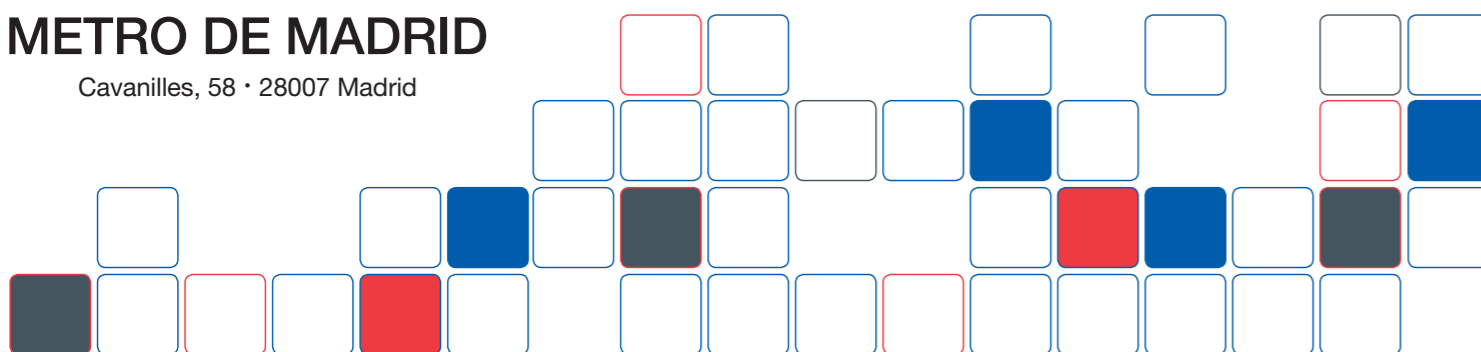


Memoria de Responsabilidad Corporativa 2006/07

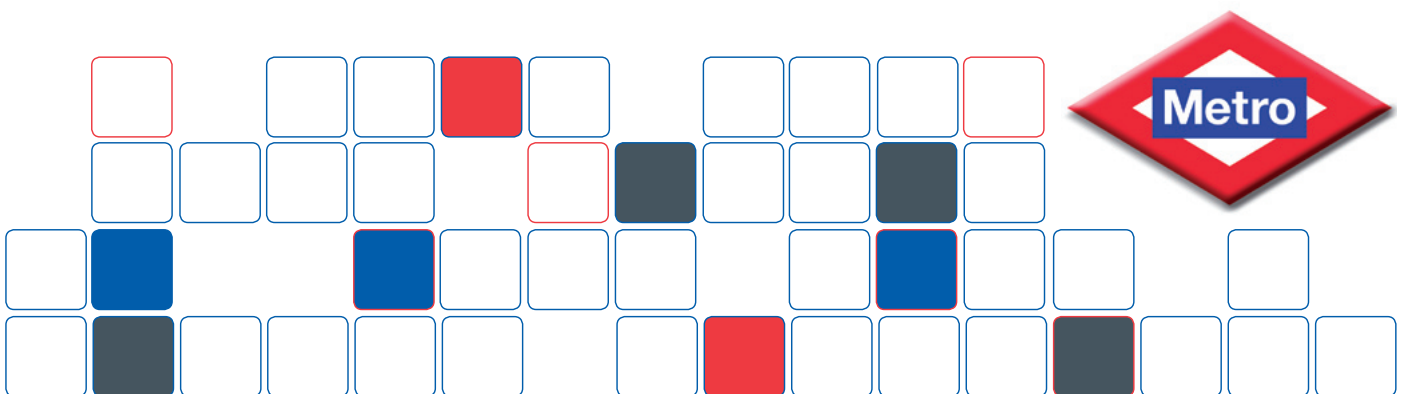


METRO DE MADRID

Cavanilles, 58 · 28007 Madrid



Memoria de Responsabilidad Corporativa 2006/07





1

Declaración del Director Gerente

4

2

Alcance de la Memoria de RC

5

3

Presentación de Metro de Madrid

6

3.1 Estrategia corporativa

7

3.2 Gobierno Corporativo

8

3.3 Premios y distinciones recibidos

8



4

Metro de Madrid y la Responsabilidad Corporativa

10

4.1 Política y estrategia de Responsabilidad Corporativa

12

4.2 Diálogo con los grupos de interés

15

4.3 Participación en asociaciones y entidades

16

5

Contribución de Metro de Madrid al Desarrollo Sostenible

18

5.1 Contribución económica

19

5.2 Contribución medioambiental

20

5.3 Contribución social

21

5.4 Caso de éxito: Ampliación de la red de Metro. Metrosur

21

6

Metro de Madrid y los Empleados

24

6.1 Nuestros compromisos

26

6.2 Nuestras actuaciones

26

6.3 Nuestros retos de futuro

33

6.4 Caso de éxito: El portal del empleado (Andén Central)

33

7

Metro de Madrid y los Clientes

36

7.1 Nuestros compromisos

37

7.2 Nuestras actuaciones

37

7.3 Nuestros retos de futuro

40

7.4 Caso de éxito: Actuaciones relativas a Accesibilidad Universal en las estaciones y material móvil de Metro de Madrid

40





8

Metro de Madrid y la Sociedad	42
Ciudadanía local	43
8.1 Nuestros compromisos	43
8.2 Nuestras actuaciones	43
8.3 Nuestros retos de futuro	46
Medio ambiente	46
8.4 Nuestros compromisos	46
8.5 Nuestras actuaciones	46
8.6 Nuestros retos de futuro	48

9

Metro de Madrid y los proveedores	52
9.1 Nuestros compromisos	53
9.2 Nuestras actuaciones	53
9.3 Nuestros retos de futuro	55
9.4 Caso de éxito: Diálogo estable con proveedores (el portal del proveedor y encuesta de satisfacción)	55

10

Metro de Madrid y las Administraciones Públicas	58
10.1 Nuestros compromisos	60
10.2 Nuestras actuaciones	60
10.3 Nuestros retos de futuro	60

Anexo 1

Índice del contenido del GRI	62
Índice de contenidos	63
Indicadores de desempeño	65

Anexo 2

Revisión externa de la Memoria	70
---------------------------------------	----



Declaración del Director Gerente

Es un placer para mí presentarles la Memoria de Responsabilidad Corporativa de Metro de Madrid correspondiente a las actuaciones llevadas a cabo en el ámbito de la sostenibilidad en los años 2006 y 2007, donde se pone de manifiesto nuestro fuerte compromiso con los aspectos sociales, económicos y medio ambientales.

En los últimos años la población de Madrid ha crecido rápidamente y muestra mayores necesidades de movilidad, por lo que hemos continuado expandiendo nuestra red a través del Plan de Ampliación 2003-2007. El acercamiento de Metro a los nuevos desarrollos urbanísticos y a poblaciones próximas a Madrid, así como las nuevas necesidades en el entorno urbano, nos han brindado la oportunidad de prestar un servicio socialmente más rentable y orientado a las necesidades de los ciudadanos.

En el comienzo de esta publicación, se presentan las principales magnitudes de nuestra empresa y de nuestro compromiso con la sostenibilidad, eje clave en el desempeño de la actividad de la compañía. Como medio de transporte público colectivo tenemos la oportunidad y la responsabilidad de contribuir de una forma determinante al Desarrollo Sostenible de la región de Madrid, garantizando un transporte de calidad, eficiente y seguro.

Esta oportunidad se transforma en la necesidad de cumplir con los compromisos adquiridos con nuestros grupos de interés, siendo consecuentes con nuestra política de Responsabilidad Corporativa y reforzando con ello nuestras acciones en esta materia.

Esta memoria se ha realizado conforme a la metodología que recoge la Guía de Global Reporting Initiative para la elaboración de memorias de sostenibilidad, siguiendo el índice de indicadores GRI3. Este año hemos avanzado un paso más llevando a cabo la verificación externa de la memoria por una empresa consultora independiente.

En estas páginas hemos plasmado las iniciativas, compromisos y actuaciones desarrolladas por Metro de Madrid en materia de Responsabilidad Corporativa. Confío en que disfruten de su lectura y que sirvan para poner en valor nuestro esfuerzo diario en el servicio ofrecido a los ciudadanos y nuestro compromiso con la sostenibilidad.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Idefonso de Matías', written over a light blue horizontal line.

Idefonso de Matías
Director Gerente

Alcance de la Memoria de RC

La presente memoria recoge las principales actuaciones e iniciativas de Metro de Madrid en materia de Responsabilidad Corporativa (RC) durante los años 2006 y 2007, siendo la segunda memoria de estas características emitida por la Compañía, tras la publicación de la primera relativa a las actuaciones llevadas a cabo hasta 2005.

Para la realización de este documento, se han seguido los principios de exhaustividad, rigor y transparencia implícitos en su propia política empresarial y patentes en la relación con sus grupos de interés. Además, se ha elaborado siguiendo el protocolo publicado por el Global Reporting Initiative (GRI).

La recogida de datos se ha realizado a través de las diferentes unidades organizativas que conforman Metro de Madrid. Dichos datos corresponden a información completa de la actividad principal de la Compañía como empresa de transporte público suburbano de la Comunidad de Madrid.

Tanto el proceso de obtención de datos como los contenidos del informe han sido sometidos a diversos procesos de control, tanto internos como externos, siendo la consultora PricewaterhouseCoopers quien ha realizado la revisión del mismo. De acuerdo a las características establecidas por la guía del Global Reporting Initiative (GRI), el informe obtiene una calificación de A+.



