valencia como Agbar han sabido integrar en sus respectivos negocios.

De este modo, el compromiso del Grupo Aguas de Valencia con sus clientes le ha llevado a investigar nuevas soluciones tecnológicas e integrarlas en su actividad tradicional. El resultado obtenido fue que, ya en 2006, logró posicionarse como la primera empresa española en gestionar las primeras plantas desnitrificadoras del país, empleando la electrodiálisis reversible. De esta manera, ha solventado los problemas hídricos que históricamente afectaban a Gandia (Valencia) y Corbera d'Ebre (Tarragona), debido a la acumulación excesiva de nitratos; aumentando el valor y la rentabilidad de la empresa y, por tanto, la inversión de los accionistas.

Por su parte, Agbar creó en 2006, y con el mismo objetivo de anticiparse a los posibles cambios y tendencias que pueden afectar al mercado del agua, el Centro Tecnológico del Agua (CETAqua) juntamente con la Universitat Politècnica de Catalunya y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas. CETAqua pretende investigar en profundidad los recursos hídricos alterna-

FALTA UNA FOTO DE AGUAS DE VALENCIA QUE ESTABA EN LA PÁGINA 31 DEL WORD



NECESSITO QUE SE NOS HAGA LLEGAR ESTA FOTOGRAFÍA EN ALTA RESOLUCIÓN, SIN ESTAR ENGANCHADA EN UN WORD, PORQUE LA QUE ESTA EN LA PÁGINA 31 DEL WORD NO TIENE CALIDAD SUFICIENTE

tivos (desalación y reutilización), los riesgos sanitarios y ambientales, la gestión de crisis, la gestión de fangos y olores, los tratamientos avanzados de aguas, la gestión eficiente de los costes de operación y el desarrollo de la Directiva Marco del Agua.

5.3. ACTUACIONES RESPONSABLES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

En España, la titularidad de la prestación de los servicios relacionados con el ciclo urbano del agua (abastecimiento a poblaciones, depuración de aguas residuales y alcantarillado) corresponde a la administración local (ayuntamientos, mancomunidades y figuras similares). No obstante, nuestro ordenamiento jurídico otorga también a la administración local la posibilidad de gestionar indirectamente estos servicios a través de una empresa concesionaria y de otras figuras jurídicas.

En cualquiera de los casos mencionados, la relación de la empresa prestadora del servicio con la Administración Pública es muy intensa, dado el papel de regulador que ésta ostenta en el ámbito del ciclo urbano del agua. Por otro lado, y puesto que es ésta quien encarga la prestación del servicio a la empresa operadora, se convierte también en su principal cliente.

Dadas estas circunstancias, es responsabilidad de las empresas operadoras velar por prestar el servicio de una manera eficiente, cumpliendo los objetivos y el nivel de calidad establecidos. La empresa socialmente responsable mantendrá, además, una política de transparencia en las relaciones con las administraciones públicas, promoviendo el diálogo fluido y fre-

cuente, con el objetivo último de buscar las mejores alternativas para los usuarios del servicio.

Ofrecer información de calidad a la Administración para que ésta pueda ejercer su papel de regulador y propiciar acuerdos tendentes a cumplir los objetivos marcados para las empresas son, en esta línea, las principales acciones que una empresa responsable puede y debe realizar para fortalecer su relación y comunicación con este grupo de interés.

Asimismo, la empresa operadora actuará proactivamente respecto a la evolución normativa del sector, anticipándose a futuros requerimientos, para ofrecer garantía y seguridad en el suministro de servicios y productos.

La empresa socialmente responsable mantendrá una política de transparencia en las relaciones con las administraciones públicas, promoviendo el diálogo fluido y frecuente con el objetivo último de buscar las mejores alternativas para los usuarios del servicio

Para demostrar una mayor implicación en la sociedad, las empresas del Sector del Agua deben contribuir al bienestar social, la creación de empleo y apoyar a los organismos y actividades de la comunidad

BUENAS PRÁCTICAS

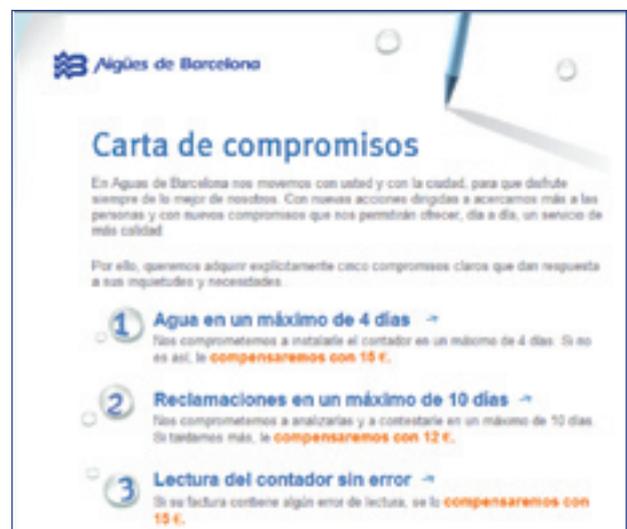
Acuerdo marco con la Entitat Metropolitan

Entre las políticas de Agbar está la de desarrollar un marco de relación con la administración titular del servicio para valorar la calidad del servicio prestado a los clientes finales, asegurando el equilibrio económico de los contratos. Se trabaja conjuntamente con la Administración para encontrar las soluciones sostenibles a todos los problemas de acceso a los servicios básicos del ciclo integral del agua.

En este sentido, Aguas de Barcelona firmó un Acuerdo Marco con el regulador que pretende orientar sus relaciones con la valoración de la calidad del servicio y su correspondiente reconocimiento en los expedientes tarifarios. Aguas de Barcelona, como empresa prestadora del servicio de suministro de agua a 23 municipios del ámbito metropolitano de Barcelona, firmó en 2004 un acuerdo marco con la Entitat Metropolitana de Serveis Hidràulics i Tractament de Residus que está orientado a promover una gestión

del servicio cumpliendo criterios de máxima calidad, sostenibilidad y respeto medioambiental. El acuerdo establece indicadores de gestión agrupados según las características de los mismos en cuatro grupos: calidad del agua, gestión ambiental, gestión del servicio y atención al cliente.

Los resultados de los indicadores y el cumplimiento de los objetivos marcados son comunicados periódicamente a la Entitat Metropolitana para que realice el seguimiento que crea oportuno de los mismos. Durante el año 2006, se firmó con la Entitat Metropolitana una prórroga del Acuerdo Marco que afecta al período 2007-2009.





Semana Santa de 2008



El Rocío en mayo de 2008

5.4. ACTUACIONES RESPONSABLES CON LAS COMUNIDADES LOCALES Y ASOCIACIONES

Las empresas del Sector del Agua, por la actividad que realizan en la comunidad a la que sirve, son organizaciones con una alta implicación en la sociedad local, lo que debe motivar una mayor actuación en el desarrollo de prácticas responsables, como las que se enumeran a continuación:

Patrocinio de actividades de la comunidad:

- Brindar apoyo económico a asociaciones y organismos imbricados en la comunidad.
- Participar en eventos locales sociales, deportivos, culturales, etc.

Mayor implicación en la sociedad:

- Contribuir al bienestar social, creación de empleo, apoyo a actividades de la comunidad, etc.
- Ser fiscalmente responsables.
- Fomentar la política de RSE como ejemplo para otras empresas locales.
- Evitar multas y sanciones.

Iniciativas sociales:

- Acciones formativas sobre temas relevantes en el entorno de la empresa.
- Mantener relaciones con grupos locales ecologistas, ONG, etc.
- Apoyo a colectivos deportivos, de estudiantes, de personas marginadas, etc.
- Participación en causas sociales y medioambientales.

Preferencia por proveedores, industriales y comerciantes locales:

- Seleccionar proveedores locales, mejorando los impactos y relaciones con las entidades locales.

Difusión de buenas prácticas sociales y medioambientales:

- Dar a conocer los compromisos de las empresas con el medio ambiente y la sociedad, en general, minimizando los impactos negativos.

- Divulgación del uso responsable del agua.
- Promover la reutilización y otras fuentes alternativas para determinados usos del agua.

BUENAS PRÁCTICAS

Actuando sobre el consumo institucional

En la línea de promover acciones encaminadas a conseguir la disminución del consumo de agua desde las Administraciones Públicas, cabe destacar el Plan Estratégico desarrollado por el Ayuntamiento de Alcoy y aqualia.

Aumentar el rendimiento de la red del 55% al 75% a finales de 2007, incrementar la sensibilidad de los ciudadanos y conseguir una reducción en el consumo de un 2% por habitante y día a finales de 2007, y optimizar el consumo municipal y reducirlo en un 10% a finales de 2007 son los tres pilares bajo los que se sustenta el Plan Estratégico.

Las acciones tomadas permitieron reducir el consumo anual de agua potable en 77 millones de litros. La iniciativa incluyó la sustitución de conducciones y la reparación de fugas, así como campañas informativas entre los ciudadanos. Entre las actuaciones llevadas a cabo hasta el momento destaca la sustitución de 18 kilómetros de tuberías, la revisión de otros 442 kilómetros de cañerías y la reparación de 88 fugas de agua en la red. También se ha procedido a la sustitución del 88% de los contadores de la ciudad. Asimismo, dentro del Plan destaca la reducción de consumo institucional.

El Ayuntamiento de Alcoy también tomó medidas para mejorar la eficiencia en el consumo del riego de parques y jardines de la localidad. Las acciones, con una inversión aproximada de 5'5 millones de euros, supusieron

La competitividad de las empresas del Sector del Agua está directamente relacionada con la capacidad para atraer, retener y desarrollar talento

una reducción del 9,63% en el consumo de agua por parte municipal, una cifra que dista muy poco del 10% que se planteó al inicio del plan. De este modo, se podrán ahorrar anualmente 25 millones de litros de agua, cantidad equivalente al consumo anual de 233 hogares alcoyanos.



Oficina de Aqualia en Vigo

© AQUALIA

BUENAS PRÁCTICAS

Política integral de RR HH de la Companyia d'Aigües de Sabadell, S.A.

Companyia d'Aigües de Sabadell, S.A., es la empresa de Grup CASSA que gestiona el abastecimiento de agua en la ciudad de Sabadell. La plantilla de Aigües de Sabadell a finales de octubre de 2007 está integrada por 128 personas, de las cuales 125 disponen de contrato indefinido y sólo 3, de contratos temporales circunstanciales.

El porcentaje de mujeres es del 27%, concentrándose en funciones de soporte a la operativa de las actividades. Entre ellas hay cuatro que disfrutaron de reducción de jornada por maternidad.

El último convenio de la compañía, de mayo de 2007, tiene una duración de tres años y afecta al 100% de la plantilla. Entre otros temas, se dedica una especial relevancia a la formación, en la que por regla general se asumen sus costes por parte de la empresa, si la formación no se aleja completamente del ámbito laboral (incluso aunque se aleje del ámbito del puesto de trabajo). También se ofrecen becas de estudios y se hace especial hincapié a la evaluación del rendimiento para favorecer el desarrollo personal y profesional de las personas de la organización, realizándose anualmente una entrevista de rendimiento entre cada persona y su superior inmediato, basada en competencias según niveles profesionales.

También los temas de conciliación, beneficios sociales e igualdad de oportunidades se recogen en el convenio, siendo la jornada anual de 1.660 horas efectivas de trabajo al año y aplicándose en el centro de trabajo de la sede central la jornada continuada-intensiva de mañana,

5.5. ACTUACIONES RESPONSABLES CON LAS PERSONAS

La competitividad de las empresas del Sector del Agua está directamente relacionada con la capacidad de éstas para atraer, retener y desarrollar talento. Consideran al conjunto de sus empleados como uno de sus activos más destacados para conseguir sus objetivos. Así, orientan la política de recursos humanos a conseguir el máximo valor recíproco. Un objetivo que se materializa a través de distintas políticas e iniciativas, con el fin de promover, entre otras cosas, una mejora continua en el desarrollo profesional y personal, la igualdad de oportunidades, el trabajo en equipo, el clima laboral y la satisfacción de los empleados.

lo que constituye una de las mayores contribuciones de la organización a la conciliación de vida laboral y personal. Como novedad, también se establece un seguro médico privado para todos los trabajadores de la empresa con cargo a la misma y la posibilidad de incorporar al mismo a sus familiares con un coste del 50% de su valor de mercado negociado a título individual.

Seguridad y salud laboral

Otro de los apartados destacables de la política de Recursos Humanos de Aigües de Sabadell es la de seguridad y la salud laboral. Así, en 2007 se ha reelaborado el Plan de Prevención de la empresa, contando con el consenso de los miembros del Comité de Seguridad y Salud, y el pleno apoyo de las organizaciones sindicales representadas. Comprometer a toda la organización en el cumplimiento de todos los requisitos preventivos y legales, dar participación, a través del Comité de Seguridad y Salud, a los trabajadores en todos aquellos aspectos que afecten a su seguridad y salud y, en definitiva, crear y promover una cultura positiva en materia de prevención de riesgos son algunas de sus aspectos más destacados. En este sentido, también se trabaja mucho en la formación. Así, durante 2007 todo el personal directo del área de distribución de agua participó en el curso básico de prevención de riesgos laborales de 50 horas.

Potenciación de políticas de prevención de riesgos

Empresa Municipal Aguas de Málaga (Emasa) trata de potenciar sus políticas de prevención de riesgos en base a dos áreas de actuación fundamentales: información y formación por un lado, y concienciación e integración por otro. Respecto al primer punto, la empresa ha diseñado y puesto en marcha una página web en la que se

da cabida a toda la información relativa a la prevención de riesgos laborales y a la que tiene acceso todo el personal de la empresa (objetivos de la política de prevención de riesgos laborales, evaluaciones de riesgos: general, higiénica y ergonómica, normativa interna, memorias de actuación del servicio de prevención, actas del Comité de Seguridad y Salud, fichas de productos químicos, etc.). Además, se ha entregado de forma individualizada a cada trabajador de la empresa un Manual de Prevención de Riesgos en el que se recogen todas las normas de actuación en este campo. En el mismo se incluyen, de forma adicional y tamaño cartera, un pequeño resumen de las principales recomendaciones a seguir por cada trabajador de forma particularizada y detallada según el puesto de trabajo ocupado.

Negociación y dialogo

La política de Recursos Humanos de Emasa está basada en los siguientes principios: diálogo, incentivación del desarrollo personal y técnico/profesional y potenciación de políticas de prevención de riesgos.

La competitividad de las empresas del Sector del Agua está directamente relacionada con la capacidad de éstas para atraer, retener y desarrollar talento

Emasa trata de incentivar el desarrollo personal y técnico/profesional de sus empleados a través de planes de carrera y una política retributiva basada en el cumplimiento de objetivos

También Emasa fomenta el diálogo con los representantes de los trabajadores, firmando dos convenios colectivos en los últimos años con vigencia hasta el 2008 que garantizan la paz laboral y social.

En líneas generales y entre otros aspectos, recoge unos incrementos salariales compuestos de fijo + variable por cumplimiento de objetivos. Los objetivos están basados en el grado de satisfacción del cliente y la disminución del absentismo por accidente de trabajo. Se han creado diversas comisiones, una encargada de estudiar el grado de repercusión del concepto de antigüedad y otra que realiza una reclasificación de categorías de tal modo que se acuerde un 33% de las mismas entre 2005 y 2008. También se han ampliado vía convenio los derechos sociales de los trabajadores (excedencias, lactancia, licencias, ayudas para adopciones y matrimonios, permisos no retribuidos, anticipos, préstamos, etc...) y se ha potenciado el desarrollo profesional y personal dentro de la empresa mediante políticas activas de promoción y formación.

Comunicación interna

Emasa mantiene un contacto permanente con el Comité de Empresa a través de reuniones no sistemáticas, contando este último con la presencia de un representante en su Consejo de Administración. También ha puesto en marcha el Plan de Comunicación Interna que recoge, entre otras medidas, una reedición actualizada del Manual de Acogida, la implantación del Procedimiento de Comunicación Interna, la edición de la revista In-terno y el desarrollo del portal del empleado.

Incentivación al desarrollo personal y técnico/profesional

Emasa trata de incentivar el desarrollo personal y técnico/profesional de sus empleados implantando dos actuaciones fundamentalmente: planes de carrera y política retributiva basada en el cumplimiento de objetivos. Para lograr el primer objetivo, y especialmente para la cobertura futura de determinados puestos así como herramienta de motivación, se ha implantado la figura del Plan de Carrera, consistente en el marcado de una serie de hitos profesionales y/o académicos y de gestión que definen el desarrollo de una serie de competencias que permiten adecuar las personas a esos determinados puestos.

En el otro aspecto, se ha implantado una política retributiva en la que se da cabida a la incentivación variable por cumplimiento de objetivos en dos vertientes: general e individual. Así, mientras la general va destinada a todos los trabajadores de la empresa y definida en objetivos genéricos de la misma, la individual sólo va destinada a aquellos puestos/cargos que, por su especial dedicación y trascendencia en la marcha de la empresa, responden a objetivos definidos individualmente.



Página de inicio de la Empresa Municipal Aguas de Málaga (EMASA)



© AGBAR

Laboratorio de Aguas de Barcelona

Formación

En Emasa se sigue anualmente el Plan de Formación diseñado, que incluye la formación específica de cada puesto de trabajo y se dedica una especial importancia a la concienciación e integración, realizando anualmente una campaña sobre la importancia y trascendencia que tiene la integración de la prevención de riesgos laborales en todas y cada una de las decisiones que se adoptan en la empresa. Fruto de ello se ha adoptado la decisión de incluir como miembro permanente del Comité de Compras a un miembro del Servicio de Prevención.

Además, se ha implantado como elemento de integración el eslogan 'Es MAs SAno prevenir' y se ha comenzado un proceso totalmente novedoso y pionero de Homologación de Contratas y Proveedores desde el punto de vista preventivo.

En esta línea, Emasa también ha puesto en marcha, con un periodo de vigencia 2006-2008, el Plan de Atención al Trabajador en Situación de Incapacidad Temporal. Asimismo, se incluye el plan de actuación ante riesgos posturales y está en estudio el plan de actuación ante enfermedades psicosociales.

5.6. ACTUACIONES RESPONSABLES CON LOS PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

La capacidad de compra de una empresa es una potente herramienta para ejercer un comportamiento socialmente responsable. Los proveedores y contratistas de una empresa son, por tanto, uno de los principales grupos de interés hacia los que las empresas deben dirigir sus actuaciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

A la hora de analizar cómo debe actuar una empresa socialmente responsable con sus suministradores de bienes y servicios deben distinguirse dos tipos de actuaciones:

- Las concernientes al ámbito interno de la empresa y que tienen relación con el trato y las relaciones que mantenemos con nuestros proveedores y contratistas.
- Las relacionadas con cómo nuestra capacidad de compra puede influir de forma positiva en las propias empresas suministradoras.