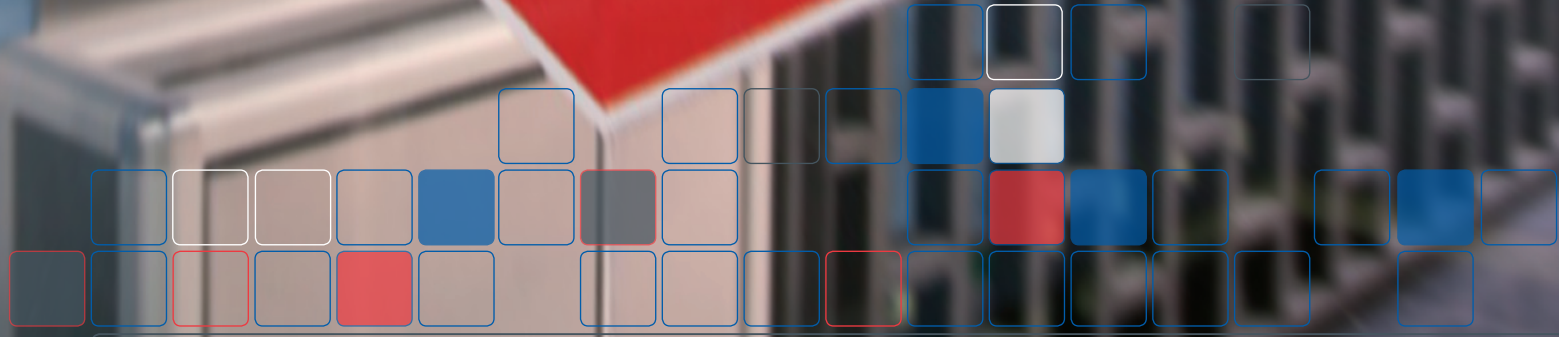
Es necesario indicar que, respecto a lo publicado en la anterior memoria, no ha habido cambios relevantes en la estructura de la Compañía en lo que se refiere a accionariado y propiedad. Sí es reseñable el crecimiento de la red ferroviaria de Metro de Madrid como consecuencia de la finalización del Plan de Ampliación 2003 – 2007.

Para cualquier información adicional o aclaración relativa a esta memoria y su contenido, puede dirigirse a la siguiente dirección de correo electrónico:

responsabilidad.corporativa@metromadrid.es



Metro



Presentación de Metro de Madrid

Metro de Madrid, S.A. es una de las compañías de transporte ferroviario metropolitano de la Región de Madrid.

En la actualidad y tras la ejecución del último Plan de Ampliación finalizado en 2007, dispone de 284 km de red y 292 estaciones, siendo el tercero más extenso del mundo por detrás del de Nueva York y el de Londres.

En la siguiente tabla puede apreciarse la evolución de las principales magnitudes del negocio que desarrolla:

Principales Magnitudes	2006	2007
Oferta (Millones de Plazas-km)	27.545	32.941
Demanda (Millones de Viajes Km)	4.615	4.807
Material Móvil (Coches)	1.825	2.157
Plazas en Hora Punta	222.306	281.158
Nº Empleados	6.213	7.154

Así, Metro de Madrid se consolida como eje vertebrador del transporte público en la Comunidad de Madrid.

La Compañía desarrolla su actividad en forma de Sociedad Anónima, siendo sus acciones propiedad de la Comunidad de Madrid y del Ayuntamiento de Madrid, aunque desde 1987 se encuentran cedidas para su gestión al Consorcio de Transportes de Madrid.

Aunque su actividad principal, el servicio de transporte público de viajeros, se desarrolla en el entorno geográfico de la Comunidad de Madrid, la experiencia acumulada a lo largo de sus casi 90 años de existencia, le capacita para la prestación de servicios a otras explotaciones ferroviarias. Estos pueden agruparse en los siguientes ámbitos de actividad:

- a) Servicios de Ingeniería, Consultoría y Asistencia Técnica.
- b) Servicios de Explotación Ferroviaria: Operación y/o Mantenimiento.
- c) Servicios de Suministro.
- d) Servicios de Formación.

3.1 Estrategia corporativa

La estrategia de Metro de Madrid está claramente vinculada con la RC, no sólo por la propia actividad de la Compañía, sino también por la necesidad de erigirse como un elemento diferenciador en un mercado cada vez más competitivo.

En este contexto, la misión en 2007 de la empresa es:

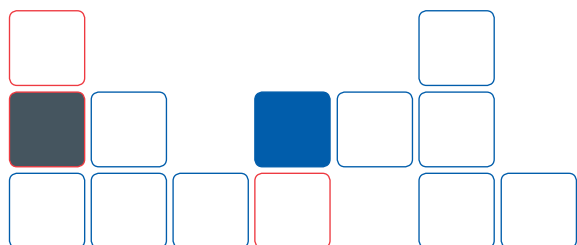
“Ser la empresa de transporte ferroviario del área metropolitana de Madrid socialmente más rentable”

A lo largo de 2006 y 2007 los esfuerzos de Metro de Madrid se han centrado en consolidar su estrategia corporativa, reforzando la visión de toda la compañía. Así, se ha trabajado activamente para transmitir ésta a toda la organización, de forma que esté involucrada con los objetivos estratégicos y sirva de marco referencial para el proceso de toma de decisiones a todos los niveles.

Se ha evidenciado que los resultados económicos positivos son evidentemente necesarios pero no suficientes y que para ser competitivos es esencial ser rentable en los tres ámbitos de la sostenibilidad. La problemática económica, social y medioambiental existente en nuestros días, así como las consecuencias de la globalización, hacen que la concepción tradicional de la empresa resulte hoy insuficiente, siendo necesario un cambio de mentalidad hacia la búsqueda del Desarrollo Sostenible.

Ante esta situación, la RC toma especial relevancia en Metro de Madrid, entendiéndola como el compromiso voluntario de actuar de forma correcta y responsable en la consecución de objetivos económicos, sociales y medioambientales.

Además, la RC engloba conceptos que Metro de Madrid tiene implícitos desde siempre en su Misión, por lo que brinda la oportunidad de disponer de un marco estable que permite comunicar y continuar avanzando en la aportación de valor a los grupos de interés. Es en este contexto donde surge la necesidad de definir una estrategia específica en esta materia que permita reforzar el valor de los activos intangibles, mejorando en consecuencia de forma significativa el valor global de toda la organización.



3.2 Gobierno Corporativo

La confianza de los grupos de interés pasa por la existencia de un Gobierno Corporativo transparente, ético y respetuoso.

Los Órganos de Gobierno principales son los siguientes:

- **Consejo de Administración:** Está constituido por el Presidente de la Compañía, el Consejero Delegado, representantes de las Administraciones Públicas que ostentan la titularidad de las acciones del Ministerio de Fomento, Consumidores y Usuarios y de las organizaciones sindicales de mayor representatividad en la Comunidad de Madrid.
- **Consejo de Dirección:** Está compuesto por el Director Gerente y los Directores de los diferentes ámbitos de Metro de Madrid. Este consejo planifica y valida las actuaciones e inversiones futuras de la Compañía de acuerdo con la estrategia definida, constituyéndose en el órgano gestor de Metro de Madrid en el día a día de su actividad.

Ambos tienen como misión principal asegurar la sostenibilidad de la Organización, basándola en términos de rentabilidad en el triple balance. Así, su trabajo se caracteriza por seguir los siguientes principios:

- Transparencia tanto en la gestión como en la información que se ofrece (Balance, Memoria y Cuenta de Pérdidas y Ganancias).
- Especialización de las tareas de los Órganos de Gobierno.
- Orden y Apertura en el proceso de toma de decisiones, de modo que los miembros de los Órganos de Gobierno están firmemente comprometidos con las decisiones que se adoptan, todas ellas orientadas a asegurar la mejor aportación a la sociedad.
- Unidad a través de sus Órganos de Gobierno, que se erigen como una referencia de criterio y de buena administración.
- Eficiencia en el establecimiento de objetivos y prioridades y la ejecución de los planes de actuación para alcanzarlos.

3.3 Premios y distinciones recibidos

Premio a la mejor solución de RSE en 2007 en la categoría de Medioambiente (Forética)

En octubre de 2007, Metro de Madrid fue galardonado con el primer premio en la categoría de Responsabilidad Empresarial en Medio Ambiente, dentro del CSR MarketPlace “El mercado de la Responsabilidad Empresarial”. Este reconocimiento fue concedido gracias a la implantación del Sistema de Gestión Ambiental y su certificación según la norma UNE-EN ISO 14.001. Metro de Madrid ha sido el primero de los grandes metropolitanos en conseguir esta certificación aplicada a toda la empresa, incluyendo la operación y el mantenimiento de trenes e instalaciones.

El CSR MarketPlace o mercado de la RSE es un evento pionero que se celebra con el fin de promover el intercambio de ideas a través de las mejores soluciones que se hayan llevado a cabo en el ámbito de la Responsabilidad Social.

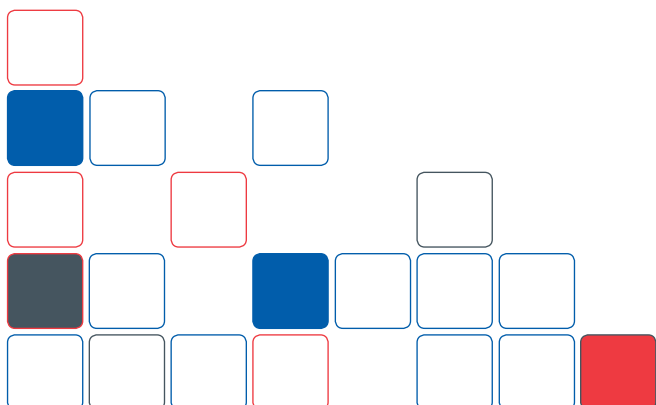
El principal reto al que hizo frente Metro de Madrid para la implantación del Sistema de Gestión Ambiental y su posterior certificación fue el elevado número de centros de trabajo y la dispersión del personal interno, así como el gran tamaño de la empresa, lo que conlleva unas inercias de funcionamiento que en ocasiones pueden ser difíciles de reconducir. No obstante, desde el principio se optó por lograr la certificación a nivel global, en vez de un proceso progresivo de certificación que empezase por algunas Líneas de la Red, o algunos departamentos de la empresa.



Bastón de Plata (Fundación Once)

Metro de Madrid recibió en 2006 el premio “Bastón de Plata”, galardón que otorga la Organización Nacional de Ciegos (ONCE) a aquellas entidades que destacan por sus aportaciones a la integración social de los discapacitados.

Así, la Compañía se esfuerza constantemente por hacer un metro más accesible que facilite su utilización a las personas con movilidad reducida.

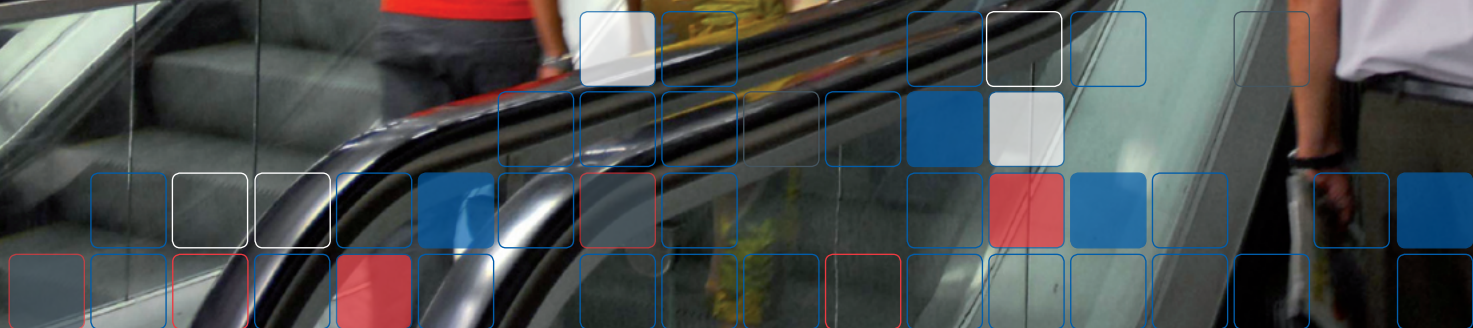


En concreto, en todas las nuevas estaciones, los proyectos incluyen la entrada mediante ascensor y paso de los torniquetes de entrada y salida más anchos que los tradicionales. Adicionalmente, se han remodelado estaciones antiguas, también con el objetivo de dotar a la red de una mayor accesibilidad.

Por tanto, con la concesión de este galardón se reconocen los esfuerzos de la Compañía por fomentar la accesibilidad universal en sus instalaciones. Así, sus casi 500 ascensores y más de 1.500 escaleras, además de múltiples mecanismos que facilitan la movilidad de personas con capacidades diferentes, convierten a Metro de Madrid en el suburbano más accesible del mundo, por delante de ciudades tan importantes como Nueva York, París o Londres.



**La confianza de los grupos de interés
pasa por la existencia de un Gobierno
Corporativo transparente, ético y
respetuoso**



Metro de Madrid y la Responsabilidad Corporativa

La RC lleva muchos años presente en Metro de Madrid, por las propias características de la actividad que realiza.



“Los ferrocarriles metropolitanos, como es bien sabido, tienen la misión especial de establecer rápidas y económicas comunicaciones a través de las grandes urbes, y son un elemento indispensable para que estas puedan extenderse y progresar, dentro de las condiciones de higiene y comodidad que la vida moderna reclama”

Miguel Otamendi (1946)



“Ser la empresa de transporte ferroviario del área metropolitana de Madrid socialmente más rentable”

2007

Metro de Madrid, con más de 7.000 empleados y casi 700 millones de viajes (lo que supone aproximadamente una cuota de mercado del 50% en la movilidad de la región en transporte público), tiene una gran repercusión en toda la actividad de la Comunidad de Madrid, siendo además el principal consumidor de energía eléctrica en la misma. Por este motivo, tiene la oportunidad de disponer de un marco estable para desarrollar la RC ayudando también a sensibilizar a la sociedad a gran escala.

No obstante, ha sido en los últimos años cuando se ha dado mayor valor a la oportunidad y la necesidad que tiene la empresa de ser socialmente responsable, tal y como se plasmó en la primera memoria de RC relativa a las actividades llevadas a cabo hasta 2005.

El planteamiento interno que se hace de la RC es el considerarla una necesidad con el fin de:

- Garantizar la movilidad sostenible de la Comunidad de Madrid.
- Impulsar la motivación de los empleados.
- Ser una empresa competitiva en un entorno dinámico y cambiante.
- Fomentar el diálogo con los grupos de interés: Empleados, Clientes, Sociedad, Administraciones Públicas y Proveedores.
- Combatir el cambio climático y mejorar la calidad del aire, optimizando la gestión de los recursos.
- Reforzar la reputación corporativa.

4.1 Política y estrategia de Responsabilidad Corporativa

A fin de mantenerse a la vanguardia, Metro de Madrid debe ser capaz de satisfacer las necesidades actuales y futuras de sus principales grupos de interés (Empleados, Clientes,

Administraciones Públicas, Sociedad y Proveedores). En este contexto, Metro de Madrid definió en 2005 una política de RC, en la cual se reflejan los compromisos que la Compañía ha asumido con sus grupos de interés y cuyo cumplimiento es responsabilidad de todos los miembros de la Organización.

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA



Metro

Compromisos con los Empleados

1. *Establecer mecanismos de comunicación que permitan un diálogo cercano y transparente, facilitando la participación de los trabajadores.*
2. *Proporcionar oportunidades de desarrollo personal y profesional, fomentando el trabajo en equipo y la iniciativa individual, identificando y potenciando el talento de la Compañía.*
3. *Garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable.*

Compromisos con los Clientes

1. *Establecer canales de comunicación efectivos que permitan conocer sus necesidades y anticiparse a sus demandas.*
2. *Garantizar un servicio excelente en términos de calidad, seguridad, eficiencia y accesibilidad.*
3. *Realizar un mayor esfuerzo en innovación, que suponga una mejora ostensible en la oferta de transporte y aporte mayor valor añadido al servicio ofrecido.*

Compromisos con las Administraciones Públicas

1. *Colaborar activamente con las Administraciones Públicas en el desarrollo del transporte sostenible, fomentando el uso del transporte público y permitiendo la movilidad necesaria en la región.*
2. *Realizar una gestión transparente, veraz y precisa, velando por el estricto cumplimiento de la legislación y normas vigentes.*
3. *Mantener un espíritu de mejora continua en toda su actividad, fomentando la investigación, el desarrollo y la innovación en los servicios ofrecidos.*

Compromisos con la Sociedad

1. *Establecer un diálogo constante, bidireccional y transparente con el fin de conocer y gestionar sus expectativas mediante el establecimiento de los canales de comunicación adecuados.*
2. *Ser un referente de empresa socialmente rentable proporcionando un servicio de calidad para cubrir las necesidades de desplazamiento actuales y futuras y ser un referente de empresa respetuosa con el medio ambiente.*
3. *Cumplir con los estándares éticos más estrictos en el desarrollo de sus servicios, ofreciendo un trato de igualdad y no discriminación.*

Compromisos con los Proveedores

1. *Establecer relaciones a largo plazo y de confianza para favorecer el desarrollo y calidad de los servicios ofrecidos mediante el trabajo en equipo y el establecimiento de acuerdos ganar-ganar que permitan un beneficio mutuo.*
2. *Exigir los estándares éticos más estrictos en materia económica, social y ambiental en la selección de proveedores.*
3. *Alinear a los proveedores con los objetivos de calidad de Metro de Madrid, de manera que las futuras contrataciones redunden en el beneficio de la Compañía y de los Clientes.*



Ildefonso de Matías
Director Gerente



- Incrementar la satisfacción de los clientes.
- Fomentar la movilidad sostenible en la sociedad.
- Mejorar la experiencia de los empleados en su relación con Metro de Madrid.

INCREMENTAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Porque nuestra actividad y nuestro desarrollo competitivo debe estar focalizado en nuestros Clientes a través de la captación y fidelización, reforzando nuestra propuesta de valor

FOMENTAR LA MOVILIDAD SOSTENIBLE (SOCIEDAD)

Porque el desarrollo económico está vinculado directamente a la movilidad sostenible, la cual debe realizarse con equilibrio en el triple balance: económico, social y ambiental

MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL EMPLEADO

Porque la fuerza de Metro de Madrid radica en su Capital Humano y es imprescindible su involucración en los retos de la Compañía a través de la motivación y el desarrollo

El firme compromiso e implicación de la Empresa con sus grupos de interés, hace necesario el establecimiento de una relación basada en el diálogo constante, bidireccional y transparente, que permita conocer sus expectativas y satisfacerlas en la medida de lo posible. Esto facilita el logro de las metas propuestas, sin generar expectativas inadecuadas y reforzando paralelamente la reputación de la Compañía.