En el ámbito interno, una empresa socialmente responsable debe considerar a sus proveedores y contratistas como un elemento fundamental de su desempeño. Un enfoque positivo es considerarlos sus 'socios' de negocio, crear canales que permitan y faciliten la relación y, fundamentalmente, asegurarse de que las relaciones con sus proveedores y contratistas se rigen y realizan con determinados principios éticos que tienen relación con:

- La equidad: debemos asegurarnos que todos los proveedores y contratistas cuentan con igualdad de oportunidades en nuestros procesos de compra.
- La transparencia: los criterios que rigen nuestra toma de decisiones de compra deben ser suficientemente conocidos por los proveedores y contratistas de modo que ellos puedan, a su vez, tomar las necesarias decisiones para defender sus intereses y evitar potenciales perjuicios.
- La objetividad: desde el mismo momento de la selección de proveedores y contratistas, estableciendo criterios objetivos e imparciales para su valoración y creando mecanismos internos que eviten los conflictos de intereses o favoritismos.
- El cumplimiento: respetar lo acordado con el proveedor y contratista, especialmente en las formas y plazos de



© EMASESA

Laboratorio de EMASESA

pago de las compras, evitando así situaciones de abuso que en ocasiones pueden poner en peligro la viabilidad económica de nuestros proveedores y contratistas.

Desde el punto de vista externo, un primer factor a tener en cuenta es la influencia que nuestras compras pueden tener en ocasiones para el desarrollo económico y laboral de las comunidades en las que operamos. Desde este punto de vista, una empresa socialmente responsable se debe ocupar de que, dentro de lo posible, sus compras o un porcentaje significativo de las mismas se realicen a proveedores y contratistas locales. De este modo, estaremos aportando a la sociedad más valor, creando empleo en nuestras áreas de implantación y transmitiendo a la comunidad local nuestro interés por integrarnos en el tejido socioeconómico de los ámbitos geográficos en los que actuamos.

Un enfoque positivo es asegurarse que las relaciones con los proveedores y contratistas se basan en determinados principios éticos como la equidad, la transparencia, la objetividad y el cumplimiento de las formas y plazos de pago

Otro factor fundamental es la capacidad de influencia en nuestros proveedores. Una empresa que actúa de forma socialmente responsable puede establecer medidas para asegurar que sus proveedores y contratistas asumen y llevan a sus propias organizaciones e, incluso, para concienciarles y transmitir buenas prácticas a los mismos. Algunos ejemplos de actuaciones posibles que las empresas del sector pueden llevar a cabo son los siguientes:

- Implantar sistemas para el control del cumplimiento legal por parte de los proveedores y contratistas, en relación con los aspectos medioambientales, laborales, de salud y seguridad de los trabajadores, libertad de asociación, no discriminación, abolición del trabajo forzado y el trabajo infantil, y respecto a los derechos humanos.
- Fomentar las buenas prácticas en los proveedores y contratistas, primando en nuestras decisiones de compra a aquellos proveedores que muestran un mejor desempeño medioambiental, laboral, social y de seguridad, etc., y que cuentan con certificaciones y sistemas de gestión al efecto.
- Actuar proactivamente para favorecer a determinados tipos de empresas que tienen un objeto social relacionado con la RSE: empresas de inserción de personas desfavorecidas, centros especiales de empleo, empresas que fomentan el 'comercio justo' o proveedores de capital que cuentan con productos relacionados con la inversión socialmente responsable.
- Concienciar e, incluso, formar a los proveedores en prácticas socialmente responsables mediante actuaciones directamente dirigidas a ellos, actuando de este modo como correa de transmisión de nuestros principios en relación con la RSE.

La capacidad de organización y los recursos de las empresas pueden, en ocasiones, añadir un importante valor a la sociedad en general

Estas y otras muchas actuaciones están siendo llevadas a cabo por diferentes empresas del sector que, considerando la capacidad de influencia de sus compras, están haciendo llegar su comportamiento socialmente responsable más allá de su propio ámbito empresarial.

BUENAS PRÁCTICAS

RePro (Registro de Proveedores)

Algunas de las principales empresas españolas y portuguesas que operan en sectores como el eléctrico, el del gas, del petróleo, del agua y el naval, con objeto de disponer de una herramienta que les permita registrar a sus proveedores y contratistas de forma eficaz, permanentemente actualizada, objetiva y no discriminatoria, han acordado establecer un sistema común, la base de datos de Registro de Proveedores RePro, abierto a la participación de todas las empresas que operan en sectores afines en función de las obras, productos y servicios que se demandan.

Con este sistema de registro común, en el que participan el Grupo Agbar y Canal de Isabel II, las empresas participantes tienen acceso a una base de datos con información completa y actualizada, basada en la presentación anual que cada proveedor realiza a través de un sencillo cuestionario informatizado en el que incluyen aspectos relacionados con el desempeño ambiental, laboral, social, de salud y seguridad de las empresas candidatas a ser proveedores de los participantes.

RePro es un sistema de bajo coste que permite a los proveedores registrarse una sola vez para todas las empresas usuarias del sistema. De esta forma, la in-

formación que el proveedor aporta estará estructurada y actualizada, siendo además la misma para todos. La participación en RePro garantiza la equidad, la transparencia, la objetividad y el cumplimiento de las condiciones para los proveedores de las empresas participantes.

RePro ha creado recientemente un grupo de trabajo específico para analizar las posibilidades de extender los criterios de RSE de las empresas participantes en su cadena de suministros. El objetivo es ir más allá de los actuales requisitos incluidos en la valoración de proveedores y primar en la toma de decisiones a aquellos que puedan acreditar un comportamiento socialmente responsable.

Cláusula RC en contratos

Agbar ha incluido una nueva cláusula en el documento de contrato de servicios con sus proveedores que institucionaliza el papel de los mismos en el desarrollo de la estrategia de Responsabilidad Social de la Empresa.

Así, se hace responsable al proveedor del conocimiento de los Principios del Pacto Mundial y del código ético y de conducta de Agbar, y se le pide que actúe de acuerdo a ambos.

5.7. ACTUACIONES RESPONSABLES CON LA SOCIEDAD

Otro de los principios básicos de la Responsabilidad Social Empresarial consiste en asumir que la capacidad de organización y los recursos de las empresas pueden, en ocasiones, añadir un importante valor a la sociedad en general en áreas en las que las administraciones y la sociedad civil necesitan de dicha organización y recursos.



© ALJARAFESA

Juego educativo on-line 'Cierra el grifo'

Con este enfoque se está procediendo a un cambio de mentalidad en muchas empresas, que en el ámbito social van migrando desde los tradicionales patrocinios o mecenazgos culturales y deportivos a una involucración más activa, utilizando para ello sus activos, recursos y organización.

En este sentido, los medios con que cuentan las empresas son cada vez más puestos a disposición de la sociedad para actividades muy diversas. Entre este tipo de actuaciones pueden mencionarse:

- Utilización de instalaciones y terrenos de las empresas para la construcción de instalaciones o la realización de eventos deportivos (vela en embalses, campos de deportes en depósitos, ciclismo en caminos de acceso y mantenimiento de instalaciones, etc.).
- Cesión de instalaciones de la empresa para la realización de eventos y exposiciones de carácter cultural y/o artístico (salas de exposiciones permanentes, salones de conferencias, instalaciones históricas para eventos culturales, etc.).
- Involucración de las empresas del Sector del Agua en la educación ambiental mediante programas específicamente elaborados y financiados al efecto, visitas a las instalaciones, jornadas de puertas abiertas, etc.
- Patrocinio editorial de determinadas publicaciones relacionadas con el agua, el medio ambiente, la historia de las empresas o de carácter cultural y artístico.
- Financiación y apoyo técnico a proyectos de ayuda al desarrollo en materia de aguas, a iniciativas de carácter solidario o en situaciones de crisis humanitaria.

Estas y otras actuaciones, como por ejemplo la creación de fundaciones culturales o sociales, permiten y/o facilitan el desarrollo de actividades que, sin contar con los recursos técnicos, humanos, económicos y materiales aportados por las empresas no serían viables para sus organizadores.

BUENAS PRÁCTICAS

Cooperación al desarrollo

Algunas de las empresas del sector están realizando actuaciones de cooperación al desarrollo de distintas formas.

Las intervenciones puntuales en caso de catástrofes naturales o emergencias se están acometiendo sumando los esfuerzos, normalmente económicos, a proyectos ya implantados en los lugares de actuación como puede ser Cruz Roja, Médicos Sin Fronteras y otros.

En el caso de intervenciones planificadas y continuadas en el tiempo, que no son resultado de emergencias, se ha podido actuar directamente con la contraparte en el país receptor de la ayuda o también colaborando con otras organizaciones con mas experiencia en la materia y con proyectos en la zona de actuación.

A título de ejemplo se menciona la actividad desarrollada, desde hace varios años, por EMASA junto a otras empresas andaluzas, agrupadas en la Asociación de Abastecimiento y Saneamiento de Andalucía y otras entidades, en países Centroamericanos y Sudamericanos. Esta acción persigue varios objetivos:

- Reducción de las pérdidas de agua en las instalaciones de suministro



© CANAL ISABEL II

- Capacitación de personas para realizar el mantenimiento de las instalaciones
- Adquisición de capacidades para resolver sus propios problemas de gestión
- Formación y concienciación a través de programas educativos realizados en los centros escolares
- Mejora de las condiciones de vida y salubridad entre las capas menos favorecidas de la población residente en estas zonas.

Otra actuación que realiza EMASA es la colaboración con la ONG Madre Coraje que consiste en fomentar la recogida y puesta en valor del aceite vegetal usado. En síntesis el programa consiste en la colocación de contenedores en lugares públicos (gasolineras, mercados, hipermercados, colegios, etc) para la recogida de aceite vegetal usado, su retirada a un centro de depósito, decantación y procesado. Este aceite se reutiliza para la fabricación de jabón o biodiesel.

Los beneficios de este programa son varios:

- Se retira el aceite de las aguas residuales con lo que facilitamos el tratamiento de las mismas mejorando la calidad del efluente.
- El jabón fabricado se envía a comunidades empobrecidas de Perú donde se utiliza para mejorar sus hábitos higiénicos y la salubridad de las personas afectadas.
- El excedente se vende y se generan recursos para estas comunidades.
- Se generan algunos puestos de trabajo
- Una parte del aceite se transforma en biodiesel con lo que también se contribuye a la sostenibilidad.

Se está procediendo a un cambio de mentalidad en muchas empresas, que en el ámbito social van migrando desde los tradicionales patrocinios o mecenazgos culturales y deportivos a una involucración más activa, utilizando para ello sus activos, recursos y organización

Canal Voluntarios

La iniciativa Canal Voluntarios de Canal de Isabel II es un proyecto que ha tenido su origen en 2006 y con el que se pretende crear un marco para fomentar y dotar de medios las actuaciones de voluntariado de los empleados de la empresa. La iniciativa, instrumentalizada mediante la firma en 2007 de convenios de colaboración con Cáritas y Cruz Roja, nace como expresión de solidaridad y para dar respuesta ante emergencias o catástrofes que puedan suceder en cualquier lugar del planeta, a fin de evitar o reducir el impacto del suceso, asegurando en la medida de lo posible el suministro de agua potable a las comunidades afectadas.

Para llevar a cabo este proyecto, Canal cuenta con un equipo de voluntarios, pertenecientes a todas las áreas de la empresa, que aportan su experiencia y capacidades en abastecimiento de agua, y que han comenzado a recibir formación en manejo de potabilizadoras portátiles, primeros auxilios y otros aspectos relevantes para este tipo de actuaciones.

Sala de Arte Canal

Este Centro de Arte se ubica en parte del tercer depósito de agua de Madrid. Desde su inauguración en noviembre de 2004, ha albergado tres exposiciones emblemáticas y se ha convertido en un referente cultural en la Comunidad de Madrid y en el resto del territorio nacional, siendo hoy en día el quinto museo más importante por número de visitantes en el ámbito de la Comunidad.

Exposición 'Guerreros de Xian'

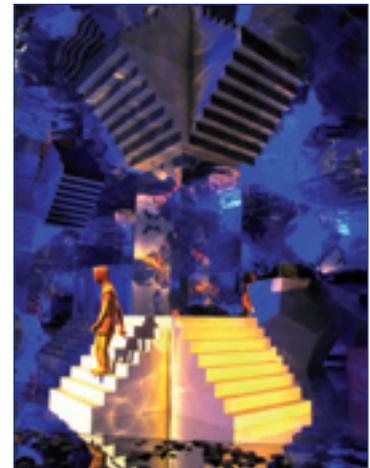
Organizada por Canal de Isabel II, la Fundación Canal y la Consejería de Cultura de la Comunidad de Madrid, y celebrada durante los meses de noviembre de 2004 y enero de 2005, fue la exposición inaugural del espacio Centro de Arte Canal, situado bajo el renovado Parque de Plaza de Castilla en el casco urbano de Madrid. La exposición reunió una de las mayores muestras de arte funerario chino que se ha visto en Europa y que se ha exhibido por primera vez en Madrid.



Exposición 'Guerreros de Xian'



Exposición 'Faraón'



Exposición 'Escher'

Exposición 'Faraón'

Inaugurada en diciembre de 2005, la exposición 'Faraón: el enigma en Madrid' recogió una selección de 120 piezas procedentes del Museo Egipcio de El Cairo (Egipto) que abordan la figura de los faraones que gobernaron desde el Imperio Antiguo (2686-2173 a.C.) al Imperio Nuevo (1552-1069 a.C.). La muestra profundizó en la vida en el Antiguo Egipto, mostrando su historia, política, rituales, palacios y organización social. La exposición, que pudo ser visitada hasta el 14 de mayo de 2006, contó con la asistencia de más de 700.000 personas.

Exposición 'Escher'

Inaugurada el 15 de diciembre de 2006, la exposición 'M.C. Escher: El arte de lo imposible' ha sido la primera gran muestra antológica de este artista holandés en Madrid y la mayor que se ha exhibido en España. Ha reunido 135 obras entre grabados, xilografías y litografías.

© CANAL ISABEL II

© CANAL ISABEL II

© CANAL ISABEL II



El Museu Agbar de les Aigües

El Museu Agbar de les Aigües

El Museu Agbar de les Aigües pretende proyectar a la sociedad los valores asociados a la cultura del agua como una experiencia vital, de aprendizaje y lúdica. Este museo es una instalación que permite ejemplificar el compromiso de Agbar con la comunidad y el respeto al medio ambiente.

Para promover el avance de la cultura del desarrollo sostenible, organiza su actividad didáctica y expositiva siguiendo el hilo conductor de la preservación del medio ambiente y la recuperación del patrimonio industrial e histórico, con la finalidad de poner todo ello al alcance de los ciudadanos. Algunas fechas que marcan hitos en la actividad anual del Museu son el Día Mundial del Agua, el Día Mundial del Medio Ambiente o la Setmana de la Ciència. Todas ellas se celebran con actividades singulares.

Durante 2007, el Museu Agbar de les Aigües recibió a más de 60.000 visitantes que pudieron disfrutar de la programación del centro que incluye talleres educativos, actividades familiares y actos culturales, así de como las exposiciones temporales.

5.8. ACTUACIONES RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

Otro de los pilares fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial es aquel relacionado con la gestión ambiental en la empresa. En nuestro sector, este tema cobra una especial relevancia, ya que las compañías que trabajan en el ciclo integral del agua desarrollan una actividad con un marcado carácter ambiental.

No cabe duda de que las empresas provocan un impacto sobre el medioambiente, utilizando recursos renovables y no renovables, y generando residuos, emisiones y vertidos. Por ello, sólo si durante todo el proceso de producción del servicio se practican conductas medioambientalmente responsables, la empresa contribuirá al desarrollo sostenible.

En este sentido, las compañías pueden asumir un compromiso de ir más allá de la legislación ambiental vigente y aspirar a convertirse en empresas sostenibles, lo que conlleva optimizar los recursos y su aplicación a los procesos productivos, logrando reducir el consumo y consecuentemente su impacto ambiental.

Así, la gestión de una empresa medioambientalmente sostenible debe orientarse hacia un triple compromiso:

- El tratamiento y distribución de un recurso escaso como es el agua potable, fomentando su uso racional entre los clientes.
- La garantía de unas poblaciones saludables y vivas, mediante la evacuación y depuración de sus aguas residuales.
- La minimización de los efectos de la propia actividad en el entorno.

Estas acciones pueden concretarse en los siguientes aspectos:

- Gestionar el consumo de recursos (agua, electricidad, materiales reciclables) de manera eficiente.
- Fomentar el consumo de energías renovables.
- Reducir las emisiones, vertidos, residuos y ruidos.
- Investigar para desarrollar nuevas tecnologías, nuevas energías y modelos más eficientes de producción.



© CANAL ISABEL II

Campaña para el uso responsable del agua del Canal de Isabel II

- Adoptar las medidas correctoras para evitar o minimizar el impacto de sus actividades y productos.
- Adoptar actuaciones de protección ambiental como la educación ambiental.

BUENAS PRÁCTICAS

Gestionar el consumo de recursos de manera eficiente

Un ejemplo de actuaciones de protección ambiental y optimización del recurso es la apuesta que Emasesa hace al gestionar el Ciclo Integral Urbano del Agua en consonancia con indicadores de sostenibilidad, acuñando e incorporando a la estrategia empresarial conceptos como el ahorro estructural en sus tres vertientes: en la demanda, en la oferta y en las infraestructuras. Respecto al primer punto, este concepto, en lo referente a la oferta, se ha traducido en una minimización de la cantidad de agua detráida del sistema de abastecimiento y se ha creado el departamento de Protección del Recurso desde el que, entre otras cosas, se constituye un Plan de Actuación de los Equipos Estratégicos de Medida para revisión y mejora de los mismos.

La gestión medioambiental en el Sector del Agua cobra una especial relevancia, ya que las compañías que trabajan en el ciclo integral del agua desarrollan una actividad con un marcado carácter ambiental

En cuanto a la demanda y fruto de esta filosofía de fomentar una utilización más racional y sostenible del agua por parte del usuario, ha petición de EMASESA, el Ayuntamiento de Sevilla redactó una Ordenanza Reguladora de Sequía, que entró en vigor en el año 2000, con objeto de determinar y sancionar los usos indebidos del agua prohibiendo, por ejemplo, el riego y baldeo con agua potable y estableciendo sanciones que, de acuerdo con el nº de habitantes de la población en la que se produzcan, pueden alcanzar importes de hasta 1.800 euros.

La instalación de redes alternativas de agua no potable, las campañas de concienciación centradas especialmente en la promoción del Plan de Contadores Individuales en comunidades o la instalación de Dispositivos Ahorradores de Agua en todas las oficinas de la empresa así como en las dependencias municipales, son otras medidas impulsadas por Emasesa relacionadas con el ahorro estructural.

Por otro lado, se han llevado a cabo otras iniciativas como la renovación e instalación masiva de contadores de lectura directa mecánicos y electrónicos a todos los usuarios de Emasesa (más de 260.000) para facilitarles el autocontrol del consumo. Además de fomentar la disminución del consumo, han servido para que los usuarios sean más responsables con el medio ambiente, al poder acceder a una información pormenorizada sobre sus hábitos de consumo.

Además, todas estas iniciativas han ido de la mano de acciones de información y comunicación a la sociedad con objeto de implicar a los ciudadanos en la necesidad de adoptar conductas sostenibles. Por ello, se editan

anualmente folletos de concienciación ciudadana como las 12.000 guías de buenas prácticas para un consumo sostenible por sectores profesionales o los 2.500 folletos sobre la ubicación de los pozos de agua no potable y los 2.000 Catálogos sobre Dispositivos Ahorradores de Agua dirigidos a la ciudadanía en general y publicados también en 2006.