Por este motivo, a lo largo de 2007 se ha definido la Estrategia de RC, con lo que se pretende:

- Consolidar los compromisos definidos en la Política de RC.
- Reforzar la confianza con los grupos de interés, asegurando la máxima contribución al Desarrollo Sostenible.
- Adaptar las actuaciones de la compañía a las necesidades cambiantes del entorno.

Tres son las líneas estratégicas que se han definido para garantizar la correcta implementación de esta estrategia:

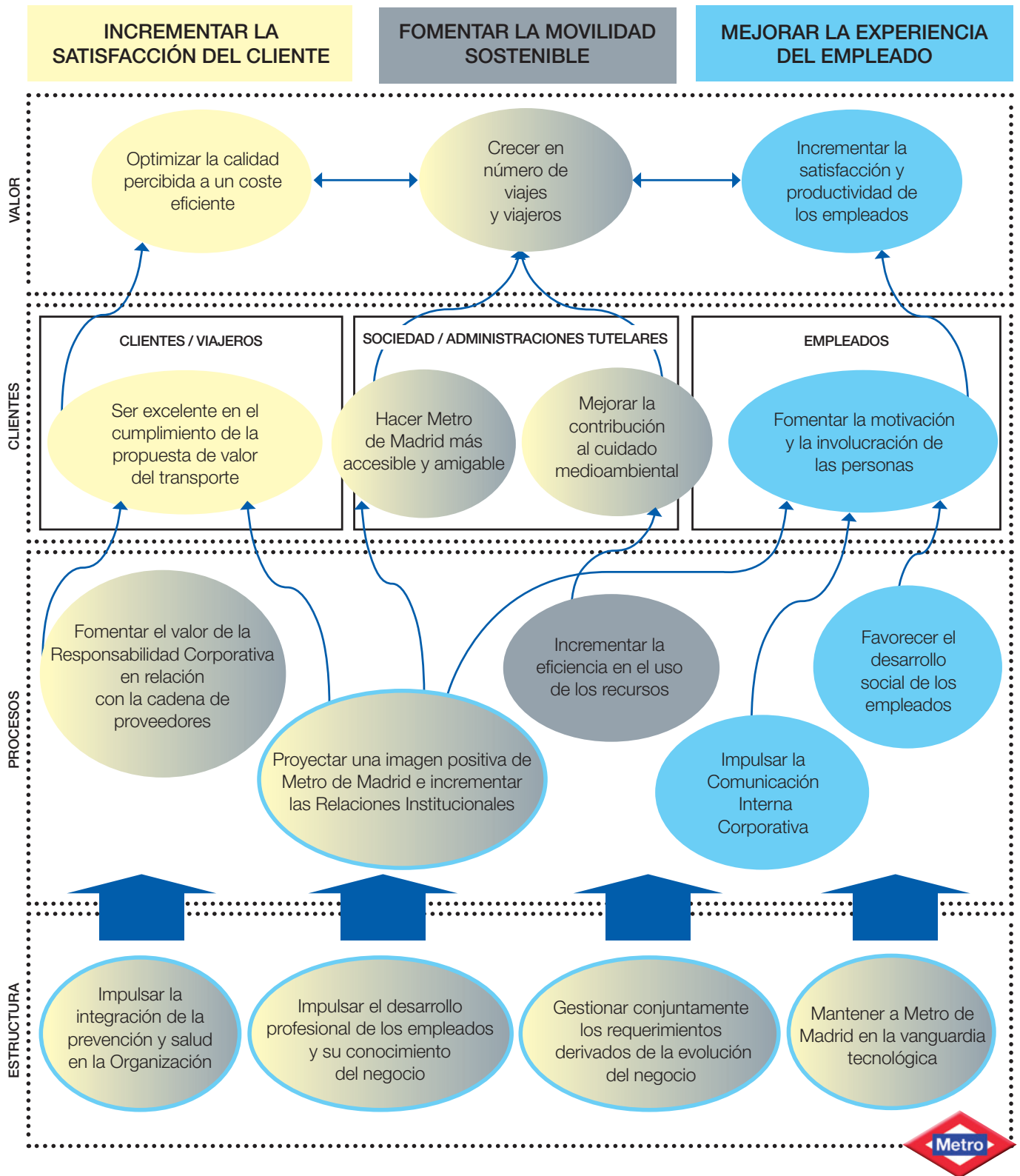
De este modo, se vincula de forma determinante la estrategia de RC con la estrategia global de la compañía, debido al impacto que los grupos de interés contemplados tienen en la propia estrategia corporativa (clientes), en la misión de la empresa (sociedad) y en el capital intelectual necesario para su consecución (empleados).

La definición de estas líneas estratégicas se ha llevado a cabo utilizando fuentes internas y externas, entre las que destacan las conclusiones obtenidas tras el proceso de diálogo y consulta con el Consejo de Dirección y personal directivo de primer nivel de la Organización.

Una vez establecidas las líneas estratégicas, se ha definido el Cuadro de Mando de Sostenibilidad y RC como herramienta para asegurar una ejecución óptima de la estrategia definida.



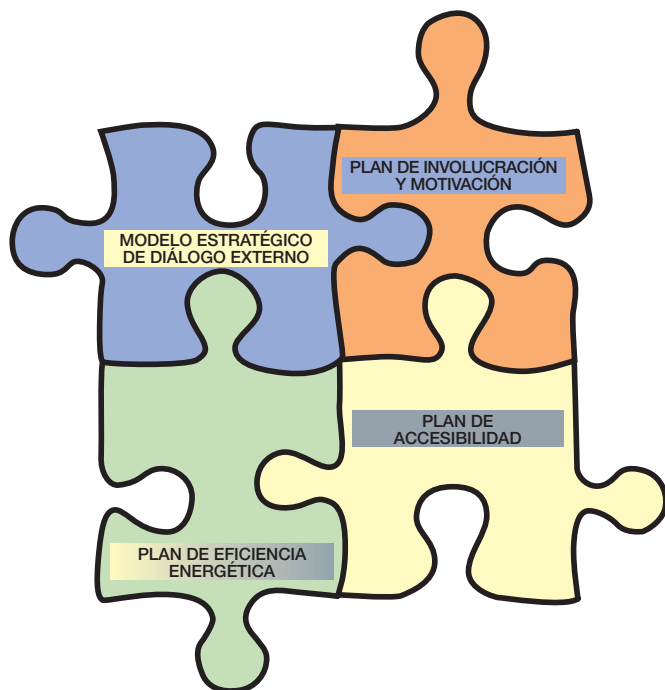
CUADRO DE MANDO SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA



La utilización de un CMI para la gestión de la función de RC en la Compañía garantiza el establecimiento de métodos de control que permiten medir el grado de consecución de los objetivos planteados, así como la satisfacción de las expectativas de los grupos de interés y el cumplimiento de los compromisos establecidos con cada uno de ellos.

Para apoyar la ejecución de la estrategia de RC, se ha desarrollado un plan de acción que incluye cuatro grandes proyectos estratégicos. Estos son:

- **Modelo Estratégico de Diálogo Externo**, que persigue fomentar la comunicación con los grupos de interés, a fin de orientar las actividades de la Compañía a sus expectativas.
- **Plan de Motivación e Involucración**, cuyo objetivo principal es el desarrollo personal y profesional de los empleados en la Organización con la garantía de un entorno de trabajo amigable.
- **Plan de Eficiencia Energética**, orientado a combatir el cambio climático, reforzando el ahorro de los costes asociados, mediante la reducción del consumo de energía eléctrica y, por tanto, de las emisiones de CO₂ a la atmósfera a través de la innovación tecnológica y la gestión.
- **Plan de accesibilidad**, para facilitar el acceso al metro de las personas de capacidades diferentes, aumentando así la cohesión social.



Con el desarrollo y la gestión de la estrategia de RC desarrollada, Metro de Madrid tiene la oportunidad de:

- Posicionarse como empresa referente en el sector transporte, respecto a sus competidores, y como operador líder en la Comunidad de Madrid al ser pionera en estas prácticas.
- Aproximar la RC a toda la Organización, vinculada a la Alta Dirección, para que respalde y apoye la implantación de políticas en este ámbito.
- Consolidar la nueva cultura orientada a la participación de los profesionales y a la orientación al cliente.
- Potenciar la valoración de sus activos intangibles.

La estrategia de RC de Metro de Madrid, además de estudiar las directrices operativas de la empresa a futuro, presta también especial atención a los riesgos relevantes que pudieran afectar a los objetivos y actividades de la Compañía. Por ello, a través del cuadro de mando integral, se monitorizan de forma continua una serie de indicadores cuya evolución permite detectar puntos de mejora o comportamientos a corregir.

Se consideran riesgos relevantes aquellos que puedan afectar de forma significativa a los objetivos empresariales de Metro de Madrid y se clasifican en:

- Regulatorios:** Metro de Madrid, como empresa pública, está condicionada por un marco regulatorio específico que puede cambiar. Estos cambios deben ser previstos a priori como riesgos.
- Operacionales:** Derivadas fundamentalmente de la función que tiene asignada dentro del Sistema Integral de Transporte de la Comunidad de Madrid.
- De mercado:** En un entorno cambiante y dinámico, las necesidades de los Clientes de Metro de Madrid están en continua evolución, por lo que es necesario adelantarse a los cambios para poder responder siempre a los requerimientos de la sociedad.

Para una adecuada gestión de los riesgos, cada unidad organizativa de la Compañía debe identificarlos, analizarlos y evaluarlos de forma que puedan adoptarse las medidas necesarias para gestionarlos y controlarlos de forma sistemática y con criterios uniformes.

4.2 Diálogo con los grupos de interés

En un entorno cambiante y competitivo como el actual es de fundamental importancia identificar prioridades estratégicas y expectativas de los grupos de interés.

Como se ha mencionado anteriormente, en 2005 Metro de Madrid llevó a cabo un proceso de reflexión estratégica interno que culminó con la identificación y selección de sus grupos de interés (Empleados, Clientes, Administraciones Públicas, Sociedad y Proveedores).

A lo largo de 2006 y 2007, Metro de Madrid ha priorizado sus grupos de interés e identificado áreas de riesgo/oportunidad con cada uno de ellos.

Así mismo, se plantea la necesidad de establecer canales directos estables de diálogo con cada uno de ellos a fin de conocer su percepción y expectativas. En la actualidad, los principales canales de diálogo existentes son:

- **Empleados:** Encuestas, Portal del Empleado.
- **Clientes:** Encuestas, Centro Interactivo de Atención al Cliente, Centro de Atención al Viajero.
- **Proveedores:** Encuestas, Portal del Proveedor.

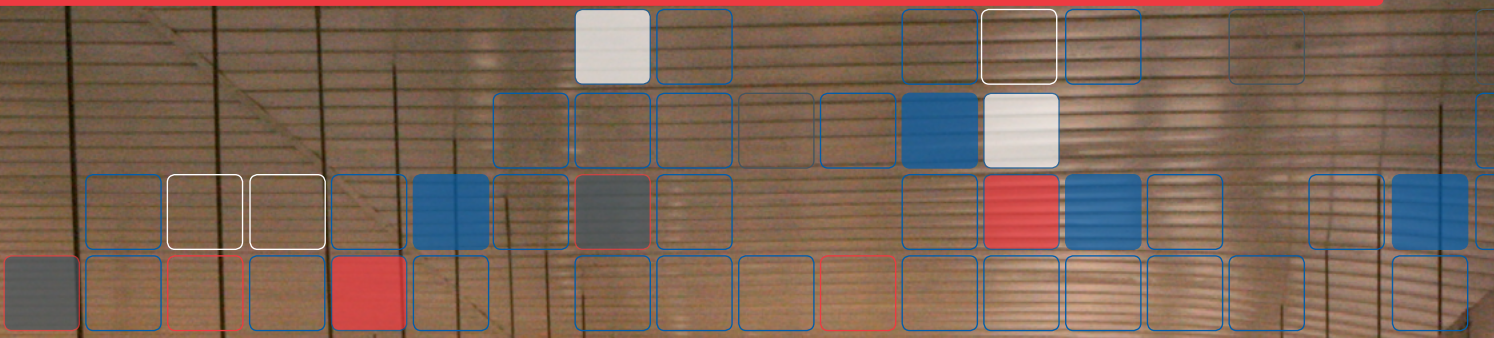
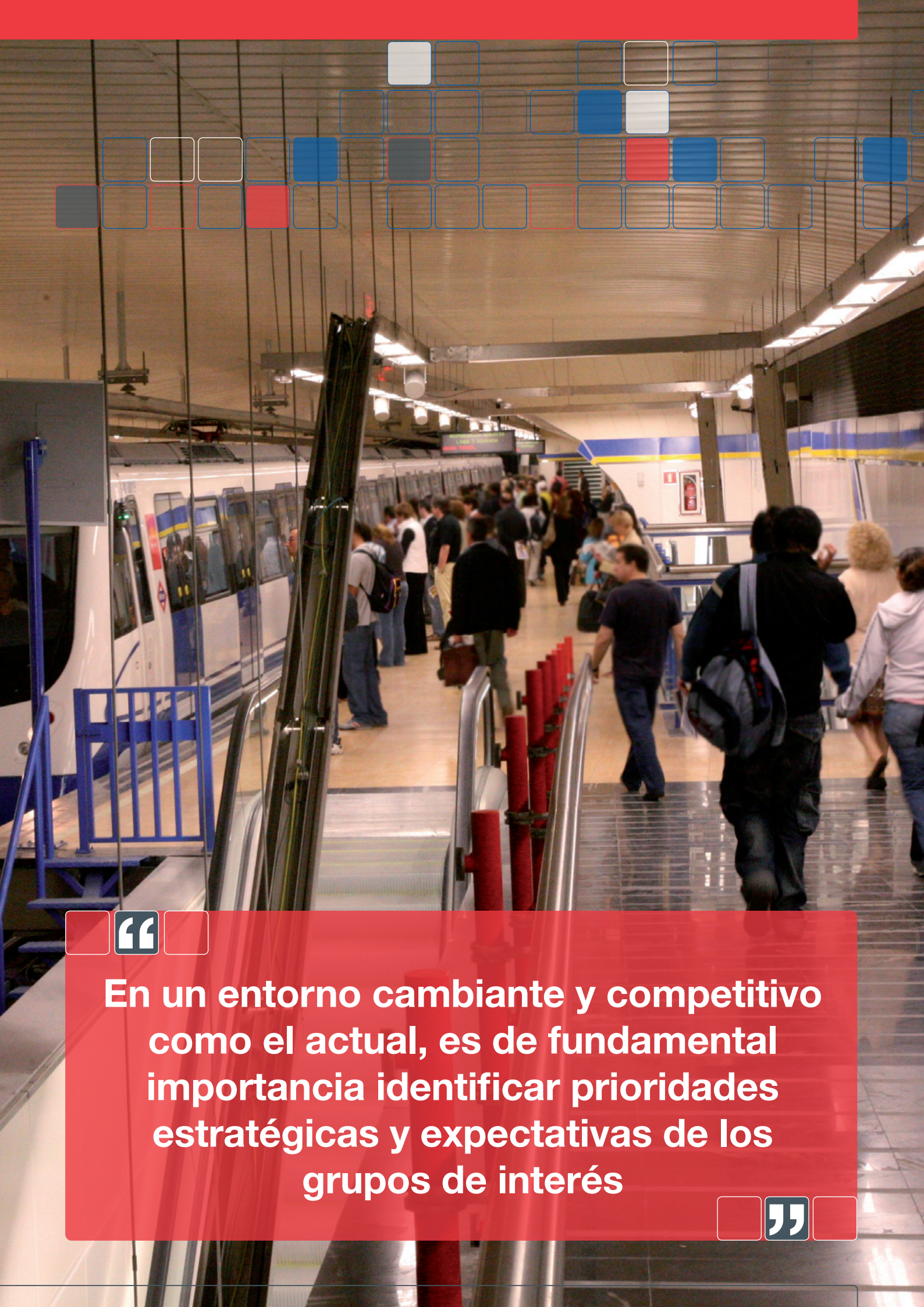
Sobre éstos, es prioritario continuar trabajando la cercanía hasta consolidar plataformas de diálogo estable que permitan establecer los criterios de actuación en materia de Sostenibilidad y RC de una forma dinámica y acorde con las necesidades de los grupos de interés.

4.3 Participación en asociaciones y entidades

Metro de Madrid pertenece a diversos foros y grupos de trabajo en los que se fomenta el debate técnico y la creación de conocimiento en el ámbito de la Sostenibilidad y la RC. En este contexto destacan:

- **Fundación Entorno (Consejo Empresarial Español para el Desarrollo Sostenible).** Tiene como misión abordar los retos del Desarrollo Sostenible como oportunidades empresariales. Metro de Madrid tiene presencia en dos de las cuatro áreas focales fundamentales: “Cambio Climático y Energía” y “El papel de los negocios en la Sociedad”.
- **Foro de Empresas Ferroviarias por la Sostenibilidad.** Se trata de una agrupación de entidades públicas y privadas que desarrollan su actividad en el sector ferroviario. Tiene como principal objetivo contribuir al desarrollo de la movilidad sostenible en España a través de la coordinación y la unión de estrategias de gestión por parte de las empresas integrantes. El foro se estructura en grupos de trabajo, cada uno de los cuales se centra en una materia específica (Movilidad Sostenible, Accesibilidad, Eficiencia Energética, Eco-compras, Actuaciones medioambientales en obras, Marketing S.O.S.tenible y ruidos y vibraciones). Metro de Madrid tiene participación en todos ellos, liderando el de Movilidad Sostenible.
- **UITP (Unión Internacional de Transporte Público).** Es una organización internacional compuesta por autoridades de transporte público, operadores, institutos científicos e industrias de servicios relacionadas con el transporte público. Tiene como misión el fomento del transporte público a nivel mundial ante las instituciones de la sociedad, fomentando el liderazgo en el ámbito del Desarrollo Sostenible a través del diálogo con los grupos de interés y del intercambio de experiencias y “mejores prácticas”.
- **ALAMYS (Asociación Latinoamericana de Metros y Suburbanos):** tiene como objetivo el intercambio tecnológico y puesta en común de experiencias entre sus miembros, con el fin de contribuir, entre otros, a la mejora de los métodos de gestión. Dentro de ALAMYS se encuentra el Comité Técnico de Planificación en el cual se desarrollan las actividades relativas al intercambio de experiencias en materia de Sostenibilidad y RC.
- **Fundación CONAMA:** desde 1992 organiza cada dos años el Congreso Nacional del Medio Ambiente, Cumbre del Desarrollo Sostenible. Metro de Madrid tiene participación activa en las distintas actividades que se desarrollan en este encuentro, así como en su preparación a través de la participación en diferentes grupos de trabajo.