Fruto de todo este esfuerzo, se ha logrado, por ejemplo, una importante reducción del consumo doméstico de agua, que ha pasado de 176 litros/persona/día en el año 1991 a 132 litros/persona/día en el año 2007.

Gestión sostenible

Otros ejemplos de gestión sostenible se ponen de manifiesto en las acciones encaminadas al control de la oferta y la demanda realizadas por ALJARAFESA. En este sentido, el éxito de la experiencia pionera de la comarca del Aljarafe en la prestación de servicios de abastecimiento y saneamiento de aguas a pequeñas y medianas poblaciones, de forma integrada, ha motivado que dicho modelo de gestión, basado en la sostenibilidad y la excelencia, haya sido considerado por la propia planificación hidrológica de la Junta de Andalucía como modelo a seguir para la estructuración de los servicios hidráulicos en esta Comunidad. La finalidad era resolver los problemas de infraestructuras y gestión existentes en otros ámbitos que actualmente carecen de un modelo sostenible para la gestión del Ciclo Integral del Agua.

En cuanto al control de la oferta, destacan los significativos resultados obtenidos en la disminución de las pérdidas de agua potable en la red mediante, entre otras cosas, campañas permanentes de detección de fugas,

planes anuales de inversión en mantenimiento preventivo de redes y sus elementos de regulación, empleo de materiales más resistentes en nuevas conducciones y aplicación de tecnología punta en la medición y control de fugas.

Resulta igualmente relevante el esfuerzo empleado en optimizar las alternativas existentes para la reutilización de aguas, a través de la recuperación de aguas de lavado de filtros y de purgas de fangos en la Estación de Tratamiento de Aguas Potables (ETAP), el empleo de agua residual depurada en los procesos productivos de las Estaciones Depuradoras de Aguas Residuales (EDARs) o la elaboración de convenios para la reutilización de aguas residuales en agricultura y otros usos.

Finalmente, respecto al control del uso del recurso, y como elemento más significativo para garantizar su sostenibilidad, destaca el control de la demanda a través del fomento de un uso responsable del agua. En este sentido, también se han desarrollado diversas acciones, como la realización de campañas continuas de publicidad en diversos medios (prensa, radio, trípticos, etc.) para fomentar un uso responsable del agua y su ahorro, la instalación de equipos de medida en todos los puntos de consumo, incluyendo todos los usos municipales, o la renovación periódica de contadores para garantizar su correcto funcionamiento.

Tampoco se pueden olvidar en este punto otras iniciativas como el aumento de la individualización de contadores o el empleo de las mejores prácticas de información al cliente, como avisos por escrito en caso de consumo excesivo.



Planta solar de Copero

© EMASESA



© AQUALIA

Anuncio para dar a conocer el Plan Alcoy

Fomentar el consumo de energías renovables

El consumo de energías renovables puede realizarse con la utilización de centrales hidroeléctricas que, como en el caso de Emasesa, explota las situadas en los embalses de Aracena, Minilla y Zufre. Durante el año 2007 han producido 27.598 Mw/h, representando el 44% del consumo de energía de la empresa. Además, se han instalado placas solares fotovoltaicas en la ETAP El Carambolo y en la EDAR Copero y se dispone de cogeneración para la utilización del biogás procedente del proceso de depuración de las aguas residuales.

Reducir las emisiones, vertidos, residuos y ruidos

En lo relativo a las emisiones, Emasesa ha puesto en marcha un Plan de Movilidad que, en colaboración con la Agencia Andaluza de la Energía, trata de favorecer el uso racional y eficiente del coche y promover modos de transporte más sostenibles.

Algunas de las acciones que contempla este plan son:

- Creación del 'Servicio On-Line de Bolsa de Personal para Compartir Coche' al que se accede a través del Portal del Empleado y del 'Servicio de bicicletas eléctricas a disposición de los trabajadores'.
- Realización de 'Cursos de Conducción Eficiente' para turismos y vehículos industriales.
- Campaña interna de información y sensibilización de las acciones del Plan de Movilidad, con stand y exposición itinerante por los centros de trabajo.

Para reducir los residuos y obedeciendo pautas medioambientales, Emasesa ha puesto en marcha un sistema de reciclado de los subproductos de depuración a través de una Planta de Compostado, donde desde 1993 el tratamiento de la producción total de lodos generados por las distintas estaciones depuradoras de Sevilla y su entorno (70.000 toneladas/año de materia fresca) origina unas 20.000 toneladas de compost de alta calidad agronómica. Con esta actuación, no sólo se cierra el Ciclo Integral Urbano del Agua sino que se pone a disposición de los sectores agrícola, jardinería y paisajismo un producto de elevado valor agronómico, contribuyendo a la mejora de los agrosistemas y, en general, del medio ambiente.

Por su parte, Aljarafesa, en aras también de una gestión ambiental sostenible, gestiona los residuos valorizando todos aquellos que lo permiten y únicamente con gestores autorizados, a los cuales se les hace un seguimiento exhaustivo, garantizando un estricto cumplimiento de la legislación.

Las empresas pueden asumir un compromiso de ir más allá de la legislación ambiental vigente y aspirar a convertirse en compañías sostenibles



© EMASESA

Toma de muestras en el Embalse de El Gergal.

Investigación en pro de la sostenibilidad

Caminar en pro de la sostenibilidad significa también ir de la mano de la I+D+i con objeto de poner al servicio de una gestión respetuosa con el medio ambiente los últimos avances tecnológicos aplicables al Ciclo Integral del Agua Urbana (Abastecimiento y Saneamiento). En este sentido, Emasesa participa en varios programas de investigación en colaboración con las Universidades de Sevilla, Granada y la Complutense de Madrid, así como con el Centro de Experimentación de Nuevas Tecnologías del Agua y otras entidades de estudio y gestión hídrica.

Dentro de las líneas de investigación se encuentra el programa sobre acumulación en los sedimentos de materia orgánica y nutrientes, así como sobre los aportes que puedan recibirse tanto de vertidos puntuales como difusos, los blooms de algas derivados del aumento del grado de eutrofia y las pautas de gestión de las poblaciones de peces más adecuadas para compatibilizar explotación y conservación del ecosistema.

Por su parte, en el Centro de Experimentación de Aguas Residuales se han investigado procesos de lagunados y aplicación de filtros verdes para la depuración de aguas residuales de pequeñas comunidades, de bajo coste, cuyos resultados constituyen un elemento de apoyo para otras poblaciones del entorno.

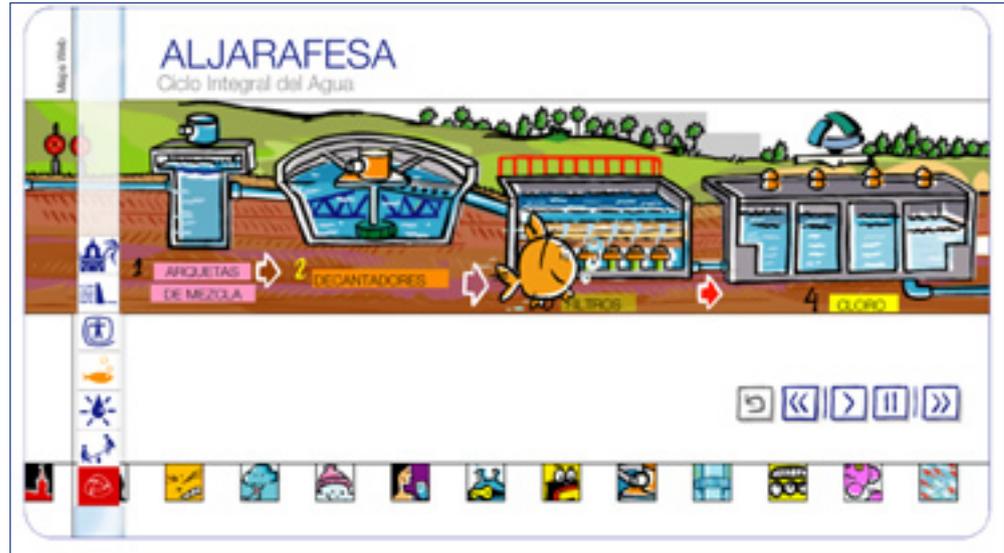
En línea con las recomendaciones del Plan Nacional Integrado de Residuos (PNIR 2007 – 2015), se ha desarrollado un Plan denominado 3D de desarrollo, difusión y demostración de lodos tratados y compostados para su aplicación en agricultura extensiva. Dentro de

este campo, se está desarrollando un proyecto sobre mejora del sistema de compostaje de lodos de depuradora desaguas residuales urbanas en instalaciones de secado solar.

Impulsar medidas correctoras

En esta línea, Aljarafesa cuenta con cuatro Estaciones Depuradoras de Aguas Residuales urbanas para depurar tanto las poblaciones del servicio como otras dos ribereñas. En las dos últimas EDARs, situadas en el Entorno de Doñana, los parámetros de depuración resultan de mayor exigencia, al tratarse de una 'zona sensible' (Río Guadiamar), obteniéndose niveles de cumplimiento del 100% respecto a lo requerido en las respectivas autorizaciones de vertido.

Caminar en pro de la sostenibilidad significa también ir de la mano de la I+D+i, con objeto de poner al servicio de una gestión respetuosa con el medio ambiente los últimos avances tecnológicos aplicables al Ciclo Integral del Agua Urbana



Sección de Medio Ambiente de la página web de Alfajaresa

Otro de los proyectos más ambiciosos y de mayor contribución al desarrollo sostenible de la comarca es el control integral de vertidos industriales, de especial significado en el caso del sector de la aceituna de mesa, iniciado en colaboración con otras administraciones. El objetivo de Aljarafesa es eliminar cualquier impacto negativo al medio y su control está basado en, entre otras cosas, un inventario de industrias potencialmente contaminantes, un programa de inspecciones continuas, convenios con las industrias dirigidos a la adecuación de sus instalaciones para garantizar el cumplimiento de los parámetros de vertido exigidos y procedimientos de actuación para minimizar, e incluso anular, el impacto en el medio de posibles descargas accidentales de dichas industrias.

Para gestionar todos estos procesos, Aljarafesa es una empresa pionera en uso de tecnologías de última generación, contando con Sistemas de Información Integrados, en gran medida de desarrollo propio, que permiten disponer en tiempo real de la información y posibilidades de operación más adecuadas para la gestión de los servicios.

Aljarafesa también exige a sus proveedores un compromiso ambiental, de forma que establece relaciones profesionales sólo con aquellos que cuentan con la homologación establecida.

El compromiso de Aljarafesa con el medio ambiente se refleja también en la implantación de un Sistema de Gestión Ambiental conforme a la norma internacional UNE-EN-ISO 14001:2004 y su certificación por AENOR, lo que implica un riguroso cumplimiento de la normativa ambiental existente, la mejora continua y su auditoría anual por una entidad externa.

Programas de investigación

Por su parte, Emasesa Metropolitana, dentro de sus actuaciones como medidas correctoras tiene programas de investigación orientados a reducir los olores y la presencia de insectos en la Planta de Compostaje. La modernización de la ETAP El Carambolo supuso el acondicionamiento de las laderas sobre la que está ubicada la Estación de Tratamiento con objeto de garantizar su estabilidad. Esta acción significó la mejora de las condiciones en las que se encontraba el 'Arboreto', jardín botánico de 40.000 m² que protege uno de los depósitos de Cabecera de dicha ETAP. También en otras Depuradoras como la San Jerónimo o la Ranilla, se han realizado diversos trabajos para minimizar su impacto con el cubrimiento de las fases de depuración y de secado con objeto de eliminar los olores. Y el Parque del Gergal en el que está ubicado uno de los cuatro embalses que gestiona Emasesa se ha cedido al ayuntamiento en cuyo término municipal se encuentra para usos educativos y de ocio.

Adoptar actuaciones educativas de protección ambiental

Emasesa Metropolitana cuenta con los Programas de Educación Medioambiental 'Ven a Conocernos' y el 'Agua en el Aula', este último dirigido a un público infantil y escolar especialmente sensibilizado con las cuestiones medioambientales y capaz de reconducir los hábitos pocos sostenibles de los adultos. Estos programas, en marcha desde el año 1998 y 2002 respectivamente, han permitido que más de 68.000 personas hayan visitado las instalaciones de Emasesa y conocido desde dentro la gestión del Ciclo Integral Urbano



© EMASESA

Visita de escolares al Embalse de El Gergal.

del Agua, y que 16.273 escolares de 215 colegios hayan participado. Los programas 'Ven a Conocernos' y el 'Agua en el Aula' implican un proceso de interacción social en diferentes colectivos sociales (clases en los colegios y visitas guiadas en las instalaciones), con objeto de enseñar contenidos ligados al ciclo integral del agua y que su aprendizaje se traduzca en un cambio de actitud orientada al cuidado del agua como recurso vital.

Por otra parte, es importante la presencia y participación activa en congresos, seminarios y jornadas. Entre ellas cabe destacar los 'Diálogos Internacionales sobre la Crisis Mundial del Agua', que anualmente se celebran en colaboración con Green Cross España para realizar una reflexión global sobre la situación general del agua y los diferentes retos que las instituciones y organizaciones sociales deben afrontar.

Es importante la presencia de las empresas en congresos, seminarios, jornadas y todo tipo de encuentros

Visitas concertadas con los colegios

Por su parte, ALJARAFESA organiza visitas concertadas durante todo el año con los colegios de toda la comarca, para dar a conocer a los escolares el ciclo integral del agua y cómo pueden contribuir en sus prácticas cotidianas al ahorro de agua y la prevención de la contaminación.

CETaqua – Centro Tecnológico del agua

CETaqua, Centro Tecnológico del Agua (www.cetaqua.com), es un organismo sin ánimo de lucro, cuyos socios fundadores son Aguas de Barcelona, la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). CETaqua, que inició sus actividades en el año 2007, es un organismo integrador y gestor de la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación en el campo integral del agua, con mayor énfasis en el ciclo urbano, y con vocación nacional e internacional.

Sus objetivos son realizar actividades de investigación aplicada y de desarrollo tecnológico e innovación, promover la transferencia de conocimiento y divulgar científicamente los resultados obtenidos.

Además de CETaqua, Agbar ha puesto en marcha un proyecto CENIT, en el marco del Programa Ingenio 2010 del gobierno español: SOSTaqua. Desarrollos tecnológicos hacia el ciclo urbano del agua autosostenible. Así mismo, participa en el desarrollo de proyectos de investigación de la empresa internacional "R+i Alliance", de la que Agbar es socio, y que tiene por objeto seleccionar, financiar y coordinar proyectos de I+D+i en el ciclo integral del agua.



© AGEAR

CETAqua, Centro Tecnológico del Agua, es un organismo sin ánimo de lucro, cuyos socios fundadores son Aguas de Barcelona, la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)

Jornada sobre innovación en el sector del agua organizada por CETAqua.

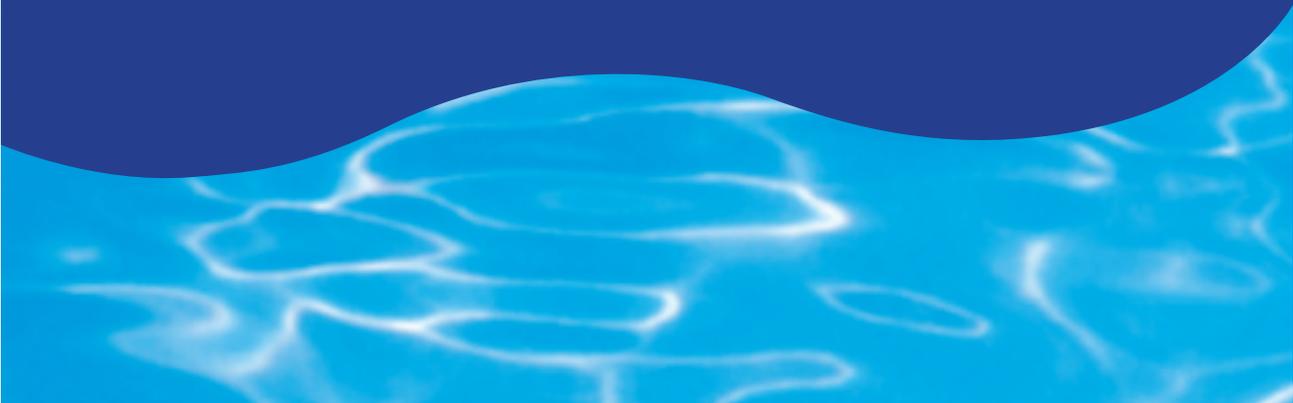
Los datos básicos 2007 de CETAqua son:

- Datos económicos: 1,9M de presupuesto global de CETAqua, 11,9M gestionados en proyectos, 57% de proyectos financiados por terceros
- Innovación estratégica: 6 líneas temáticas priorizadas, 9 proyectos en desarrollo
- Equipo: 34 personas dedicadas al desarrollo, ejecución y gestión de los proyectos. Perfiles: 10% Doctores, 3% Doctorandos, 75% Científico-Técnicos, 12% admin..

- Redes i colaboraciones: Más de 18 convenios de colaboración, 57% de los proyectos con participación de OPIs, Participación activa en 2 redes internacionales y 3 nacionales
- Difusión: 22 referencias publicadas, asistencia a mas de 20 jornadas, congresos,... con 8 ponencias presentadas, web con mas de 100 accesos externos desde su creación.



6. ¿CÓMO IMPLANTAR UNA ESTRATEGIA DE RSE?





La implantación de una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial en una compañía no dista, desde el punto de vista metodológico, de la de otras estrategias empresariales. Sin embargo, y teniendo en cuenta la importancia que algunos de los aspectos de la RSE tienen tanto en el ámbito interno como externo, dicho proceso debe realizarse tras un proceso de reflexión profundo y convenientemente madurado.

En primer lugar es conveniente ‘creer en la RSE’. Es necesario estar convencidos de que, desde la empresa, se puede aportar valor a la sociedad y que, por tanto, se quiere comenzar a avanzar. Dicho convencimiento es vital para asegurar el éxito de la implantación y, sobre todo, debe calar en la alta dirección de la

empresa. Si no existe una profunda creencia, por parte de los gestores de la empresa, de que los medios, la organización y el patrimonio de la entidad pueden aportar valor más allá de los límites de la compañía la estrategia no podrá tener éxito.

En segundo lugar, se debe tener claro el alcance y objetivos que perseguimos con la estrategia. Es decir, hasta dónde se quiere llegar y qué pretendemos con ella. No todas las empresas pueden poner a disposición de la sociedad importantes recursos económicos, ni actúan en amplios ámbitos geográficos. Es conveniente, por ello, tener claro desde el principio cuáles serán los límites de las actuaciones y con qué recursos se puede contar para desarrollar la estrategia.

EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE RSE DEBERÁ SEGUIR LOS SIGUIENTES PASOS:

FASE 1: CONOCER LA POTENCIALIDAD

Es necesario analizar el entorno de la empresa y sus factores internos para evaluar cómo la RSE puede integrarse dentro de la misión y cultura global de la compañía, cómo tener en cuenta e integrar la opinión de las partes interesadas y qué tipo de actuaciones se deben llevar a cabo.

FASE 2: PLANIFICAR E INSTRUMENTAR NUESTRO AVANCE EN RSE

La estrategia se debe definir en planes y programas concretos que cubran los objetivos estratégicos de la RSE y que integren los que ya se están llevando a cabo por parte de la empresa. Además, hay que definir indicadores de medición específicos para el seguimiento de su ejecución y concretar cuál será el sistema de reporting de RSE.

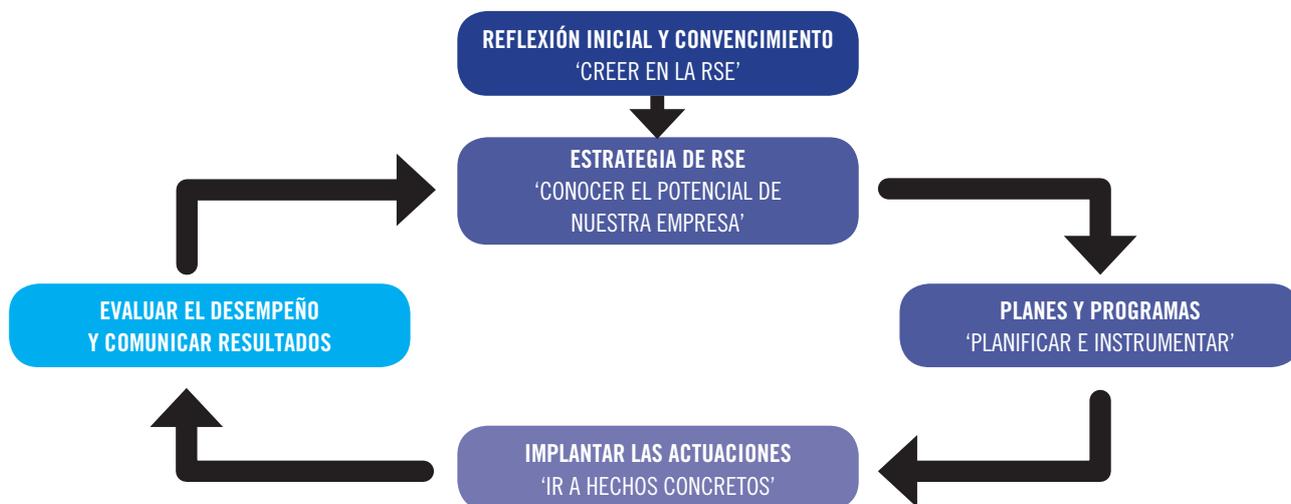
FASE 3: IMPLANTAR LAS ACTUACIONES, IR A ‘HECHOS CONCRETOS’

El siguiente paso es implantar las actuaciones concretas que permitan llevar a cabo los objetivos planteados y realizar un seguimiento de las mismas que permita conocer su grado de avance.

FASE 4: COMUNICAR LOS AVANCES

Una vez desarrolladas las etapas anteriores, la empresa podrá transmitir a la sociedad las actuaciones llevadas a cabo y los logros conseguidos.

PASOS PARA IMPLANTAR UNA ESTRATEGIA DE RSE



6.1. CONOCER LA POTENCIALIDAD

Antes de diseñar los pasos que se abordarán en materia de RSE es fundamental conocer de antemano cuáles son las fortalezas desde el punto de vista interno, y qué se espera el entorno y los grupos de interés de la empresa.

Ambos análisis (interno y externo) son, en ocasiones, la mejor herramienta para descubrir actuaciones que, sin la etiqueta de RSE, ya se están llevando a cabo en la empresa: carencias fácilmente subsanables, inquietudes de los grupos de interés desconocidas en el ámbito interno y oportunidades de desarrollo de la empresa desconocidas hasta el momento.

Desde el punto de vista interno, el análisis debe ser llevado a cabo con la participación del mayor número posible de departamentos de la empresa. Para ello, es muy útil la creación de órganos de coordinación interna (comités o grupos de trabajo de RSE) en los que se encuentren representados el mayor número posible de áreas de gestión de la empresa.

La misión de esos grupos será doble:

- Por un lado, identificar las actuaciones ambientales y sociales relevantes que ya se están llevando a cabo.
- Por otro, proponer nuevas actuaciones que complementen las que se realizan y que sean compatibles con la misión y valores de la empresa.

De este análisis saldrán interesantes ideas y potenciales líneas de actuación que desarrollar. Su viabilidad en el futuro deberá ponerse en relación con, entre otras, las siguientes temáticas:

- Buen Gobierno de la empresa y ética empresarial
- Relaciones laborales, formación y seguridad de los empleados
- Conciliación de la vida laboral y no discriminación
- Acción social externa e integración de personas desfavorecidas
- Ayuda al desarrollo en materia de abastecimiento y saneamiento
- Mecenazgo cultural y deportivo
- Prevención y protección del medio ambiente, especialmente de los recursos hídricos
- Educación ambiental y fomento del uso responsable del agua
- Fomento de la innovación
- Diálogo con los grupos de interés y transparencia informativa
- Protección del patrimonio empresarial

Respecto al análisis externo, su función es conocer lo mejor posible las inquietudes y opinión que, de la empresa, tienen los principales grupos de interés con los que se relaciona. Una herramienta muy útil para este tipo de análisis son las entrevistas con dichos grupos y las encuestas para conocer su opinión.

Como ya se ha ido comentando a lo largo de esta Guía, entre los principales grupos de interés se deben considerar a:

- Los accionistas y propietarios de la empresa
- Los empleados y sus representantes
- La administración local
- Las administraciones de tutela (estatal y autonómica)
- Los clientes, usuarios y consumidores
- Las contratas y proveedores de la empresa

- El entorno ambiental y las organizaciones que lo gestionan o protegen
- Los medios de comunicación y líderes de opinión
- La comunidad local y sus representantes

La consideración de la opinión e inquietudes de los grupos de interés (también denominados en ocasiones ‘partes interesadas’ o *stakeholders*) es uno de los factores más relevantes para conseguir que realmente la estrategia de RSE se integre de forma adecuada en el entorno en que se desarrolla la actividad. De este modo, cuanto más profundo y de calidad sea este análisis, más se adecuará la estrategia a lo que realmente se espera de la empresa.

Es muy útil la creación de comités o grupos de trabajo de RSE en los que se encuentren representados el mayor número posible de áreas de gestión de la empresa

6.2. PLANIFICAR E INSTRUMENTAR EL AVANCE DE LA RSE

Una vez realizado el análisis interno y externo, el siguiente paso consiste en valorar y priorizar, dentro del abanico de medidas potencialmente posibles, aquellas que se pueden llevar a cabo y desarrollarlas mediante planes y programas concretos.

A la hora de abordar la selección de las potenciales actuaciones deberemos tener en cuenta dos importantes factores:

- La coherencia de la misión como empresa
- Los beneficios para la empresa y para la sociedad en general

En primer lugar, nunca debe olvidarse que la misión fundamental de las empresas de Abastecimientos de Agua y Saneamiento y su mejor aportación a la sociedad y el entorno ambiental es simplemente ‘hacer bien su trabajo’. Es decir, prestar los servicios de abastecimiento y saneamiento de aguas de una forma eficiente, rentable para sus clientes y accionistas y con el mayor respeto posible al medio ambiente. Toda actuación que esté relacionada con la protección del recurso y su uso racional deberá ser prioritaria, dada su importancia tanto para asegurar los resultados como para satisfacer las expectativas de los grupos de interés.

Por ello, las potenciales actuaciones relacionadas con la RSE que se han identificado a partir del análisis interno y externo no deben ser muy distantes de las actividades de la empresa y deben intentar satisfacer las necesidades y expectativas del entorno más cercano. Está es la mejor forma de aportar valor al entorno social y geográfico aprovechando las capacidades técnicas, humanas y económicas disponibles en las empresas.

Prestar los servicios de abastecimiento y saneamiento de aguas de una forma eficiente, rentable para sus clientes y accionistas y con respeto al medio ambiente debe ser la misión fundamental

En función de las oportunidades y carencias detectadas y de los recursos disponibles, el siguiente paso será diseñar un Plan de Actuaciones en RSE de la empresa. Dicho plan, que será la 'hoja de ruta' a la hora de implantar la RSE en la organización, deberá tener un ámbito temporal limitado (de tres a cinco años) y desglosar las actuaciones concretas, señalando para cada una de ellas:

- El/los objetivos que pretende la actuación y a qué grupo de interés va dirigida
- El/los responsables internos que llevarán a cabo la actuación
- Los plazos para llevarla a cabo y los hitos intermedios que esperan lograrse
- Los recursos técnicos, humanos y económicos que se utilizarán
- Los indicadores para el seguimiento de su implantación
- Los medios para transmitir, externa e internamente, su puesta en marcha y los resultados obtenidos

La variedad y número de actuaciones a implantar dependerá de cada empresa, de sus potencialidades y de la filosofía que se quiera aplicar. Así, en algunos casos es posible que se quiera cubrir un amplio abanico de temas (medio ambiente, cultura, ocio, ayuda al desarrollo, etc....) y, en otros, al igual que hacen otras empresas españolas, que todos los esfuerzos se centren en un único 'proyecto estrella' sobre el que se vuelquen todos los recursos y esfuerzos.

6.3. IMPLANTAR LAS ACTUACIONES. 'IR A HECHOS CONCRETOS'

Una vez establecido el Plan de Actuación de RSE con medidas concretas, el siguiente paso será llevar a cabo cada una de ellas.

La implantación de actuaciones concretas deberá realizarse con criterios racionales y pragmáticos. La experiencia demuestra que actuaciones que potencialmente son de interés para terceros no siempre se demuestran exitosas. Por ello, durante la implantación de las medidas la organización deberá vigilar y demostrar la suficiente flexibilidad para adaptar sus actuaciones a los resultados parciales obtenidos.

En el capítulo anterior de esta guía, se han recogido medidas concretas implantadas por empresas de aguas que se han demostrado exitosas. A continuación, se repasan de nuevo algunas de las más destacadas.

En primer lugar, se señalan aquellas líneas profundamente relacionadas con la actividad sectorial, es decir, aquellas actuaciones para las que el conocimiento y capacidades de las empresas del sector pueden aportar mayor valor a la sociedad. Entre ellas podrían destacarse:

- Actuaciones que fomentan el ahorro y el uso racional del recurso: la mejor forma de las empresas de contribuir a la sostenibilidad ambiental es mediante campañas de comunicación dirigidas a los usuarios; impartiendo educación ambiental en los colegios; y concienciando a los clientes sobre la importancia del consumo responsable.
- Actuaciones de apoyo técnico y económico a la ayuda al desarrollo: son muchas las entidades y ONG que se dedican a la ayuda al desarrollo en el ámbito del agua. En este ámbito existen metas concretas fijadas en los Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas para el año 2015 que se corresponden con el abastecimiento y saneamiento en países pobres para



las que la colaboración y aportación de las empresas del sector puede ser muy valiosa.

- Actuaciones de soporte técnico, humano y económico en emergencias: para facilitar el abastecimiento de agua en situaciones de catástrofe y emergencia humanitaria, en colaboración con las autoridades y ONG especializadas en la logística y actuación humanitaria en este tipo de sucesos.
- Actuaciones de transferencia del conocimiento sectorial: aportar el conocimiento y la experiencia de las empresas españolas a administraciones y empresas de países en vías de desarrollo para promover su desarrollo técnico y el de sus profesionales, contribuyendo de este modo a la capacitación de sus técnicos y especialistas.
- Actuaciones en el ámbito científico y de la innovación: incrementar el esfuerzo en la investigación y desarrollo en el sector como forma de garantizar cada día un mejor servicio a la sociedad y de optimizar la gestión de los recursos hidráulicos.
- Actuaciones directamente relacionadas con el servicio dirigidas a colectivos desfavorecidos: incluir la acción social en los servicios estableciendo bonificaciones 'con causa' destinadas a personas o colectivos desfavorecidos, familias numerosas o, por ejemplo, a aquellos clientes que hacen un uso racional del agua.

Además de estas actuaciones, de carácter más sectorial, las empresas de abastecimiento y saneamiento pueden adoptar medidas similares a las que toman empresas de otros sectores y que se sitúan en el ámbito más local de la RSE. Algunos ejemplos son:

- Apoyar a las principales iniciativas institucionales en el ámbito de la RSE, como es el caso del Pacto Mun-

dial de las Naciones Unidas u otras que permitan el avance de la RSE en el ámbito empresarial.

- Fomentar la acción social en sus operaciones, fundamentalmente en lo relativo a la creación de empleo para personas desfavorecidas o en el apoyo a iniciativas de terceros en aspectos sociales.
- Apoyar y fomentar las iniciativas de voluntariado de sus empleados, consiguiendo que sea el propio personal de las empresas el que se involucre en las actuaciones en el ámbito local.
- Llevar a cabo programas de ámbito local y de apoyo a entidades ciudadanas locales de carácter solidario, cultural, deportivo, etc.
- Realizar acciones de mecenazgo cultural, deportivo o patrocinar actividades de ocio de los ciudadanos.
- Fomentar la Responsabilidad Social en proveedores y contratistas.

Durante el proceso de implantación de estas actuaciones, hay dos aspectos fundamentales a tener en cuenta para alcanzar el éxito. Uno de ellos es la necesidad de llevar a cabo una campaña de comunicación externa e interna de su puesta en marcha, sus avances y los logros parciales de las mismas, para implicar a los empleados y partes interesadas. Por otra parte, es imprescindible el seguimiento de los indicadores pertinentes, del cumplimiento de plazos y de las desviaciones producidas, para asegurar el adecuado avance y la consecución de los objetivos que se pretenden con las actuaciones a implantar.

Estos dos aspectos serán la base sobre la que sustentar la siguiente fase de la implantación de la estrategia: la comunicación de los resultados y avances hacia el exterior.

El esfuerzo dedicado a la elaboración de una Memoria puede verse recompensado, en gran medida, por la gran cantidad de información que se obtiene y por la visión de conjunto del desempeño de RSE

6.4. COMUNICAR LOS AVANCES

El último paso en la implantación es el que, en ocasiones, ha sido el primero en muchas organizaciones: comunicar a los demás los objetivos, estrategia, actuaciones y logros alcanzados mediante la publicación de memorias de RSE y otro tipo de herramientas de comunicación (internet, folletos, publicaciones periódicas, notas de prensa, etc.).

Los esfuerzos necesarios para comunicar hacia el exterior los logros y avances deben cumplir dos objetivos fundamentales: transmitir, de manera efectiva, los logros alcanzados, los objetivos de futuro y la filosofía que rige las actuaciones en RSE; y, por otro lado, servir como un ejercicio de evaluación de lo logrado hasta la fecha que, en función del esfuerzo realizado para recopilar la información, permita evaluar desviaciones y descubrir nuevas oportunidades de mejora.

Las memorias o informes de RSE se transforman de esta manera en instrumentos potentes y muy útiles para la gestión de los aspectos sociales y ambientales de la empresa. Sin embargo, conviene tener claros determinados aspectos que son importantes a la hora de plantear este tipo de comunicación. Una reflexión inicial que toda empresa debería hacerse, y que no siempre se hace, es si realmente se encuentra en condiciones de informar sobre su desempeño en RSE y si dicha información le va a reportar beneficios.

En esta reflexión debe considerarse que:

- **La memoria no es el objetivo prioritario de la actuación en RSE:** La memoria será uno de los mejores medios para transmitir a terceros, con transparencia, los esfuerzos realizados. Sin embargo, la el Informe no debe ser un fin en sí mismo, sino el reflejo de los resultados logrados a través de la estrategia que hemos implantado con anterioridad

(‘los compromisos’) y de las actuaciones concretas llevadas a cabo por la entidad (‘grado de cumplimiento de los compromisos’).

- **La memoria implica un compromiso:** La memoria será el instrumento con el que comunicar al exterior el desempeño en RSE. Su edición supone un ejercicio de transparencia que implica tener claro desde el principio cómo se va a avanzar y estar dispuestos a informar de los logros, pero también de los ‘fracasos’. Es conveniente, por tanto, reflexionar previamente acerca de la oportunidad de su publicación y de los compromisos asumidos a largo plazo por la organización.
- **Valorar el impacto sobre la organización:** Casi todas las organizaciones ven en la RSE una oportunidad para reforzar la percepción positiva que, de ellas, tienen las partes interesadas. Aunque esto es generalmente cierto, la RSE también puede suponer ciertos riesgos que conviene conocer y acotar. Otro aspecto muy importante que se ha de considerar es el impacto sobre la organización y las necesidades de coordinación de diferentes áreas de la empresa, e incluso de fuera de la empresa, para facilitar el proceso de obtención de la información y su tratamiento. También se debe evaluar la relación coste/beneficio que supone su elaboración.

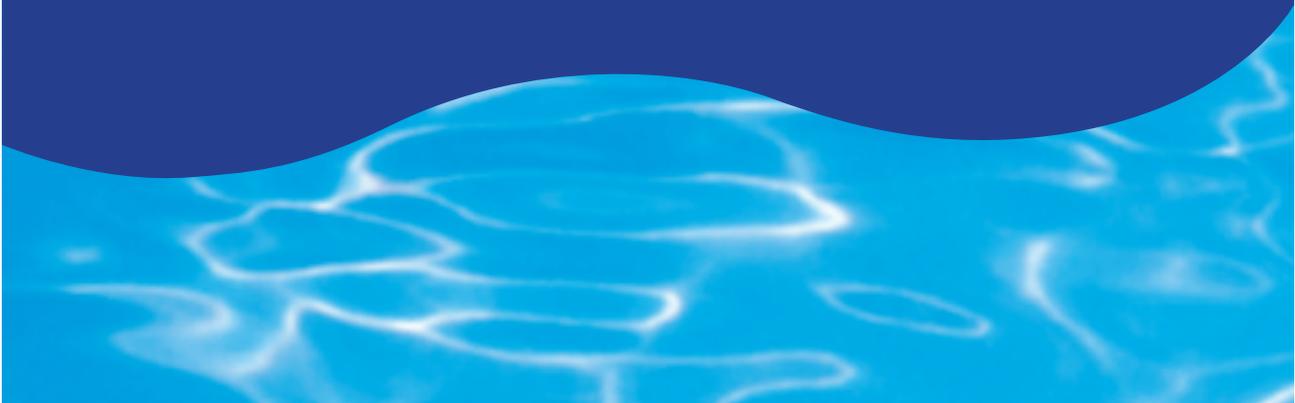
Como se ha señalado, este último paso relacionado con la comunicación puede, a su vez, convertirse en el primero de un nuevo ciclo. El esfuerzo dedicado a la elaboración de una Memoria puede verse recompensado, en gran medida, por la gran cantidad de información que se obtiene y por la visión de conjunto del desempeño de RSE que, sin duda, permitirá detectar nuevas debilidades y oportunidades que darán origen a nuevos planes, programas y actuaciones concretas en materia de RSE.