En un entorno cambiante y competitivo como el actual, es de fundamental importancia identificar prioridades estratégicas y expectativas de los grupos de interés





Contribución de Metro de Madrid al Desarrollo Sostenible

Metro de Madrid se constituye como una empresa que aporta la solución de movilidad adaptada a las necesidades globales de sus clientes, contribuyendo de forma directa y significativa a las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible.

5.1 Contribución económica

La optimización de los recursos económicos es un factor clave en la empresa moderna, presente en todas las organizaciones por su importancia para asegurar la supervivencia de las compañías.

Metro de Madrid tiene muy presente este aspecto en su gestión y operación, quedando además su importancia remarcada por el compromiso adicional que supone para la Compañía su naturaleza pública.

Por ello se respeta con total rigurosidad no sólo la normativa legal vigente, sino todas aquellas prácticas y normas internas que ayudan a cumplir con los principios de transparencia y eficiencia que la compañía hace suyos.

Este comportamiento, además de en el hacer diario, se refleja en la Auditoría de Cuentas Anuales, la Auditoría de Cuentas realizada por la Cámara de Cuentas de la Comunidad de Madrid, la Verificación de Cuentas Anuales por la Intervención General del Estado y las Auditorías Económicas Parciales realizadas por la Unidad de Auditoría Interna.

Con el fin de asegurar la gestión transparente, Metro de Madrid publica su Informe Anual junto con las Cuentas Anuales (Balance, Memoria y Cuentas de Pérdidas y Ganancias) que está disponible al público a través de la página web (www.metromadrid.es).

Enlazando con el concepto de Rentabilidad Social como eje fundamental de su misión, Metro de Madrid se plantea como uno de sus principales objetivos la creación de valor para la sociedad a un **coste eficiente** y con un **consumo óptimo de recursos**, especialmente agua y energía.

En concreto, la principal materia prima de la actividad de la Compañía es la energía. Por tanto, un consumo eficiente de la misma, además de los evidentes beneficios en materia medioambiental, redunda directamente en la cuenta de resultados de la Organización.

Algunas de las medidas llevadas a cabo a lo largo de 2006 y 2007 con el fin de minimizar el consumo energético han sido:

- **Maximizar el aprovechamiento de la luz solar en los accesos a las estaciones**, mediante la construcción de templete acristalados y la instalación de células fotoeléctricas. Éstas permiten detectar el nivel de iluminancia generada por la luz solar y, por tanto, regular el encendido o apagado de los sistemas de iluminación artificial, garantizando la seguridad de sus clientes.
- **Corte nocturno de algunos de los sistemas activos** regulado por autómatas (generalmente a partir de las 2:30 y hasta las 5:30 horas) de los circuitos de alumbrado, manteniéndose encendidos únicamente los circuitos alimentados por la acometida de socorro (aproximadamente un 15%).
- **Instalación de balastos electrónicos** que aportan mayor vida útil de las luminarias y mejor eficiencia lumínica.
- **Ralentización de escaleras mecánicas** cuando no están siendo utilizadas y de tubos fluorescentes con tecnología trifósforo, con mayor duración, resolución cromática y luminancia.
- **Mejoras en la gestión de la energía en la circulación de trenes**. En concreto, se han instalado acumuladores para que la energía de frenada se reutilice en el arranque de otros trenes. Estos modernos sistemas, basados en supercondensadores, absorben parte de la energía que el tren devuelve en el proceso de frenado (que se perdería en forma de calor a través de unas resistencias eléctricas) y la devuelven a la red para su potencial aprovechamiento. Así mismo, se ha implantado la denominada selección automática de marcha, según la cual se permite elegir el régimen de funcionamiento óptimo según criterios de ahorro energético en la conducción de trenes.
- **Puesta en servicio de material móvil de última generación**, que junto a la configuración en paralelo de las subestaciones eléctricas y la instalación de acumuladores de energía, ha permitido un ahorro de 41 GWh, evitando con ello la emisión indirecta de más de 13.700 toneladas equivalentes de CO₂.

Adicionalmente, Metro de Madrid, como principal modo de transporte público de la región, contribuye significativamente a la prosperidad económica de la misma, no sólo facilitando la movilidad de las personas, imprescindible para garantizar el crecimiento económico, sino interconectando los grandes centros de negocios y dando acceso directo al Aeropuerto y los Recintos Feriales.

Finalmente, destaca también el ahorro que supone para los ciudadanos la existencia de Metro de Madrid. Si valoramos en términos económicos las externalidades derivadas de la propia actividad

del transporte, esto es, los costes que asume la sociedad por efecto de la accidentabilidad, ruido, contaminación, cambio climático, naturaleza y paisaje y efectos urbanos, se observa que resultan ser diferentes para cada uno de los modos de transporte, siendo los asociados al ferrocarril los menores. En consecuencia, una mayor demanda de movilidad absorbida por Metro en lugar de por otros modos menos sostenibles, se traduce en un menor coste para la Sociedad por estos conceptos.

Este valor se puede cuantificar, utilizando una metodología basada en el principio de sustitución y datos del estudio de Costes Externos elaborado por INFRAS/WWW Karlsruhe, en un ahorro para la sociedad madrileña de 154.688.759 euros en 2006 y 327.708.196 euros en 2007.

5.2 Contribución medioambiental

El sector del transporte es actualmente uno de los mayores causantes de la emisión de gases de efecto invernadero (CO₂, metano, etc.) en las grandes ciudades. Por este motivo, es fundamental el papel que juega Metro de Madrid, ya que se trata del modo más eficiente energéticamente (con menores emisiones de CO₂ por viajero-kilómetro) ocupando además un espacio urbano mínimo. Así, la tasa de emisión de CO₂ del metro es entorno a 4,5 veces inferior a la del vehículo privado. Sirva como ejemplo ilustrativo que, para transportar a 50.000 personas por hora y dirección se necesita una calle de 175 m de ancho para automóviles o una de 9 m para el metro ligero. La opción de metro pesado evita completamente el efecto barrera en la región.

Más allá de los beneficios medioambientales que genera el puro desempeño de su actividad, la Compañía está firmemente comprometida con el cuidado del medioambiente.

Está promoviendo constantemente proyectos para la reducción efectiva de emisiones de CO₂ y la contaminación, así como para el cuidado del entorno en general. Además de las acciones de eficiencia energética mencionadas anteriormente, que también contribuyen a dicho cuidado, las principales actividades puestas en marcha en 2006 y 2007 con este objetivo son:

- **Reutilización del agua de lavado** de trenes a través de la instalación de depuradoras, con una eficiencia máxima del 80%.
- **Consumo responsable de materias primas**, especialmente agua y papel: reducción de un 27% en el consumo de agua en la sede social mediante campañas de sensibilización y utilización generalizada de papel reciclado.
- **Separado, clasificado y reciclado de residuos** en 11 puntos limpios de Acopio Temporal de Residuos (ATR). En 2006 se separaron y entregaron a gestor autorizado un total de 1.484 toneladas de residuos frente a las 2.303 de 2007.
- **Nuevas flotas de trenes que generan menos residuos** (aceites, grasas, disolventes y aguas con hidrocarburos) en operaciones de mantenimiento y limpieza.
- **Reciclado de periódicos recogidos en la red y cartón** (184 toneladas en 2006 y 311 en 2007). Para ello, se instalaron en andenes y vestíbulos un total de 40 papeleras.
- **Instalación de 44 kilómetros de vía doble antivibratoria** y otros sistemas de amortiguación de ruido.



5.3 Contribución social

Metro de Madrid apuesta por la prestación de un servicio excelente que permite mejorar de forma significativa la calidad de vida de los ciudadanos, contribuyendo de forma directa a la dimensión Social del Desarrollo Sostenible.

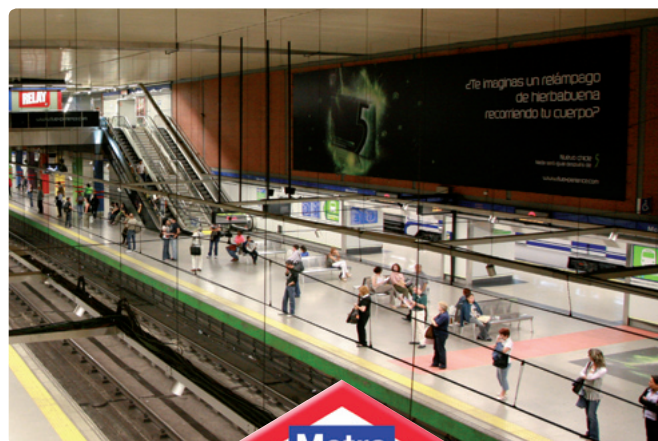
La Compañía trabaja para fomentar la integración de personas y territorios, influyendo directamente en la cohesión social de la Comunidad de Madrid a través de la mejora de la movilidad al trabajo, los bienes, la educación y el ocio.

En línea con este compromiso, se actúa para facilitar el acceso a sus instalaciones de las personas de capacidades diferentes. La red cuenta a finales de 2007 con 436 ascensores y 1.577 escaleras mecánicas, además de disponer de otras medidas para mejorar la accesibilidad como pavimentos podotáctiles, señalización diversa en alfabeto Braille y protección de obstáculos, lo que la sitúa a la cabeza de los metropolitanos del mundo en materia de accesibilidad.

Además, tras los sucesivos planes de ampliación llevados a cabo desde 1995, la red operada por Metro de Madrid llega a 12 municipios de la Comunidad de forma que el 76,7% de sus habitantes disponen de una estación a menos de 600 metros, lo que supone una cobertura regional sin precedentes.

En lo que respecta a la organización de actividades en la red, es de destacar el esfuerzo en utilizar los espacios para la difusión de la cultura, el arte y el deporte. Ejemplo de ello es el Bibliometro, cuyas cifras más representativas son:

Principales Magnitudes			
Bibliometro	2006	2007	Variación
Nº de estaciones con Bibliometro	10	12	20%
Préstamos realizados	80.000	84.000	5%
Nº de Carnets emitidos	28.000	60.000	114%



En definitiva, Metro de Madrid contribuye a la sostenibilidad económica, social y medioambiental del transporte público a través de la seguridad, la calidad del servicio y la eficiencia en el uso de los recursos. Esta contribución es además inherente a la esencia de su estrategia corporativa: la rentabilidad social.

5.4 Caso de éxito: Ampliación de la red de Metro. Metrosur

Metro de Madrid contribuye al triple balance de la Sostenibilidad por la propia actividad que realiza. Un aumento de la demanda en este modo de transporte incide directamente en una reducción de las emisiones de CO₂ del sistema integral de transporte, además de tener un gran impacto en términos sociales por la reducción de la congestión y de la accidentabilidad que supone.

Durante el periodo 1995-2007 las Administraciones Públicas han llevado a cabo tres Planes de Ampliación y Mejora de la red, pasando de 120 km y 164 estaciones a 284 km y 292 estaciones, en los que Metro de Madrid ha tenido una importante participación.

Este hecho ha supuesto un sustancial incremento de la demanda por transferencia modal desde otros medios de transporte menos eficientes energéticamente, como es el coche. Desde 1995 hasta

2007 la demanda ha aumentado en 1.819 millones de viajes debido a la ampliación de la red, que de haberse desplazado de acuerdo al reparto modal de la región en ausencia de metro habrían supuesto unas emisiones de 2 millones de toneladas de CO₂.

También, derivado de esta absorción de demanda por parte de Metro, han dejado de circular por las calles y carreteras 385.000 coches diarios, lo que supone una reducción de la congestión, menores pérdidas de tiempo de los ciudadanos de Madrid para moverse, un menor consumo de combustible en dichas congestiones y menores emisiones de gases de efecto invernadero derivadas de este consumo adicional.

El caso de Metrosur es particularmente significativo. Esta línea fue construida durante el Plan de Ampliación 1999-2003 y ha supuesto una profunda transformación de la zona sur de la Comunidad de Madrid. Su existencia ha reportado sustanciales beneficios económicos, medioambientales y sociales. Estos se han cuantificado aplicando metodologías de sustitución, de acuerdo a las cuales se ha establecido un escenario en el que dejase de operar Metrosur, suponiendo que la demanda se desplazaría a otros modos de transporte de acuerdo al reparto modal existente en el área de influencia. Con esto resultaría que:

- Se produciría un aumento del consumo de combustible al año de 37 millones de litros.

- Se emitirían 90.000 toneladas más de CO₂ al año, lo que supone tras diez años de explotación casi 1.000.000 toneladas.
- Se invertirían más de 27 millones de horas adicionales al año en desplazamientos.

En términos económicos, esto supone un ahorro anual para la sociedad de 328 millones de euros gracias a la existencia de Metrosur.



Metro de Madrid contribuye a la sostenibilidad económica, social y medioambiental del transporte público a través de la seguridad, la calidad del servicio y la eficiencia en el uso de los recursos





Metro de Madrid y los Empleados

Metro de Madrid considera que su competitividad está directamente relacionada con el talento, la iniciativa y el trabajo diario de los más de 7.000 empleados que constituyen la Organización. Por este motivo, la Compañía tiene como prioridad el establecimiento de políticas y medidas que garanticen el desarrollo profesional y personal de los empleados en un entorno seguro y amigable, con el objetivo de garantizar su involucración y motivación.

Adicionalmente, Metro de Madrid tiene como reto fundamental el establecimiento de canales de comunicación que permitan el diálogo constante y fluido en todos los niveles de la Organización.

También con el objetivo antes mencionado, la Empresa da gran importancia a la conciliación, la igualdad o el desarrollo de actividades culturales y deportivas, con el fin de garantizar la cohesión interna dentro de la organización.

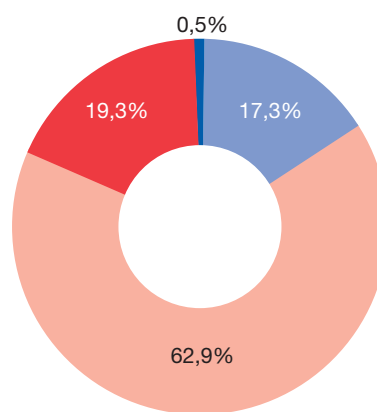
En la siguiente tabla se muestran las principales magnitudes de Metro de Madrid en relación a sus empleados.

Cifras significativas	2004	2005	2006	2007
Número de empleados	5.713	5.649	6.213	7.154
Porcentaje de mujeres en plantilla	20,72	21,21	22,24	23,12
Horas de formación por empleado	24,77	24,37	35,91	37,77
Trabajadores con jornada reducida	119	139	150	297
Tasa de rotación	0,39	0,32	0,19	0,48
Edad media de la plantilla	44,78	45,44	44,13	43,60
Antigüedad media de la plantilla	21,00	21,70	19,79	17,63

A lo largo de los años 2006 y 2007, y como consecuencia de la magnitud de la ampliación llevada a cabo, la plantilla de Metro de Madrid ha aumentado significativamente, pasando de 6.213 a 7.154 agentes.

Como se observa en la siguiente figura, el personal operativo es el más numeroso y corresponde a las personas en contacto directo con los clientes (Conductores, Agentes de Taquilla y Supervisores Comerciales principalmente) y a los encargados del mantenimiento de las instalaciones y los trenes:

Distribución de la plantilla de Metro de Madrid a 31/12/2007

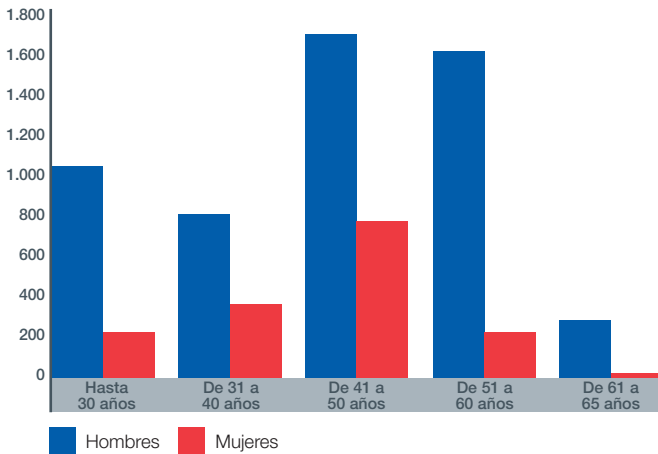


■ Personal Directivo
 ■ Personal Operario
■ Personal Técnico y Administrativo
 ■ Personal de Operación

La plantilla de Metro de Madrid es mayoritariamente masculina, si bien el porcentaje de mujeres se ha incrementado continuamente desde el año 2004, alcanzando a final de 2007 el 23,12%, siendo el porcentaje de hombres y mujeres en el Consejo de Dirección el siguiente:

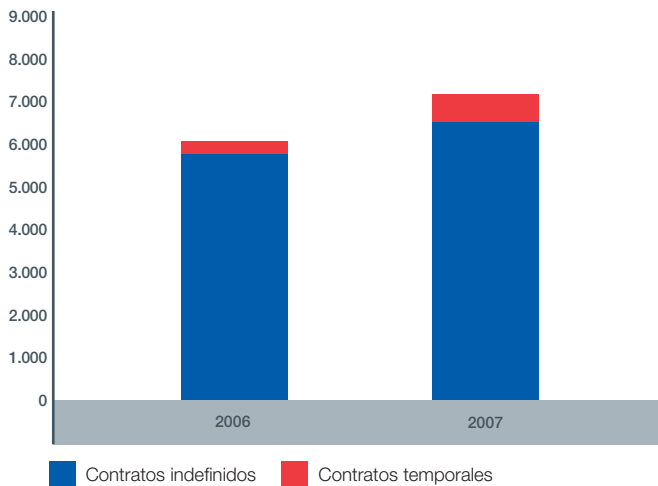
	2006		2007	
	% hombres	% mujeres	% hombres	% mujeres
Consejo Administración	80%	20%	93%	7%
Consejo Dirección	85%	15%	85%	15%

Plantilla por sexo y edad



La Compañía apuesta claramente por la estabilidad y relación a largo plazo que generan los contratos indefinidos, y sus empleados responden a este compromiso con un alto grado de fidelización que queda de manifiesto en una rotación externa que no alcanza el 0,5%.