Aeas



Asociación Española de
Abastecimientos de Agua
y Saneamiento

7. RECOMENDACIONES PARA ELABORAR UNA MEMORIA DE RSE





Como ya se ha comentado en capítulos anteriores, las memorias de RSE son probablemente el mejor medio para transmitir a terceros, con transparencia, los esfuerzos que se están realizando dentro de las empresas en materia de RSE.

Sin embargo, la elaboración de una memoria de RSE es un proceso complejo y laborioso, que debe ser abordado con ambición y precaución debido a la importancia que la proyección externa de las actividades tiene en la sociedad y, por tanto, sobre la reputación de las empresas.

Una memoria de RSE bien construida debe ser, en el fondo, el reflejo de lo que es la empresa, de lo que hace, lo que aporta y de lo que quiere aportar a la sociedad y el entorno en el futuro. Por ello, su elaboración debe considerarse como un auténtico ‘proyecto de empresa’ en el que se va a involucrar a muchas personas y departamentos y que debe dar los resultados esperados. Además, debe servir como ejercicio de evaluación para detectar aquellos aspectos en que el desempeño es el adecuado y aquellos en que se puede mejorar la gestión.

Los planteamientos simplistas, puramente ‘comunicacionales’, no tienen sentido en un mundo en el que existen expertos y partes interesadas muy bien informadas sobre la importancia de la RSE y la transparencia que las organizaciones deben respetar. Desde dicho punto de vista, la decisión de elaborar, editar y distribuir una memoria de RSE debe ser bien meditada de forma interna, teniendo claro los objetivos que se pretenden.

Ente dichos objetivos se pueden destacar los siguientes:

- Informar a la sociedad en general y a los grupos de interés sobre cuales son las intenciones y objetivos de actuación y cómo éstos pretenden cumplir con sus expectativas.
- Recapitular información sobre cuál ha sido y será el desempeño en aspectos sociales y ambientales, sin ocultar la información relevante y con un seguimiento de los éxitos, pero también, de los fracasos.
- Poner de manifiesto la contribución de la empresa al desarrollo económico, medioambiental y social.
- Reforzar y renovar los compromisos de la empresa con sus interlocutores y con los grupos de interés de los entornos en los que opera: instituciones, clientes, proveedores, empleados y la sociedad en general.
- Crear una imagen positiva y de confianza e incrementar la reputación
- Servir de motor interno de diálogo interdepartamental para mejorar la gestión interna y favorecer una cultura de la Responsabilidad Social y sostenibilidad que estimule los compromisos de directivos y empleados con la organización.
- Diferenciarse y apostar por las nuevas tendencias empresariales, fomentando un mayor compromiso con la sostenibilidad y una mejor contribución al desarrollo social.

Si se tienen en cuenta todos estos factores, queda claramente patente que, desde sus inicios, la decisión de elaborar y hacer pública o no una Memoria de RSE es una decisión ejecutiva que tiene que ser

tomada por los más altos órganos de dirección de las empresas. Poco pueden hacer los departamentos de comunicación e imagen, si no es la dirección la que lidera la iniciativa de informar con transparencia y rigor hacia los demás de cuál es el comportamiento ético, medioambiental y en relación con la sociedad de la compañía.

Una vez logrado el apoyo de la dirección, conocidas las ventajas e inconvenientes (riesgos incluidos) de elaborar la Memoria de RSE y tomada la decisión de realizar el Informe (el proceso a seguir se puede ver en el Cuadro 3).

Una memoria de RSE bien construida debe ser el reflejo de lo que es la empresa, de lo que hace, lo que aporta y de lo que quiere aportar a la sociedad y el entorno en el futuro

CUADRO 3: PROCESO PARA HACER UNA MEMORIA

- | | |
|--|---|
| 1 Elegir el estándar a seguir | 5 Construir los indicadores y redactar contenidos |
| 2 Identificar aquellos temas sobre los que informar y cómo hacerlo (materialidad) | 6 Elaborar la Memoria |
| 3 Definir los contenidos e indicadores sobre los que se informará | 7 Solicitar a un tercero independiente la verificación de la información |
| 4 Identificar las fuentes de información y recopilar dicha información | 8 Reflexionar sobre los resultados y los nuevos retos planteados |



7.1. ELEGIR EL ESTÁNDAR A SEGUIR

En general, casi nadie pone en duda que las memorias de RSE deben ser elaboradas siguiendo las directrices de la organización Global Reporting Initiative (GRI). No obstante, dicha opción, aunque mayoritariamente asumida por la mayoría de las empresas, no es la única existente. El carácter voluntario de la RSE en el ámbito empresarial hace que siempre exista la posibilidad de no ceñirse a dicho modelo y de informar, mediante un esquema propio.

Desde el punto de vista práctico, GRI ofrece ventajas indudables:

- Es el estándar más comúnmente aceptado a nivel internacional (más de 1000 empresas) y en España. Su reputación es prácticamente incuestionable.
- Es una iniciativa promovida por el CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies, USA) y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente); 1997, 2000, 2002, 2006 (G3), institución independiente.
- Está alineado con otras iniciativas internacionales relevantes en el campo de la sostenibilidad (Pacto Mundial y OCDE).
- Ha sido elaborado a partir de un trabajo multistakeholder, donde han participado tanto las empresas como sus grupos de interés: ONG, académicos, administraciones públicas...
- Es un modelo bastante flexible, no muy 'encorsetado' en cuanto a contenidos concretos y datos a aportar.
- Está constantemente en proceso de mejora, con 'separatas' sectoriales y nacionales.
- Permite la 'comparabilidad' entre empresas.
- Aporta visión a largo plazo.

Sin embargo, a la hora de optar por una memoria que siga los indicadores del GRI también pueden encontrarse algunos inconvenientes:

- Los de cualquier estándar: hay que ceñirse a las guías marcadas.
- Implica contar con políticas y estrategias a nivel corporativo para poder justificar determinados indicadores de desempeño.
- Exige numerosas informaciones cualitativas.
- Su enfoque, en ocasiones, está muy dirigido hacia algunos aspectos relacionados con las operaciones en países en vías de desarrollo u a otros muy específicos como, por ejemplo, la biodiversidad.

Sea como fuere, la mayoría de empresas en la actualidad elaboran su informe en base a la metodología del Global Reporting Initiative (G-3), que supone una actualización y mejora de la versión GRI (2002). La metodología del GRI tiene como objetivo dar apoyo a las organizaciones y a sus interlocutores en la elaboración y comprensión respectivamente de las contribuciones que las organizaciones hacen al desarrollo sostenible.

Su metodología implica la ordenación y reporte de la información de la organización en base a unos principios y unos indicadores que abarcan la dimensión económica, social y medioambiental de la misma.

Conviene tener en cuenta otras referencias como son: AA1000, SA8000, SGE21, los informes de la Unión Europea o la OCDE, el Código Unificado de Buen Gobierno aprobado por la CNMV, el informe sobre memorias de Responsabilidad Social del Observatorio de RSC y del Observatorio de RSE, los Principios del Global Compact, etc.

7.2. IDENTIFICAR AQUELLOS TEMAS SOBRE LOS QUE INFORMAR Y CÓMO HACERLO (MATERIALIDAD)

Tanto si se opta por la metodología del GRI como si no, lo cierto es que la memoria debe responder a las inquietudes e intereses de los diferentes grupos de interés con los que la empresa interactúa.

Por ello, un ejercicio muy importante será analizar la materialidad (grado de importancia relativa) que los diferentes temas tienen para los distintos colectivos a los que se dirige la información.

En algunos casos, dicho ejercicio se puede hacer mediante el contacto directo con los grupos de interés o sus representantes. Si no se ha realizado una consulta directa, la organización debe plantearse al menos, antes de definir los contenidos de la Memoria de RSE, qué esperan conocer los demás sobre la compañía.

Para ello existen herramientas muy válidas, como las matrices 'grupos de interés/temas a informar', cuyo adecuado empleo permitirá elaborar unos contenidos adecuados para satisfacer sus expectativas.

7.3. DEFINIR LOS CONTENIDOS E INDICADORES SOBRE LOS QUE INFORMAREMOS

Una vez establecidos aquellos temas sobre los que se debe informar, el siguiente paso es definir los contenidos y los principales indicadores de gestión que abordan dichos temas.

GRI establece un número de indicadores relevantes que permiten informar de los principales aspectos de

la RSE, pero lo cierto es que, en ocasiones, será la propia empresa la que, en función de sus necesidades concretas y coyunturales, puede llegar a establecer otros contenidos a desarrollar.

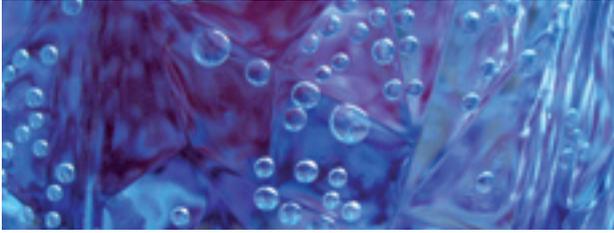
7.4. IDENTIFICAR LAS FUENTES DE INFORMACIÓN Y RECOPIRAR DICHA INFORMACIÓN

Definidos los contenidos, el trabajo más arduo es el de identificar las fuentes de información disponibles y recopilar los datos necesarios para elaborar los indicadores y contenidos.

Un aspecto muy relevante es la diferencia existente entre la información disponible y la información 'de-seable'. En este sentido deberemos ser rigurosos en discernir aquello de lo que deberíamos informar y lo que se puede hacer.

Una memoria bien construida debe saber transmitir al lector que, de aquellos temas de los que no se puede informar por falta de datos, se le comunicarán en ejercicios posteriores. Asimismo, debe exponer las causas de no poder hacerlo.

Recopilar la información es un trabajo arduo tanto para los responsables de la elaboración de la Memoria de RSE, como para el resto de departamentos y áreas de la empresa que son la fuente de los datos. Por ello, en todo momento hay que hacer partícipe a toda la organización del compromiso de transparencia y, una vez logrado el objetivo, reconocer sus méritos y ayuda en el esfuerzo común de la elaboración de la Memoria de RSE.



Algunos consejos útiles para completar con éxito esta fase son:

- **Aprovechar los sistemas de información existentes.** En muchas ocasiones, la información necesaria ya existe dentro de la entidad, pero es necesario adaptar los sistemas de información para obtener los desgloses y la información necesaria para alimentar el sistema de información de RSE.
- **Implantar nuevas herramientas que permitan obtener la información a medio plazo.** En otros casos es necesario un esfuerzo mayor y comenzar a ‘medir’ aspectos nuevos relacionados con la sostenibilidad. En este caso, es necesario implantar nuevas herramientas y ‘asesorar’ a los responsables de su medida sobre los parámetros básicos necesarios para construir los indicadores. Una práctica extendida en algunas empresas es la utilización de ‘Cuestionarios’ o ‘Guías de Parámetros’ que facilitan notablemente el seguimiento y reporte de la información necesaria.

Una parte de la información requerida por GRI se basa en Políticas y/o Códigos de Conducta corporativos y en aspectos cualitativos que, en ocasiones, son de difícil justificación. A veces, este tipo de información no está disponible porque la entidad no ha avanzado aún en su ‘Estrategia de RSE’, siendo necesario un compromiso a medio plazo. Si esto es así, debe informarse de tal circunstancia, lo que implica problemas a la hora de abordar la elaboración de las Memorias.

7.5. CONSTRUIR LOS INDICADORES Y REDACTAR CONTENIDOS

Una vez recopilada toda la información disponible y teniendo en cuenta que no siempre coincide con toda

la ‘deseable’, el siguiente paso será elaborar los indicadores y los contenidos.

En este proceso, se opte o no por informar según sus directrices, GRI ofrece muchas ventajas gracias a los protocolos técnicos que ha elaborado para la elaboración de indicadores y contenidos. Es, por tanto, muy recomendable utilizar sus directrices y ceñirse a un guión que responda a las directrices de materialidad de la información que se ha definido al inicio del proceso.

La elaboración de contenidos e indicadores puede realizarse de forma interna, pero las mejores prácticas recomiendan contar con el asesoramiento especializado de terceros a la hora de abordar determinados aspectos técnicos (sobre todo en indicadores medioambientales) y de estilo (bastantes empresas contratan para ello a expertos en periodismo y comunicación empresarial con excelentes resultados).

7.6. ELABORAR LA MEMORIA

Concluida la redacción técnica de la Memoria, llega la fase de su elaboración desde un punto de vista de comunicación y marketing. En esta fase es donde los departamentos de imagen y relaciones exteriores deben tomar su protagonismo.

La memoria de RSE es probablemente el documento público en el que mejor se reflejan los intereses, objetivos y niveles de desempeño de la organización. Por ello, su edición y tratamiento gráfico debe ser muy cuidado y equilibrado.

También conviene tener en cuentas varios aspectos:

- **Cuidar la imagen corporativa y la marca.** La memoria no debe distanciarse mucho de las prácticas habituales de comunicación e imagen de la empresa. Es un documento que proviene de la misma y, por tanto, debe ser coherente y no ser nada excepcional.
- **Sobriedad en las formas. No por tener más fotos, la memoria es mejor.** Lo realmente importante es que sus contenidos respondan a las expectativas de los grupos de interés. Las memorias ‘muy cargadas’ desde el punto de vista gráfico no aportan mayor credibilidad a aquellos que están interesados en saber cuál es el comportamiento en materia económica, social y ambiental.
- **Lenguaje asequible.** No todos los potenciales lectores son técnicos ni expertos en RSE, por lo que las formas de expresarse deben adecuarse a un lenguaje común y asequible a la sociedad en general. A este respecto, es muy recomendable incluir un glosario de términos técnicos que facilite la comprensión del lector de la Memoria.

7.7. SOLICITAR A UN TERCERO INDEPENDIENTE LA VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

El indudable valor de la memoria de RSE se sustentará en actuaciones reales y concretas llevadas a cabo por la empresa. Así se transmitirá en la Memoria y así debería ser interpretado por todos aquellos agentes que acceden a sus contenidos.

No obstante, los principales estándares internacionales en relación con este tipo de publicación –GRI entre ellos–, reconocen el valor añadido de contar con la verificación de la información por un tercero independiente.

La verificación independiente es uno de los elementos relevantes del proceso de elaboración de los informes de sostenibilidad y de RSE que contribuye decididamente a su credibilidad ante los agentes que interactúan con la empresa, añade valor a las mismas y, en muchas ocasiones, puede aportar mejoras a la calidad de sus contenidos y los métodos utilizados para su elaboración.

La experiencia indica que esta práctica es cada vez más común y, tras la publicación del nuevo esquema G3 por parte de GRI, es casi un requisito necesario para todas aquellas organizaciones que editen memorias de RSE y que pretendan que éstas, al igual que en el caso de las memorias financieras, sean percibidas por las partes interesadas como un reflejo y una ‘imagen fiel’ de la empresa.

En este sentido, es el auditor de cuentas la figura más adecuada y de mayor credibilidad para realizar este tipo de verificación bajo estándares internacionalmente reconocidos como ISAE 3000 y la norma AA1000AS.

7.8. REFLEXIONAR SOBRE LOS RESULTADOS Y LOS NUEVOS RETOS PLANTEADOS

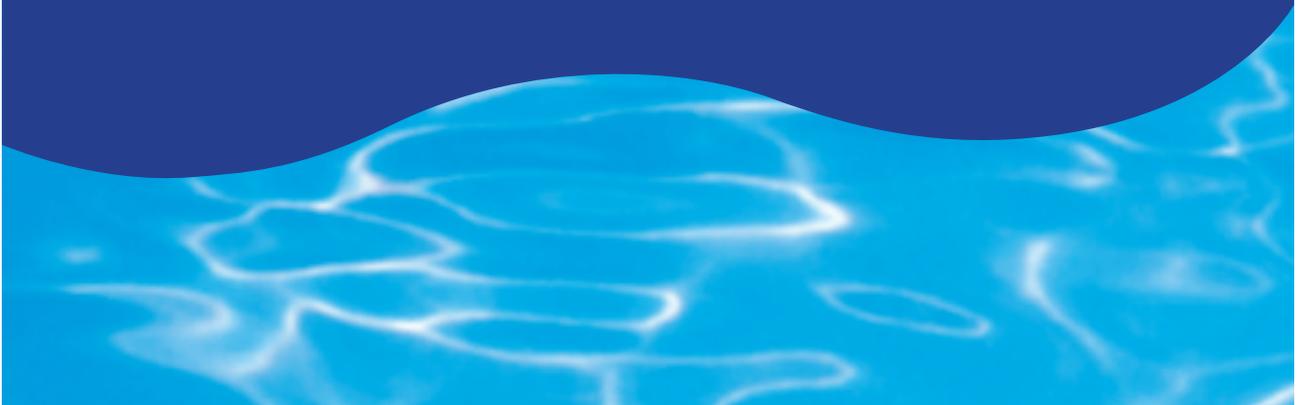
Una vez concluida y publicada la memoria de RSE, el trabajo no debe finalizar. El esfuerzo para elaborar la memoria debe ser aprovechado para convertirse en el primer paso de un nuevo ciclo. La gran cantidad de información y la visión de conjunto del desempeño de RSE que se obtiene del proceso de realización de la memoria, sin duda, permitirá detectar nuevas debilidades y oportunidades que darán origen a nuevos planes, programas y actuaciones concretas en materia de RSE.

Aeas



Asociación Española de
Abastecimientos de Agua
y Saneamiento

8. INTEGRARSE EN REDES DE RSE



Aparte de sus propias iniciativas como empresa, las organizaciones del sector del Abastecimiento y Saneamiento participan en diversas iniciativas e instituciones que buscan la cooperación entre compañías para avanzar en los aspectos ambientales y sociales.

Las empresas socialmente responsables deben ser conscientes de la importancia que tiene la participación en iniciativas institucionales para el desarrollo de sus actuaciones en materia de RSE.

De hecho, existen múltiples foros y organizaciones nacionales e internacionales en las que una empresa socialmente responsable puede participar, añadiendo su esfuerzo al de otras empresas y entidades. A continuación se hace un pequeño repaso de los objetivos y actuaciones de algunas de las más representativas.

Las empresas socialmente responsables deben ser conscientes de la importancia que tiene la participación en iniciativas institucionales para el desarrollo de sus actuaciones en materia de RSE



EL PACTO MUNDIAL (GLOBAL COMPACT)

¿Qué es?

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) es una iniciativa de carácter internacional que persigue la implantación, en la estrategia y las operaciones diarias de las empresas, de 10 Principios universales de conducta y acción en los ámbitos de los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

La iniciativa pretende, por medio de la creación de una ciudadanía corporativa global, la conciliación de las demandas de la sociedad civil, del tercer sector, de los sindicatos y de las instituciones educativas con los intereses y procesos de la actividad empresarial.

Varias empresas del sector en España se han adherido a esta iniciativa y participan de forma activa en la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM). La participación conlleva asociada el apoyo a las iniciativas del Pacto, la colaboración activa en las actividades que organiza ASEPAM y la elaboración anualmente de un 'Informe de Progreso', de carácter público, para informar sobre los avances alcanzados en el desempeño de la empresa respecto de los 10 Principios.

Objetivos

Promover los 10 Principios en las actividades de negocio en todo el mundo. Son los siguientes:

- Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
- Las compañías deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
- Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
- Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
- Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.



GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

¿Qué es?

Global Reporting Initiative es una organización ligada a Naciones Unidas que desarrolla y difunde directivas mundialmente aplicables para la realización de las memorias de RSE y sostenibilidad. Las normas establecidas por GRI son de uso voluntario por parte de las organizaciones, a fin de difundir el impacto de sus actividades, productos y servicios.

La Guía GRI incluye una serie de indicadores para que las organizaciones presenten una visión equilibrada y razonable de su actuación económica, ambiental y social en su memoria de RSE.

GRI es el estándar para la elaboración de memorias de RSE que goza de mayor aceptación internacional (casi 1.000 organizaciones en 2006). El número de empresas españolas que publican una memoria según GRI crece año a año (más de 90 en 2006). En nuestro sector, a nivel internacional se publican alrededor de 20 memorias siguiendo el estándar GRI.

El Global Reporting Initiative cuenta con un mecanismo por el cual un número ilimitado de organizaciones pueden identificarse con la misión del GRI. Son los denominados Organisational Stakeholders (OS). Este grupo de organizaciones tiene en sus manos la elección de un 60% del Consejo de Partes Interesadas (Stakeholder Council). Los Organisational Stakeholders incluyen organizaciones de todo tipo, tamaño y localización. Suponen un elemento crítico en el proceso de gobierno del GRI, representando las bases sobre las cuales el GRI se sostiene como una institución democrática, abierta y global.

Objetivos

- Elevar la calidad de los informes de RSE.
- Lograr mayor comparabilidad, consistencia y eficiencia en la difusión.
- Facilitar e incidir en la necesaria interacción con las partes interesadas.

Hitos

Los principales hitos en cuanto a las directrices para la elaboración de Memorias según GRI son los siguientes:

- 1998: primera guía para elaboración de Memorias de RSE.
- 2002: guía basada en indicadores de desempeño económico, social y ambiental.
- 2006: revisión de la guía y directrices (G3).



FORO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

¿Qué es?

El Foro de Reputación Corporativa (fRC) es un lugar de encuentro, análisis y divulgación de tendencias, herramientas y modelos de gestión de la reputación corporativa, fundado en septiembre de 2002. El interés del fRC por la reputación surge de su convencimiento acerca del impacto que ésta tiene como elemento generador de valor para las empresas que lo integran y sus grupos de interés.

Esta organización entiende que la construcción y la consolidación de una buena reputación implica la gestión integrada de distintas piezas: ética y buen gobierno, innovación, productos y servicios (calidad), entorno de trabajo, Responsabilidad Social Corporativa, resultados financieros y liderazgo.

El Foro de Reputación Corporativa comenzó su andadura integrado por sus cuatro miembros fundadores: Agbar, BBVA, Repsol YPF y Telefónica. Después se incorporaron Abertis, Ferrovial, Gas Natural, Iberdrola, Iberia, Novartis y Renfe.

El fRC firmó a finales del año 2004 un acuerdo con el Reputation Institute (RI). El RI es una red de expertos, procedentes tanto del mundo académico como del empresarial, cuya misión es avanzar en el conocimiento del concepto de reputación y de su gestión, y difundirlo a nivel internacional. Para cumplir con su misión, el RI lleva a cabo principalmente cuatro tipos de actividades: investigación, foros, publicaciones y formación.

A través del acuerdo firmado en 2004, el Foro de Reputación Corporativa se convierte en el representante del Reputation Institute en España. Este acuerdo permite al fRC situarse a la vanguardia de los desarrollos metodológicos de la medición y gestión de la reputación corporativa

Objetivos

- Compartir investigación y divulgar conocimiento sobre la reputación corporativa: ser el referente en reputación corporativa en España.
- Analizar diferentes metodologías de gestión de la reputación y facilitar su posible implantación en las empresas que lo integran.
- Estudiar la influencia e interrelaciones entre las principales variables que influyen en la reputación corporativa: ética, buen gobierno, Responsabilidad Social, calidad...
- Evaluar métodos de identificación y valoración de intangibles.
- Constituirse en uno de los principales interlocutores de los inversores que evalúan la responsabilidad en sus criterios de inversión.



CLUB DE EXCELENCIA EN SOSTENIBILIDAD

¿Qué es?

El Club de Excelencia en Sostenibilidad es una asociación empresarial compuesta por un grupo de grandes empresas que apuestan por el crecimiento sostenido desde el punto de vista económico, social y medioambiental con el objetivo de ser un foro de diálogo con stakeholders, una plataforma de benchmarking en desarrollo sostenible y transmisores de buenas prácticas al tejido empresarial español.

El Club de Excelencia en Sostenibilidad es una asociación sin ánimo de lucro que se ha creado con la finalidad de impulsar el desarrollo sostenible desde el sector empresarial, compartiendo prácticas responsables para contribuir a la excelencia de las empresas y al progreso de la sociedad. El Club de Excelencia en Sostenibilidad tiene como visión: “Ser el Foro Empresarial de Referencia en Desarrollo Sostenible”.

Las empresas asociadas de esta entidad son ABB, Adecco, Adif, Alstom, Basf, BSH, Cemex, Cepsa, Endesa, Ericsson, Holcim, Iberdrola, Iss Facility Services, “la Caixa”, Mondragón, MRW, Orange, PortAventura, REE, Renfe, Siemens, Telefónica y Unión Fenosa.

Objetivos

Los estatutos del Club de Excelencia en Sostenibilidad contemplan los siguientes objetivos generales:

- Organizar eventos de Responsabilidad Corporativa.
- Compartir experiencias en materia de Responsabilidad Corporativa.
- Establecer alianzas con fundaciones y escuelas de negocios.
- Realizar publicaciones relativas al desarrollo sostenible y la Responsabilidad Corporativa.
- Crear premios y reconocimiento público a esfuerzos relevantes realizados en fomento de un desarrollo sostenible.
- Formar en materia de Responsabilidad Corporativa.
- Desarrollar proyectos con empresas, instituciones públicas, personas jurídicas de todo tipo y personas físicas en materia de desarrollo sostenible y Responsabilidad Corporativa.
- Colaborar con asociaciones privadas y administraciones públicas.
- Discutir, analizar y establecer recomendaciones de aplicación de acuerdos nacionales e internacionales.



FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD

¿Qué es?

La Fundación Empresa y Sociedad tiene por objeto impulsar un movimiento empresarial abierto e independiente que promueva un concepto de empresa donde la acción social está integrada en la estrategia.

La Fundación Empresa y Sociedad concentra sus esfuerzos en la acción social, entendida como la dedicación de recursos empresariales a proyectos relacionados con personas desfavorecidas.

Entre los objetivos de la fundación destaca el promover que las empresas tomen la iniciativa frente a los principales retos relacionados con la plena integración en la sociedad de personas desfavorecidas (inmigración, envejecimiento, discapacidad, desarrollo local, educación, cooperación internacional...), ya que también son retos estratégicos para el sector empresarial.

Empresa y Sociedad trabaja con un enfoque que integra el doble ángulo económico y social, empresarial y humano, con el objetivo de generar efectos positivos tanto en la sociedad como en la empresa.

Para ello, la fundación utiliza el análisis comparativo sistemático de las actuaciones de las 250 principales empresas que operan en España, lo que permite contextualizar cada caso desde el punto de vista de su tipología y de sus datos de dimensión e impacto. La fundación orienta su investigación y análisis desde una perspectiva práctica, ya que pretende incidir en la realidad inspirando líneas de acción concretas en las empresas.

La fundación trata de que cada empresa reflexione sobre las iniciativas que tienen más sentido según sus recursos, características y circunstancias, teniendo en cuenta que es un tema transversal en varias de sus áreas.

Programas

- El programa Empresa y Discapacidad es un plan de trabajo multiempresa a tres años (2005-2008) para mejorar individual y conjuntamente en la accesibilidad de entornos y servicios, el diseño de productos a medida y el empleo directo y sus alternativas.
- El programa Empresa y Empleados (2006-2008) busca la mejora del conocimiento del entorno de acción social de empleados y directivos, de la participación de empleados y directivos en proyectos, y de iniciativas multiempresa.
- El Programa Empresa e Inmigración (2007-2009) pretende que las empresas asociadas trabajen enfocadas y de forma estructurada, compartan conocimiento y aprovechen economías de escala en relación con la inmigración.



FORÉTICA

¿Qué es?

Forética es una asociación española que agrupa a empresas y profesionales de la RSE. Tiene como misión fomentar la cultura de la gestión ética y la Responsabilidad Social, dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible. Se trata de una organización multistakeholder en la que sus miembros trabajan para desarrollar un concepto de gestión ética y socialmente responsable equilibrado y sustentado por el diálogo con las partes interesadas.

También es una fuente de conocimiento e innovación, fruto de su extensa red de empresas, académicos y expertos en RSE en distintos sectores y funciones, y una plataforma de comunicación y fomento de la transparencia que permite a sus socios aumentar su capilaridad y eficacia en la difusión del compromiso real y demostrable con sus valores.

Forética es un referente en herramientas de gestión integrales, que permiten la implantación, medición y verificación de valores y conductas de la empresa en sus operaciones y relaciones con el entorno. Es el caso de la norma de empresa SGE 21, un estándar consolidado para la gestión de la Responsabilidad Social.

Objetivos

- Fomentar la cultura de la gestión ética y la Responsabilidad Social en las organizaciones.
- Ser un foro de referencia, a través de la generación de conocimiento y servicios de valor que permitan la implantación de políticas verificables en Gestión Ética y Responsabilidad Social.

Forética ofrece una gran variedad de iniciativas de cara a que los destinatarios mantenerse a la vanguardia de la RSE como su informe sobre el estado de la RSE en España, sus cuadernos de investigación, donde expertos y académicos analizan en profundidad aspectos clave de la gestión de la RSE; los ciclos de conferencias monográficas donde se analizan los sectores de la economía española, formación sobre herramientas de gestión de la RSE y los cursos de verano, en lo que unifica esfuerzos del ámbito académico y empresarial.

También falla sus premios, cuyo objetivo es incentivar la generación de conocimiento, y organiza el CSR MarketPlace, un punto de encuentro de las iniciativas empresariales de éxito más innovadoras dentro del campo de la gestión ética y socialmente responsable.



Fundación Entorno

Consejo Empresarial Español
para el Desarrollo Sostenible

FUNDACIÓN ENTORNO

¿Qué es?

Fundación Entorno-Consejo Empresarial Español para el Desarrollo Sostenible (FE-BCSD España) es una organización privada y sin ánimo de lucro con la misión de trabajar abordando los retos del desarrollo sostenible como oportunidades empresariales.

Impulsada en 1995 por un grupo de grandes compañías, está al servicio de las empresas que desean reforzar su compromiso con el desarrollo sostenible. En la actualidad cuenta con un centenar de empresas colaboradoras y asociadas, así como más de 7.000 beneficiarios anuales.

FE-BCSD España es socio nacional del Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD, en sus siglas en inglés), una organización empresarial líder en el mundo que, gracias al compromiso de los directivos de las empresas, está definiendo la agenda del desarrollo sostenible, la competitividad empresarial y las sociedades sostenibles. Nuestros dos objetivos, que se refuerzan mutuamente, son fomentar el liderazgo empresarial como catalizador del desarrollo sostenible en los negocios y apoyar a las empresas para innovar y crecer en un mundo cada vez más dependiente de los grandes retos del desarrollo sostenible.

Las actividades de Fundación Entorno-BCSD España se caracterizan por su carácter innovador. Nuestro interés es buscar nuevos planteamientos, explorar otros mercados, adaptar experiencias de éxito de cualquier parte del mundo y testarlas en forma de experiencias piloto en nuestro país. Y así, de acuerdo al interés que despierten en nuestro tejido empresarial, lanzarlas y diseñar las herramientas que faciliten su implantación.

Nuestro programa de trabajo aborda diferentes aspectos del desarrollo sostenible, desde el desarrollo de políticas hasta su ejecución.

Objetivos

- Convertirse en un interlocutor empresarial líder en cuestiones de desarrollo sostenible.
- Participar en la elaboración de políticas para crear las condiciones marco adecuadas, de forma que las empresas puedan contribuir de manera eficaz al desarrollo sostenible.
- Desarrollar y fomentar la contribución empresarial al desarrollo sostenible.
- Demostrar la contribución de las empresas a soluciones de desarrollo sostenible y compartir entre los miembros de la Fundación las prácticas más vanguardistas.
- Contribuir a un futuro sostenible en los países en vías de desarrollo y países emergentes.

AECA (ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS)

¿Qué es?

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) es la única institución profesional española emisora de principios y normas de contabilidad, generalmente aceptados, que elabora estudios y pronunciamientos sobre buenas prácticas de gestión empresarial y del sector público.

Se funda en 1979 para contribuir al desarrollo de la investigación en ciencias empresariales y mejorar las técnicas de gestión y la información en la empresa española. Por el conjunto de su labor, está distinguida desde 1982 como entidad Declarada de Utilidad Pública.

Sus socios representan el conjunto profesional, empresarial, académico e investigador en el ámbito contable y de gestión en España. AECA cuenta con diez Comisiones de Estudio.

Objetivos

De acuerdo con el artículo 4º de los estatutos de AECA, los objetivos de esta asociación son:

- El desarrollo científico de la contabilidad y de la administración de empresas.
- Fomentar los estudios científicos entre personas vinculadas a estas disciplinas (profesores, funcionarios, expertos y empresarios).
- Establecer contactos e intercambios de conocimientos con otras asociaciones e instituciones nacionales e internacionales relacionadas con las ciencias empresariales.
- Crear los cauces (ayudas, premios, boletines, revistas, etc.) que permitan la mayor difusión de los estudios científicos de contabilidad y administración de empresas, así como los propios trabajos de la asociación.

Entre sus comisiones está la de Responsabilidad Social Corporativa cuya misión es promover el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones, desde el estudio y la investigación científica, y establecer un foro cualificado de primer nivel en el que poder debatir sobre los temas fundamentales de la RSC, impulsando su desarrollo conceptual y su implantación generalizada en las organizaciones, con la vocación de alcanzar la categoría de referencia obligada en la materia, tanto a nivel nacional como internacional.

Sus cometidos específicos son la elaboración de documentos que sirvan de orientación a las organizaciones en materia de Responsabilidad Social y la investigación aplicada sobre RSC (diagnóstico de la situación, experiencias de implantación, análisis de mejores prácticas, etc.), entre otros.



AEAS (ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ABASTECIMIENTOS DE AGUA Y SANEAMIENTO)

¿Qué es?

La Asociación Española de Abastecimientos de Agua y Saneamientos (Aeas) desarrolla desde hace más de 30 años múltiples iniciativas auspiciadas por las principales empresas del sector de gestión del ciclo integral del agua, que en muchos casos se dirigen hacia el fomento de las buenas prácticas ambientales y sociales.

La AEAS es la asociación de mayor prestigio en el sector agua en España y reúne a la práctica totalidad de las empresas y agentes del país. La asociación se organiza en comisiones de trabajo temáticas, gracias a las cuales se elaboran estudios y otro tipo de documentos. Asimismo, se realiza jornadas y seminarios, y participa en organismos nacionales e internacionales afines. Entre dichas asociaciones, destaca la presencia y participación activa como miembro fundador en la Eureau, asociación europea del sector, y a través de Aeas en la International Water Association (IWA).

Objetivos

- Análisis de soluciones a los diversos aspectos del Ciclo Integral del Agua.
- Intercambio de conocimientos en cuanto a investigación, formación y gestión en los aspectos técnicos, humanos, jurídicos, administrativos y económicos.
- Colaborar con las administraciones en materias de legislación, reglamentación y actualización técnica.
- Propiciar el entendimiento entre los profesionales del sector y los usuarios.

Aeas cuenta en su organización con un Grupo de Trabajo dedicado a la RSE entre cuyas funciones destacan:

- Proponer al Consejo de Dirección de Aeas posibles actuaciones en materia de RSE con un marcado carácter sectorial y coherentes con la estrategia de la asociación.
- Realizar la valoración de la viabilidad y oportunidad de aquellos temas o actuaciones en materia de RSE que el Consejo de Dirección de Aeas considere de interés.
- Elaborar los documentos técnicos en materia de RSE que el Consejo de Dirección de Aeas encomiende al grupo de trabajo como, por ejemplo, la actual guía sectorial o, en el futuro, una Memoria del sector.



INTERNATIONAL WATER ASSOCIATION

¿Qué es?

Internacional Water Association (IWA) es la asociación de referencia a nivel mundial en el sector del agua. Está compuesto por profesionales del Sector de las Águas en los ámbitos de la ciencia, la investigación, la tecnología y la práctica. Cuenta con 10.000 miembros individuales y 400 empresas de 130 países.

Objetivos

- Implicar a los profesionales del agua de todo el mundo para llevar a cabo una gestión eficaz y sostenible de este recurso.
- Crear y promover una red global de profesionales del agua para la facilitar servicios y productos a los miembros de la organización, incluyendo conferencias, publicaciones y apoyo a grupos de trabajo.
- Representar las opiniones de los miembros de la asociación en foros internacionales.
- Proyectar mensajes clave en el sector para promover una gestión sostenible de las aguas.

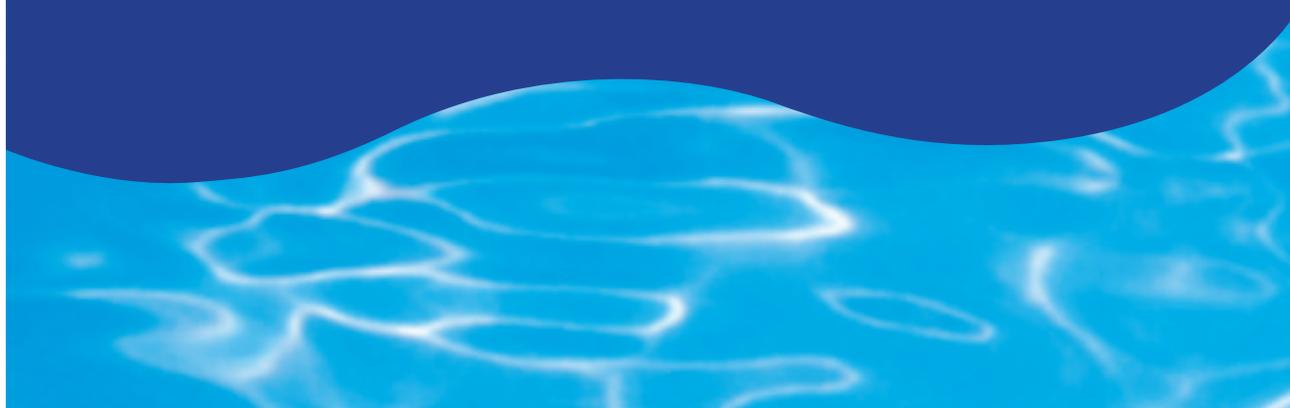
Dedicada a la organización de eventos en todo el mundo, cuenta con grupos de trabajo que abordan los distintos aspectos del sector, entre los que destacan los de cambio climático, educación ambiental y sostenibilidad en el Sector de las Aguas. Esta última centra sus esfuerzos en la búsqueda de equilibrio y objetividad entre sistemas centralizados y descentralizados, y entre soluciones con bajo componente tecnológico y de alta tecnología.

También realiza programas específicos, entre los que destaca el programa dedicado a Sostenibilidad, cuyo objetivo es facilitar la consecución de la Meta 10 (acceso de la población al agua potable) incluida dentro de los Objetivos del Milenio de Naciones Unidas.

De este modo, en colaboración con ONG y entidades locales, se promueven proyectos de cooperación internacional, además de actividades de sensibilización o análisis sobre desarrollo y su relación directa con los recursos hídricos.

Otros de los programas que forman parte del IWA son sus premios a la innovación, el desarrollo de soluciones globales, etc.

ANEXO I. GLOSARIO



AA1000

Estándar de aplicación general, publicado en marzo de 2003 por el Institute of Social and Ethical Accountability (Reino Unido), para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, provee de orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento, con el propósito de asesorar a los expertos en el diseño e implementación de sus funciones. Esta norma se ha diseñado para que sea consistente y promueva los Sustainability Reporting Guidelines de la Global Reporting Initiative, así como otros estándares relacionados.

ACCESIBILIDAD

Condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible. Presupone la estrategia de “diseño para todos” y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse.

ACCIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

Conjunto de actuaciones realizadas por la empresa para contribuir a la mejora del entorno social en el que opera. Algunas de las más comunes son las siguientes: la inclusión en los sistemas de gestión de programas para facilitar la consulta y la concertación respecto de sus actividades con las comunidades locales; los programas de donaciones, mecenazgo y patrocinio; la promoción del voluntariado de los empleados, y el establecimiento de fundaciones corporativas para llevar a cabo este tipo de fines.

AGENCIA INTERNACIONAL DE LA ENERGÍA

Agencia creada en 1974, dentro del marco de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Su objetivo básico es activar la cooperación entre los países participantes para incrementar la seguridad energética a través de la promoción del ahorro energético, el desarrollo de fuentes de energía alternativas y otras actividades de investigación y desarrollo relacionadas con la energía.

AGENDA 21

Conjunto integrado de programas de acción para promover el desarrollo sostenible en el siglo XXI. Adoptada en 1992 por 178 países en la Conferencia de Río. No es vinculante.

AGUAS RESIDUALES URBANAS

Disoluciones acuosas complejas que contienen una variada gama de componentes orgánicos e inorgánicos, tanto disueltos como en suspensión, así como microorganismos. Las características físicas, químicas o biológicas que presentan como consecuencia de su utilización las hacen inadecuadas para un posterior vertido al medio natural o para su empleo directo; por tanto, requieren un tratamiento de depuración o acondicionamiento.

AUDITORÍA AMBIENTAL

Instrumento de gestión que evalúa el funcionamiento de instalaciones existentes en lo que afecta al medio ambiente con el fin de conocer el grado de cumplimiento de la legislación vigente y medir la efectividad y el grado de cumplimiento de las medidas de mitigación y control incluidas en el Plan de Gestión Ambiental. Permite identificar, evaluar, corregir y controlar los riesgos y deterioros ambientales. Puede ser realizada por la propia empresa (auditoría interna), por un consultor externo (auditoría externa) o por la autoridad competente (auditoría legal).

BASE DE LA PIRÁMIDE

Población mundial que tiene ingresos anuales inferiores a 2.000 euros (en paridad de poder adquisitivo). Aproximadamente, comprende dos terceras partes de la población mundial.

BENCHMARKING

Técnica de evaluación en la cual una organización compara su desempeño en cualquier área de gestión con otra organización reconocida como modelo de referencia en dicha área. La evaluación ayuda a la organización a identificar buenas prácticas, conocer sus debilidades y establecer estándares con los cuales puede medir su progreso en el área en cuestión.

BIOGÁS

Gas procedente del proceso de descomposición anaeróbica de la materia orgánica o biodegradable, cuyo componente principal es el metano (CH₄). Este biogás es utilizado en las propias instalaciones.

BIODIVERSIDAD

Variedad de organismos vivos de cualquier tipo, incluyendo los ecosistemas terrestres y marinos, y otros ecosistemas acuáticos tanto como los complejos ecológicos de los que forman parte; comprende la diversidad dentro de cada especie, entre especies, y de los ecosistemas.

BIOMASA

Materia orgánica combustible de origen vegetal o animal utilizada como materia prima en la producción de energía renovable.

CADENA DE VALOR

Describe los procesos de una empresa por los que transcurre (de manera horizontal) a lo largo del ciclo de vida, un producto/ servicio, desde su I+D hasta su consumo.

CAMBIO CLIMÁTICO

Conjunto de alteraciones producidas como consecuencia de la emisión a la atmósfera de gases de efecto invernadero, producidos tanto por procesos naturales como antropogénicos. Estos gases absorben y reemiten la radiación infrarroja hacia la superficie terrestre. Los gases de efecto invernadero contemplados por el Protocolo de Kyoto son los siguientes: dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄), óxido nitroso (N₂O), perfluorocarburos (PFC's), hidrofluorocarburos (HFC's) y hexafluoruro de azufre (SF₆).

CAPITAL ECONÓMICO

Los recursos físicos y financieros, así como los activos inmateriales, que permiten acumular y producir valor económico a un individuo, a una empresa o a la sociedad en su conjunto.

CAPITAL MEDIOAMBIENTAL

Los recursos naturales renovables y no renovables proporcionados por los ecosistemas, así como el estado de conservación de los mismos.

CAPITAL SOCIAL

Los recursos disponibles o potencialmente alcanzables gracias al conjunto de relaciones basadas en la confianza y cooperación que posee una unidad social, sea un individuo, una empresa o la sociedad en su conjunto.

CARACTERÍSTICAS MORFOMÉTRICAS

Características de una cuenca, por ejemplo superficie de la cuenca, perfil longitudinal de la corriente, etc.

CARTA DE LA TIERRA

Documento que establece los principios para una forma de vida sostenible, como un fundamento común mediante el cual se deberá guiar y valorar la conducta de las personas, organizaciones, empresas, Gobiernos e instituciones transnacionales. Los principios en que se basa son los siguientes: respeto y cuidado de la comunidad de vida; integridad ecológica; justicia social y económica; democracia, no violencia y paz.

CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO

Empresas cuyas plantillas de trabajadores están compuestas por al menos un 70% de personas con discapacidad. Los Centros Especiales de Empleo, figura creada por la Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de los Minusválidos (LISMI), son instituciones de integración laboral y se consideran elementos básicos integradores de las personas con discapacidad en el denominado mundo ordinario del trabajo, cuando por sus circunstancias de orden personal, consecuentes con su discapacidad, no puedan ejercer una actividad laboral en las condiciones habituales.

CERTIFICACIÓN

Proceso por el cual una institución autorizada (pública o privada) evalúa y reconoce que una persona, una organización, un producto o un servicio alcanzan los requerimientos o criterios predeterminados en un estándar.

CFC

(CLOROFUOROCARBURO O CLOROFUOROCARBONO)

Gases de efecto invernadero incluidos en el Protocolo de Montreal de 1987 y utilizados para refrigeración, aire acondicionado, empaquetado, aislamiento, disolventes o propelentes para aerosoles. Como no se destruyen en la baja atmósfera, los CFC se desplazan hasta la alta atmósfera donde, con las condiciones apropiadas, descomponen el ozono.

CO

Monóxido de carbono. Gas tóxico formado a partir de la combustión incompleta de combustibles fósiles.

CO₂

Dióxido de carbono. Gas incoloro, denso y poco reactivo, que se forma a partir de la combustión de combustibles fósiles tales como fuel. Gas de efecto invernadero más destacado.

COAGULACIÓN

Proceso mediante el que los sólidos disueltos presentes en el agua son alterados de manera que se separan del agua formando una fase sólida insoluble gelatinosa.

CÓDIGO CONTHE. CÓDIGO UNIFICADO DE BUEN GOBIERNO PARA LAS EMPRESAS COTIZADAS ESPAÑOLAS

Conjunto de recomendaciones sobre los principios y normas que deben inspirar el funcionamiento de las sociedades anónimas. Realiza recomendaciones acerca de las competencias que se deben atribuir a la junta general de accionistas y al consejo de administración, regulaciones a los consejeros independientes y regulaciones a la comisión de auditoría. Tras los Informes Olivençia (1998) y Aldama (2003), en 2006 se ha difundido el Código Unificado de Buen Gobierno (código Conthe). La aplicación de las recomendaciones que contiene es voluntaria para las entidades, pero en caso de no asumirlas deberán explicar el motivo ('cumplir o explicar').

CÓDIGOS ÉTICOS O DE CONDUCTA

Declaración formal de los principios éticos de una empresa y de sus normas de actuación con los grupos de interés, que deben aplicarse en todas sus operaciones.

COGENERACIÓN

Producción combinada de energía térmica (refrigeración o calefacción) y de energía eléctrica.

COLECTOR

Tubería de grandes dimensiones que forma parte del alcantarillado y que recoge las aguas pluviales y residuales y las conduce a la estación depuradora.

COLIFORMES TOTALES

Bacterias pertenecientes al grupo coliformes usadas como indicador de contaminación fecal.

COMERCIO JUSTO

Propuesta alternativa al comercio internacional convencional que tiene como objetivo el desarrollo sostenible de los productores desaventajados y excluidos del mercado, basada en garantizar a los productores del hemisferio meridional una compensación justa por su trabajo, asegurándoles un medio de vida digno y sostenible así como el disfrute de sus derechos laborales.

COMISIÓN BRUNDTLAND

Comisión mundial creada en 1987 para el desarrollo del medio ambiente, presidida por la ex primera ministra de Noruega Gro Harlem Brundtland, a cuyos trabajos se debe la definición comúnmente aceptada de desarrollo sostenible: “Aquél capaz de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer el derecho de las generaciones futuras de satisfacer las suyas propias”.

COMPUESTOS ORGÁNICOS VOLÁTILES

Compuestos orgánicos que se evaporan a temperatura ambiente. Tienen capacidad de formar oxidantes fotoquímicos en presencia de la luz solar, contribuyendo a la generación de ozono troposférico.

COMPOSTAJE

Proceso biológico controlado de transformación y revalorización de los componentes orgánicos de subproductos y residuos en un producto orgánico estabilizado, higienizado parecido a la tierra vegetal y rico en sustancias húmicas: el compost.

CONSUMO RESPONSABLE

Actitud de los consumidores a la hora de elegir un producto, incorporando consideraciones sociales, medioambientales o de tipo ético en los procesos de selección de productos y marcas. Este factor presiona a las empresas para que adopten prácticas de RSE.

CONTAMINANTE

Es toda forma de materia o energía capaz de alterar, interferir o modificar en forma negativa a los elementos del ambiente, pudiendo ser un factor de riesgo para el hombre y otros seres vivos.

CONTROL AMBIENTAL

Medidas legales y técnicas que se aplican para disminuir o evitar la alteración del entorno o consecuencias ambientales producidas por las actividades del hombre o por desastres naturales, y para reducir o eliminar los posibles riesgos para la salud humana.

CONVENIOS/CONVENCIONES AMBIENTALES

Acuerdos internacionales ambientales que los Gobiernos de los distintos Estados han ratificado para lograr metas que permitan un desarrollo sostenible.

CUMBRE DE LA TIERRA

Nombre abreviado de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo que tuvo lugar en Río de Janeiro en 1992, denominada así debido al excepcional número de líderes mundiales y jefes de Estado que asistieron. La Conferencia de Río constituyó un hito importante que permitió establecer un nuevo plan de acción para el desarrollo sostenible, reafirmado en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible en Johannesburgo, que se desarrolló del 26 de agosto al 2 de septiembre de 2002.

DBO₅

Demanda Bioquímica de Oxígeno (mg/l) a cinco días. Ensayo normalizado para evaluar el consumo del oxígeno por la vía biológica de la

materia orgánica contenida en una muestra de aguas residuales a 20 °C en la oscuridad y durante 5 días.

DQO (DEMANDA QUÍMICA DE OXÍGENO)

Oxígeno consumido en la descomposición química de la materia orgánica e inorgánica. La prueba DQO determina el grado de contaminación en un flujo.

DBO (DEMANDA BIOLÓGICA DE OXÍGENO)

Oxígeno consumido por los organismos para la descomposición aeróbica de la materia orgánica presente en el agua. Las DBO determinan el grado de contaminación.

DEPURACIÓN PRIMARIA

Reducción de los sólidos en suspensión hasta en un 85%, y la contaminación del agua al menos en un 20%. Incluye técnicas físico-químicas como la sedimentación, flotación, coagulación y neutralización.

DEPURACIÓN SECUNDARIA

Incluye procesos químicos y, especialmente biológicos, con un rendimiento en eliminación de materia orgánica hasta el 90%. Se recurre a bacterias que actúan dentro de tanques grandes, agitados y con ayuda a la oxigenación del agua, alimentándose de esta materia orgánica contaminante, ya que son separados posteriormente del agua mediante un nuevo proceso de decantación. Existen varios tipos de tratamientos secundarios (fangos activos, aireación prolongada, lechos bacterianos, etcétera), con un principio de funcionamiento similar.

DEPURACIÓN TERCIARIA

Procesos adicionales que eliminan la materia orgánica en un porcentaje superior al 95%, y otros compuestos de nitrógeno y fósforo que apenas son eliminados en los tratamientos más sencillos y son causa del crecimiento de algas que agotan el oxígeno de las aguas. La eliminación del nitrógeno se realiza por una vía biológica, mediante microorganismos que asimilan el nitrógeno o lo convierten en gas. El fósforo puede eliminarse de la misma forma o por vía química, mediante la adición de reactivos.

DEMANDA BASE

Volumen total de agua aducida de los embalses en un año. Esta demanda se divide en demanda interna y demanda externa.

DEMANDA INTERNA

Volumen de agua que no se contabiliza como consumo directo de los usuarios. Se corresponde con el agua utilizada para el transporte, potabilización, intervenciones en la red, distribución y otros usos no contabilizados.

DEMANDA EXTERNA

Volumen de agua que corresponde al consumo real de la población abastecida. Esta demanda se compone del agua sin potabilizar o en alta, y del agua potabilizada o en baja, distinguiéndose tres tipos de consumo según sus usos: doméstico, oficial e industrial.

DERECHOS HUMANOS

Principios universales definidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. Tienen su pilar en el reconocimiento de la dignidad intrínseca y la igualdad para todos los miembros de humanidad puesto que, con ello, se constituye el fundamento de la libertad, la justicia y la paz en el mundo.

DESNITRIFICACIÓN

Tratamiento empleado para la eliminación de nitratos del agua, convirtiéndolos en nitrógeno en forma gaseosa emitido a la atmósfera.

DEPURACIÓN DE AGUAS RESIDUALES

Conjunto de operaciones necesarias para eliminar contaminantes -disueltos o en suspensión de las aguas residuales, hasta un nivel que permita el vertido de éstas tanto en las aguas continentales (superficiales y subterráneas) como en las marinas, o su empleo en otras aplicaciones.

DSU (DESCARGA DEL SISTEMA UNITARIO)

Vertido de agua residual y pluvial del sistema de alcantarillado a los medios receptores. Se producen básicamente en periodo de lluvia, cuando los interceptores o la depuradora no pueden asumir todo el volumen de agua que les llega.

DECLARACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL (DIA)

Pronunciamento del organismo o autoridad competente en materia de medio ambiente sobre la viabilidad de un proyecto en función del estudio de impacto ambiental (EIA), alegatos, objeciones y comunicaciones resultantes del proceso de participación pública y consulta institucional en el que se determina, respecto a los efectos ecológicos previsibles, la conveniencia o no de realizar la actividad proyectada y, en caso afirmativo, las condiciones que deben establecerse en orden a la adecuada protección del medio ambiente y los recursos naturales.

DIÁLOGO ESTRATÉGICO CON LAS PARTES INTERESADAS

Diálogo de la empresa con las partes interesadas que tiene por objetivo aprender, innovar, ganar credibilidad e influir en la evolución de su entorno con el fin de conseguir un modelo de negocio exitoso capaz de crear valor económico, social y medioambiental. Se basa en unas relaciones bidireccionales, abiertas, honestas, proactivas y transparentes con las partes interesadas, y requiere la involucración de todos los empleados y niveles directivos. Tiene un fuerte impacto en la organización, dada su influencia en los valores y cultura de la misma, y constituye la base para el desarrollo de activos intangibles complejos.

EBAP

Estación de bombeo de aguas pluviales. Instalación destinada a evacuar por bombeo las aguas de lluvia de las zonas bajas de una población.

ECOEFICIENCIA

Proceso de análisis del ciclo de vida del producto desde la extracción de materias primas hasta su posterior reciclado o des-

hecho tras su uso, que permite considerar aspectos económicos y ambientales, optimizar productos y procesos, y ayuda a elegir la alternativa más eficiente entre todas las posibles. Este proceso permite, en última instancia, ofrecer los productos al mejor coste con el menor impacto ambiental.

ECOETIQUETA ECOLÓGICA DE LA UNIÓN EUROPEA

Sistema voluntario de certificación que representa haber cumplido unos criterios ambientales selectivos, transparentes y con suficiente información y base científica para que los consumidores y usuarios puedan escoger aquellos productos o servicios que lo incorporen. Con esta elección, los consumidores se aseguran de escoger las opciones que reducen los efectos ambientales adversos y contribuyen al uso eficaz de los recursos

ECOTONO

Es el lugar donde dos o más comunidades, ecosistemas o biomasa se encuentran e interactúan; por ejemplo, la orilla de un estanque, la zona de transición entre el bosque y pastos. Es un área (o unidad) de transición entre dos unidades con características estructurales y funcionales bien definidas.

EDAR

Estación Depuradora de Aguas Residuales. Instalación destinada a la reducción de la carga contaminante que hay en las aguas residuales, antes de que sean vertidas a un medio receptor.

EFECTO INVERNADERO

Fenómeno natural basado en la función de pantalla que realizan el CO₂ y otros gases atmosféricos reflejando parcialmente las radiaciones infrarrojas emitidas por la superficie terrestre, evitando así el enfriamiento excesivo de ésta y permitiendo la existencia de la vida en la Tierra.

EMAS (ECO-MANAGEMENT AND AUDIT SCHEME)

Sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales que permite la participación con carácter voluntario de organizaciones para la evaluación y mejora del comportamiento medioambiental y la difusión de la información pertinente al público y otras partes interesadas.

ETAP

Estación de Tratamiento de Agua Potable. Instalaciones en que se trata el agua para hacerla potable, es decir, apta para el consumo humano.

ENERGÍA RENOVABLE

Energía que se obtiene de fuentes inagotables o renovables. En la energía renovable se emplea la fuerza del viento (eólica), agua (hidráulica), sol (energía solar), etcétera.

ENERGÍA SOLAR FOTOVOLTAICA

Energía eléctrica obtenida mediante la conversión directa de la radiación solar.

EUTROFIZACIÓN

Proceso de acumulación de sales minerales, nutrientes en las aguas dulces o saladas que provoca un crecimiento masivo de organismos, fundamentalmente algas, y una disminución de la concentración de oxígeno.

FANGO, LODO

Residuo de consistencia pastosa, con un porcentaje variable de agua que proviene de la depuración de las aguas residuales.

FANGOS ACTIVOS

Proceso biológico de tratamiento de aguas basado en el cultivo de un determinado tipo de microorganismos, en forma floculada, en la masa de agua, que son capaces de eliminar la materia orgánica carbonosa y/o nitrogenada del agua.

FLOCULACIÓN

Tratamiento al que se someten los sólidos disgregados dispersos en el agua con el objetivo de formar agregados de partículas que hagan posible su separación por sedimentación o filtración.

FLOCULANTE

Agente o sustancia que provoca la floculación. Pueden utilizarse sales de hierro o aluminio o más comúnmente productos sintéticos denominados polielectrolitos que al contrario que los primeros no alteran el pH del medio. Su función es neutralizar las cargas negativas que dotan a ciertas partículas de un carácter coloidal manteniéndolas en suspensión. Debido al efecto del floculante estas partículas se unen formando flóculos de mayor tamaño que son fácilmente eliminables mediante procesos de filtración.

FOTOVOLTAICA, PLACA

Dispositivo que, mediante el efecto fotovoltaico, convierte una radiación luminosa en una corriente eléctrica.

GAS DE EFECTO INVERNADERO

Gas cuya emisión a la atmósfera provoca el efecto invernadero. Entre los más importantes, destacan el CO₂ (dióxido de carbono), CO (monóxido de carbono), CH₄ (metano) y los clorofluorocarbonos (CFCs).

GOBIERNO CORPORATIVO

Los sistemas y procesos de dirección y control de una empresa. La estructura de gobierno especifica la distribución de derechos y obligaciones entre las distintas partes (consejo, directivos, accionistas y otros grupos de interés) y establece las reglas para la toma de decisiones empresariales.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Organización constituida en 1997 como una iniciativa conjunta de la organización no gubernamental estadounidense CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente), con el objetivo fundamental de establecer un marco, aplicado global-

mente, para la elaboración de memorias de sostenibilidad. En esta dirección, ha elaborado una serie de directrices de aplicación voluntaria para toda clase de entidades que informen sobre la dimensión económica, social y ambiental de su actividad. GRI es colaborador oficial del Programa Global Compact (Pacto Mundial) de Naciones Unidas.

GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS)

Individuos o colectivos que tienen expectativas sobre el comportamiento de una organización. En español, habitualmente, se traduce como "partes interesadas".

HABITANTE EQUIVALENTE

Se define como la carga orgánica biodegradable con una demanda bioquímica de oxígeno de cinco días (DBO 5), de 60 gramos de oxígeno por día (RD Ley 11/1995). Este concepto se establece para expresar la carga contaminante de los vertidos de manera homogénea teniendo en cuenta no sólo la población, sino también las industrias, cabaña ganadera, etc. Por ello, el número de habitantes equivalentes es siempre superior al de la población real.

HOLOMÍCTICO

Denominación de los lagos con período de circulación completo.

ICTIOFAUNA

Conjunto de peces que habita una región.

INDICADORES GRI CENTRALES

Son aquellos que son de interés para la mayoría de organizaciones informantes y de interés para la mayoría de las partes interesadas.

INDICADORES GRI ADICIONALES

Son aquellos que presentan una o varias de las siguientes características: representan una práctica destacada en la medición económica, ambiental y social, aunque su uso no está muy extendido actualmente entre las organizaciones informantes; ofrecen información relevante a aquellas partes interesadas especialmente importantes para la entidad informante; se considera aconsejable su investigación para que en el futuro pasen a la categoría de indicadores centrales.

ÍNDICES DOW JONES DE SOSTENIBILIDAD

Familia de índices que engloba a aquellas compañías de todo el mundo con mejor trayectoria en el campo social, medioambiental y económico. Nació en 1999 como producto de la cooperación de Dow Jones Indexes (Bolsa de Nueva York), STOXX Ltd. y la agencia de evaluación SAM. DJSI se organiza como un supervisor de la gestión de las empresas; de su impacto social, económico y medioambiental, basándose en múltiples indicadores. Mediante estos indicadores y la comparación sectorial, las empresas obtienen una puntuación global que les ayuda a identificar su contribución al desarrollo sostenible a través de sus prácticas y a mejorar su compromiso de responsabilidad corporativa.

INERTIZACIÓN

Tratamiento fisicoquímico de acondicionamiento de un residuo consistente en mezclarlo con reactivos específicos con el objetivo de obtener un residuo apto para ser eliminado en un vertedero controlado.

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

Informe de carácter público que las compañías ofrecen a sus partes interesadas, internas y externas, sobre la posición corporativa y sus actividades en las tres dimensiones de sostenibilidad: económica, medioambiental y social. Es un instrumento eficaz para la toma de decisiones y como herramienta fundamental de comunicación de la triple cuenta de resultados de una organización: la dimensión económica, medioambiental y social.

INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE (ISR)

Aquella que a los tradicionales criterios financieros, añade criterios sociales y medioambientales. Es decir, es la inversión que limita el universo al de las empresas capaces de acreditar buenas prácticas en materia de RSE.

ISO 14000

Normas internacionales editadas por ISO para la implantación de sistemas de gestión medioambiental. Aplicable a cualquier tipo de empresa o actividad.

LIMNOLOGÍA

Ciencia que estudia los aspectos físicos, químicos, biológicos de las aguas dulces o continentales.

MEDIO AMBIENTE

Entorno y circunstancias en las que un organismo, individuo u organización existe y con el cual interactúa. Esto incluye el aire, el agua, el suelo, la flora, la fauna, lo humano, lo socioeconómico, lo cultural, lo político, lo hereditario y lo patrimonial.

MESOTRÓFICO

Pertenece a una condición intermedia entre eutrófica y oligotrófica. Este fenómeno se da de forma natural o debido a un enriquecimiento en nutrientes.

MONOMÍCTICO

Modelo de mezcla de un lago, con una fase de estratificación a lo largo de la época estival, seguida de una mezcla de la totalidad del agua, que suele iniciarse a comienzos del otoño cuando bajan las temperaturas. Es el modelo de mezcla más habitual en España, dadas sus condiciones climáticas.

NO. ÓXIDOS DE NITRÓGENO

Compuestos químicos que se generan a partir de la reacción del nitrógeno y el oxígeno, debido a las altas presiones y temperaturas.

OLIGOTRÓFICO

Volúmenes de agua dulce pobres en nutrientes vegetales, y por tanto, improductivos. Son aguas claras que suelen estar poco oxigenadas.

ORGANOLÉPTICAS

Aquellas propiedades del agua que pueden ser percibidas por los órganos de los sentidos, como el color, el olor, el gusto o la textura.

POLIELECTRÓLITO (ANIÓNICO Y CATIÓNICO)

Polímero natural o sintético con constituyentes iónicos (catiónicos o aniónicos) que se utiliza para agrupar partículas no disueltas, en forma de flóculos, o para espesar fangos.

POLÍTICA DE CALIDAD

Intenciones globales y orientaciones de una organización relativas a la calidad tal y como se expresan formalmente por la alta dirección.

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL

Declaración pública y formalmente documentada por parte de la dirección sobre las intenciones y principios de acción de la organización acerca de su actuación medioambiental, en la que destacan sus objetivos generales, incluido el cumplimiento de todos los requisitos normativos correspondientes al medio ambiente.

POLÍTICA SOCIAL

Declaración pública y documentada de la empresa en la que se reflejan los principios y compromisos relativos a su acción social.

PRETRATAMIENTO

Separación de las materias y cuerpos gruesos y arenosos que son arrastrados junto a las aguas.

PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN

Definido en la Declaración de Río, el principio sostiene que donde existan amenazas de daños serios o irreversibles, la falta de certeza científica no debe usarse como una razón para posponer la adopción de medidas eficaces en función de costes para la prevención del riesgo.

PRINCIPIOS DE ECUADOR

El 4 de junio de 2003, diez bancos líderes de siete países anunciaron la adopción de los "Principios de Ecuador", una serie de directrices elaboradas y asumidas de manera voluntaria por los bancos para la gestión de temas sociales y ambientales en relación con el financiamiento de proyectos de desarrollo. Los bancos aplican los principios de manera global al financiamiento de proyectos en todos los sectores industriales.

PROTOCOLO DE KYOTO

Protocolo Internacional redactado en Kyoto en el año 1997 según el cual los países que se adhieran a su texto se comprometen a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero.

RECICLAJE

Transformación de los residuos dentro de un proceso de producción para su fin inicial o para otros fines.

RECOGIDA SELECTIVA

Sistema de recogida diferenciada de materiales orgánicos fermentables y de materias reciclables, así como cualquier otro que permita la separación de los materiales valorizables contenidos en los residuos.

RECURSOS NATURALES

En sentido amplio, bienes procedentes de la naturaleza no transformada por el hombre en cuanto son capaces de satisfacer las necesidades humanas.

RECURSOS NO RENOVABLES

Recursos cuya cantidad física no aumenta con el tiempo de forma significativa produciéndose con su empleo un agotamiento progresivo de los mismos. Ejemplos de ellos son: la materia orgánica fosilizada o los recursos naturales inorgánicos, como los minerales metálicos.

RECURSOS RENOVABLES

Recursos que están disponibles con distintos intervalos de tiempo. El empleo de las fuentes actuales no disminuye la disposición futura siempre que la tasa de consumo no exceda a la de generación.

REPUTACIÓN CORPORATIVA

Reconocimiento público de la capacidad de una compañía para crear valor de forma permanente para sus accionistas, clientes, empleados y la comunidad en general.

RESIDUOS BIOPELIGROSOS O DE BIORRIESGO

Tipo de residuos propios de la actividad sanitaria y/o de la investigación asociada que, por las características de su contaminación biológica, el legislador considera que suponen un riesgo de infección.

RESIDUOS CITOSTÁTICOS

Tipo especial de residuo químico-peligroso que debe su consideración diferenciada del resto a que su contaminación química tiene propiedades cancerígenas, mutagénicas y teratogénicas.

RESIDUOS QUÍMICO-PELIGROSOS

Son aquellos residuos que, por su composición química, son clasificados como peligrosos según normativas singulares o legislación específica de residuos tóxicos y peligrosos.

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

La Unión Europea en su Libro Verde define la Responsabilidad Social de las Empresas o Responsabilidad Social Corporativa como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones y sus relaciones con sus interlocutores”.

REUTILIZACIÓN

Proceso de minimización de generación de residuos consistente en recuperar productos utilizados que de otra manera se convertirían en productos de desecho.

SA8000

Norma uniforme y auditable que tiene como finalidad mejorar las condiciones de trabajo en todo el mundo. Se trata de una norma internacional

que se basa en los principios de once convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de toda Discriminación contra la Mujer, y la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Como norma, SA8000 puede aplicarse tanto en países en desarrollo como en industrializados, en pequeñas y grandes empresas, lo mismo que en organismos del sector público.

SEQUÍA

Período de larga duración con precipitaciones y aportaciones muy inferiores a la media. Expresa también el efecto del déficit de agua en los organismos vivos, sobre todo en las plantas y en el suelo.

SÓLIDOS EN SUSPENSIÓN (SS)

Partículas sólidas orgánicas o inorgánicas (dispersas, coaguladas o floculadas) no disueltas que se encuentran en el agua. Estas partículas no sedimentan por gravedad por lo que es necesario la adición de un agente floculante para separarlas.

SO₂. DÍOXIDO DE AZUFRE

Compuesto químico resultante de las reacciones de combustión cuando el azufre forma parte del combustible (por ejemplo en el carbón y derivados del petróleo).

TRATAMIENTO BIOLÓGICO

Proceso de tratamiento de aguas que se lleva a cabo con la intervención de microorganismos que actúan principalmente sobre la materia orgánica presente en el agua.

TRATAMIENTO FÍSICO-QUÍMICO

Proceso de tratamiento de aguas en que se combinan métodos físicos con la adición de productos químicos con el objetivo de lograr una reducción de la carga contaminante presente en el agua.

VALORIZACIÓN

Procedimiento que permite el aprovechamiento de los recursos contenidos en los residuos sin poner en peligro la salud humana y sin utilizar métodos que puedan causar perjuicios al medio ambiente.

VERIFICACIÓN

Confirmación por examen y anotación de evidencias objetivas de que se han cumplimentado los requisitos especificados.

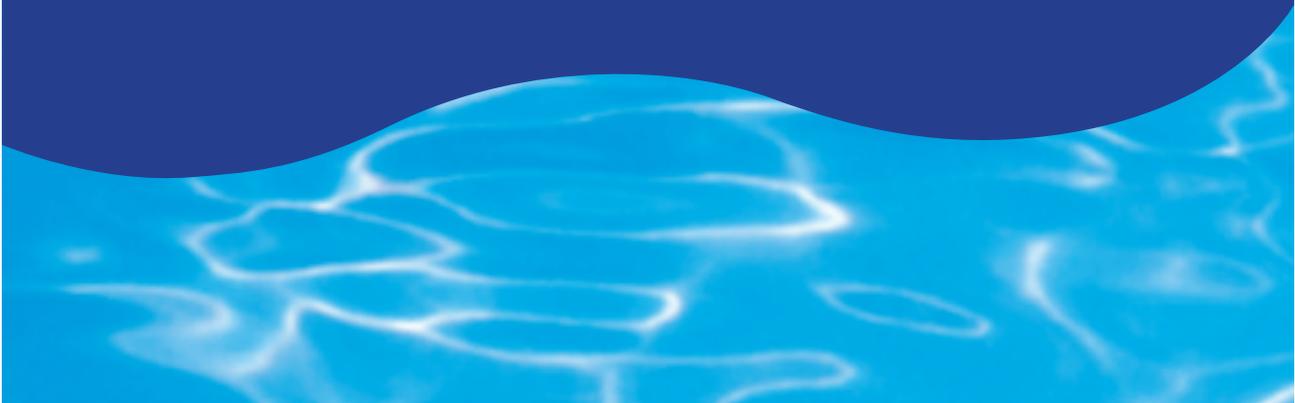
VOLUMEN DE REGULACIÓN

Cantidad de agua recogida en un embalse durante un año. Es función directa del agua de lluvia caída en la cuenca y de las características morfológicas del embalse.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Aprovechar, incentivar y encauzar el potencial del personal de una empresa en beneficio de las necesidades sociales y de las asociaciones de voluntariado de la comunidad en la que trabajan.

ANEXO II. DIRECCIONES ÚTILES/ ENLACES DE INTERÉS



EN INGLÉS

AA 1000 Accountability	http://www.accountability.org.uk
Business in the Community	http://www.bitc.org.uk/index.html
RSC para PIMES	http://www.bitc.org.uk/small_businesses/index.html
Business & Human Rights	http://www.businesshumanrights.org/International/Espanol
Business for Social Responsibility	http://www.bsr.org/index.cfm
Caux Round Table	http://www.cauxroundtable.org
Ceres	http://www.ceres.org
CSR Europe	http://www.csreurope.org/default.aspx
DG Empresa de la Comisión Europea	http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/
Directiva Europea del Marco del Agua	http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l28002b.htm
EFQM	http://www.efqm.org/Default.aspx?tabid=58
Bases de datos sobre ISR	http://www.eiris.org
Ethical Performance	http://www.ethicalperformance.com/europeamericas/index.php?PHPSESSID=2bddac29852935c0dd6e3fd64572ff7d
Ethical Consumer (UK)	http://www.ethicalconsumer.org
Ethical Corporation	http://www.ethicalcorp.com
Ethical Trade	http://www.ethicaltrade.org
EurActiv (Información de la UE en RSC)	http://www.euractiv.com/en/HomePage
European Business Ethics Networks	http://www.eben.org
EUROSIF	http://www.eurosif.org
GRI	http://www.globalreporting.org
Organización Internacional del Trabajo (OIT)	http://www.ilo.org/public/spanish/index.htm
Observatoire de la RSC des Entreprises	http://www.orse.org/fr/home/index.html
OCDE	http://www.oecd.org/home
Reputacion Institute	http://www.reputationinstitute.com
RSC en el Gobierno Británico	http://www.societyandbusiness.gov.uk
SA 8000	http://www.sa8000.org
Sustainability	http://www.sustainability.com
The Acorn Trust	http://www.theacorntrust.org
The Copenhagen Centre	http://www.copenhagencentre.org
The Danish Institute of Human Rights	http://www.humanrights.dk
The Global Compact	http://www.unglobalcompact.org
UEAPME (Asociación Europea de la Pyme y la Artesanía)	http://www.ueapme.com/FR/index.shtml
UNESCO	http://www.unesco.org/water/wwap/index_es.shtml
World Business Council on Sustainable Development	http://www.wbcsd.ch/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?MenuID=1/
World Council for Corporate Governance	http://www.wcfcg.net

EN ESPAÑOL

2015: un mundo mejor para Joana	http://www.2015unmundomejorparajoana.com/es
AECA	http://www.aeca.es
Asociación del Pacto Mundial (España)	http://www.pactomundial.org/index.asp
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	http://www.iadb.org
Centro de Investigación de Economía y Sociedad (CIES)	http://www.grupcies.com
CEPES	http://www.cep.es
Club de Excelencia en Sostenibilidad	http://www.club sostenibilidad.org
Código Ético de la RSC en la Hostelería	http://www.proyectoethos.org
Compromiso Empresarial	http://www.compromisoempresarial.com
Diputación de Bizkaia (XERTATU)	http://www.xertatu.net/ca_index.asp
EBEN: rama española de la European Business Ethics Network	http://www.eticaed.org/quees.htm
Empresa Sostenible	http://www.empresasostenible.org/
Etnor	http://www.etnor.org
Forética	http://www.foretica.es
Foro de Reputación Corporativa	http://www.reputacioncorporativa.org/index.asp
Fundación Biodiversidad	http://www.fundacion-biodiversidad.es
Fundación de Estudios Financieros	http://www.fef.es
Fundación Ecología y Desarrollo	http://www.ecodes.org/
Fundación Empresa y Sociedad	http://www.empresaysociedad.org/
Fundación Entorno	http://www.fundacionentorno.org
Fundación ETNOR	http://www.etnor.org/mapa.htm
Fundación Lealtad	http://www.fundacionlealtad.org/web/jsp/index.jsp
IESE Business School	http://www.iese.edu
Instituto de Empresa	http://www.ie.edu
Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria	http://www.iarse.org
Instituto Ethos	http://www.ethos.org.br
Instituto Persona, Empresa y Sociedad (ESADE)	http://www.esade.es/institution/institutos/ipes
Instituto para la Sostenibilidad de Recursos	http://isrcer.org
MERCO (Monitor Español de Reputación Corporativa)	http://www.merco.es
MediaResponsable	http://www.empresaresponsable.com
Ministerio de Medio Ambiente	http://www.mma.es/portal/secciones/jsessionid=FA4E4EFAA414316821520FBCAD97C372
Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. RSC	http://www.mtas.es/empleo/economia-soc/resp_social.htm
Observatorio de la RSC	http://www.obrsc.org
Observatorio de la RSE	http://www.observatorio-rse.org.es
Red Puentes	http://www.redpuentes.org
Responsables Consulting	http://www.responsables.biz
Ser Responsable	http://www.serresponsable.com