Número de contratos por tipo



6.1 Nuestros compromisos

De acuerdo con la política de RC establecida en 2005, Metro de Madrid se ha comprometido con sus empleados a:

- Establecer mecanismos de comunicación que permitan un diálogo cercano y transparente con los empleados.
- Proporcionar oportunidades de desarrollo personal y profesional, fomentando el trabajo en equipo y la iniciativa individual.
- Garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable.

6.2 Nuestras actuaciones

Comunicación interna

Metro de Madrid es consciente de la importancia que adquiere el establecimiento de una óptima comunicación interna a todos los niveles de la organización, directamente relacionada con la evolución cultural de la propia compañía.

En este contexto, a lo largo de 2006 y 2007 se ha trabajado de forma proactiva con el objetivo de lograr una óptima coordinación de la comunicación interna.

La primera acción realizada en este ámbito fue la creación a comienzos de 2007 de un Comité Transversal de Comunicación Interna, el cual ha llevado a cabo las siguientes actividades:

- **Plan de Comunicación Interna:** en él se plantean cuatro bloques de comunicación: Sostenibilidad, Comunicación Estratégica, Entorno de actuación de la Compañía y Reconocimiento, cuyo contenido se define en base al destinatario final.
- **Política de Comunicación interna,** que refleja el compromiso de la Compañía.
- **Jornadas de comunicación de la Dirección Gerencia,** entre las que destaca la celebrada en junio de 2007 con motivo del fin de las obras del Plan de Ampliación y Mejora 2003-2007 y el inicio de la explotación de las nuevas instalaciones.
- **Jornadas de puertas abiertas en distintos recintos de Metro de Madrid,** con el objetivo de dar a conocer las instalaciones de la Compañía a los empleados.





POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA



La Política de Comunicación Interna de Metro de Madrid persigue impulsar el diálogo con los empleados integrándola como pilar clave en la ejecución de la estrategia de la Compañía. Los principios que la rigen son:

1. *Convertir la comunicación con el empleado en una competencia sólida de gestión de las personas dentro de la Organización con el fin de conseguir la mejor adaptación a los cambios y oportunidades que afronta Metro de Madrid.*
2. *Habilitar los medios necesarios para superar las barreras tecnológicas, logísticas o de cualquier otro tipo que pudieran surgir en el ámbito de la comunicación interna corporativa, facilitando la comunicación bidireccional empresa-empleado.*
3. *Fomentar una comunicación fluida entre los diferentes responsables y sus respectivos colaboradores posibilitando sesiones periódicas de comunicación personal entre ellos.*
4. *Involucrar a los diferentes colectivos que integran la organización en las acciones de comunicación interna que proceda, fomentando la comunicación entre estamentos y empleados como medio de cohesión interna*
5. *Velar por una mejora continua en los niveles de satisfacción de la organización respecto a la comunicación interna, evaluando de forma sistemática la eficiencia y eficacia de las acciones ejecutadas y promoviendo, en su caso, medidas alternativas.*
6. *Fomentar el conocimiento de la realidad empresarial y del contexto socioeconómico de Metro de Madrid entre sus empleados del modo más ágil y transparente posible (por ejemplo, mediante la difusión de sus avances técnicos, de gestión y culturales).*
7. *Hacer públicos y reconocer los logros individuales y colectivos de la empresa, así como las aportaciones relevantes de sus miembros y grupos de trabajo a través de la comunicación interna.*


El Director Gerente
Ildefonso de Matías

Destaca también el esfuerzo realizado para el desarrollo del portal del empleado "Andén Central". Éste en la actualidad cuenta con más de 2.000 usuarios y tiene prevista su extensión a la totalidad de la plantilla.

La puesta en marcha de todas estas acciones ha redundado en una mejora del clima laboral y en un mejor conocimiento de expectativas y necesidades de la plantilla, imprescindible para seguir avanzando en este campo.

Relaciones laborales

Metro de Madrid garantiza la libertad sindical y la negociación colectiva, dando el apoyo institucional adecuado.

Por tanto, los derechos de representación y asociación de los trabajadores están legalmente salvaguardados, sin que haya sido necesario adoptar medidas extraordinarias para respaldarlos.

En la actualidad, coexisten las representaciones unitaria y sindical, estando individualmente constituidas las Organizaciones Sindicales. Habitualmente, la negociación colectiva se lleva a cabo a través del Comité de Empresa. Este cuenta con 33 miembros elegidos en los comicios sindicales celebrados en abril de 2007 y distribuidos como sigue

- Sindicato de Conductores: 8,
- CC.OO: 7,
- U.G.T: 6,
- Solidaridad Obrera: 5,
- Sindicato Libre: 4,
- Sindicato de Técnicos: 2,
- Sindicato de Estaciones: 1.

Fruto de la negociación colectiva se firmó en 2005 el convenio colectivo, vigente hasta final de 2008. Este alcanza a todos los traba-

ADORES de la empresa con la excepción del Presidente, Consejero Delegado, Director Gerente, Directores y Subdirectores, lo que supone el 99,8 % de la plantilla. En él, o en las normas de desarrollo del mismo, se incluyen, con carácter general, los cambios organizativos, no estableciéndose normalmente plazos de preaviso y comunicación de los mismos a los trabajadores.

Formación y desarrollo profesional

Metro de Madrid apuesta por la mejora de la cualificación profesional de sus empleados, así como por su desarrollo competencial, para mantener un alto nivel de competitividad. Por tanto, la formación es un elemento clave en la estrategia de Recursos Humanos de la Compañía, tal y como lo demuestran los siguientes ratios:

	2006	2007
Horas de formación a empleados	212.680	239.554
Horas de formación a personal Nuevo Ingreso	132.489	304.571
Otros programas de formación	52.174	3.253
Total horas de formación	397.884,45	547.379,24
Nº de cursos de formación interna	2.788	2.299
Nº de cursos de formación externa	598	504
Alumnos de formación interna	16.158	19.898
Alumnos de formación externa	4.424	3.372
Alumnos / Curso	7,38	10,11
Horas Docencia / Curso	17,33	25,71
Plantilla media	5.922	6.343
Horas / Empleado	35,91	37,77

Como se puede observar las horas totales de formación han aumentado entorno a un 40%, a la vez que el número de alumnos formados, internos y externos, ha aumentado en un 13%. Por tanto, es clara la orientación de la Compañía al desarrollo de sus empleados.

Las principales acciones formativas llevadas a cabo en 2006 y 2007 son:

- **Formación de personas de nuevo ingreso y promociones.** En 2006 se ha formado a 370 candidatos de nuevo ingreso en las funciones de conductor, agente de taquilla y ayudante y en 2007 a 954 en las funciones de conductor, agente de taquilla y ayudante (electricista, electrónico, mecánico, tornero, cerrajero, chapista, albañil).
- **Plan plurianual de formación en prevención de Riesgos Laborales.** Se ha formado en esta materia a todo el personal de nuevo ingreso y promoción, empleando en ocasiones medios de formación multimedia, y metodología e-learning.
- **Programa de formación en idiomas.** El plan de formación en este capítulo ha supuesto en 2007 el aprendizaje o perfeccionamiento de Inglés, Francés y Portugués, incluyendo a 115 participantes y 6.642 horas de formación. En el marco de la estrategia de fomento de actividades en el exterior, este programa adquiere especial relevancia.

- **Desarrollo competencial de Técnicos.** Se definió para el 2006 la realización de un piloto de acciones enfocadas al desarrollo competencial de técnicos, que contemplan formación en Inteligencia Emocional, Iniciativa, Solución de Problemas y Orientación al logro. Dado el éxito obtenido en las 75 personas que participaron en el piloto, este programa ha continuado a lo largo de 2007, lo que ha supuesto el inicio, a nivel corporativo, de un plan de desarrollo competencial para este colectivo.
- **Gestión integrada por competencias.** En este sentido, se ha puesto en marcha en 2006 un piloto de evaluación de las mismas que contempla la elaboración de planes individuales de desarrollo para los componentes de tres ámbitos organizativos. Así mismo, se han definido procesos de evaluación de desarrollo y potencial, basados en competencias, y de itinerarios que hagan posible la realización de Planes individuales de Desarrollo, profundizando en dos: "Desarrollo de Personas" y "Orientación al Cliente".
- **Programas de desarrollo de habilidades.** Estos se han llevado a cabo con el fin de apoyar la carrera profesional de los empleados. En este contexto, además del programa de formación competencial a técnicos anteriormente citado, se han realizado cursos relativos a habilidades y técnicas de presentación, habilidades interpersonales, creatividad e innovación para el impacto e influencia o comunicación e influencia, siendo el número total de horas invertidas en formación en habilidades de 9.884 en 2006 y 7.708 en 2007.

El desempeño de determinados colectivos de trabajadores y su desarrollo profesional son sometidos a una evaluación anual. Así, la estrategia de la compañía se relaciona con el trabajo de cada persona mediante la medición de su Contribución Individual a Resultados (CIR), la cual está relacionada con su retribución total. En concreto, en el año 2006 se realizaron evaluaciones CIR al 18,1 % de la plantilla y en 2007 al 21,8 %.

Diversidad, igualdad de oportunidades y conciliación

Metro de Madrid, además de cumplir con lo establecido en el Estatuto de los Trabajadores, según el cual no es aceptable ningún tipo de discriminación por razones de edad, raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional, origen social o discapacidad, se esfuerza por promover la igualdad de oportunidades entre sus profesionales.

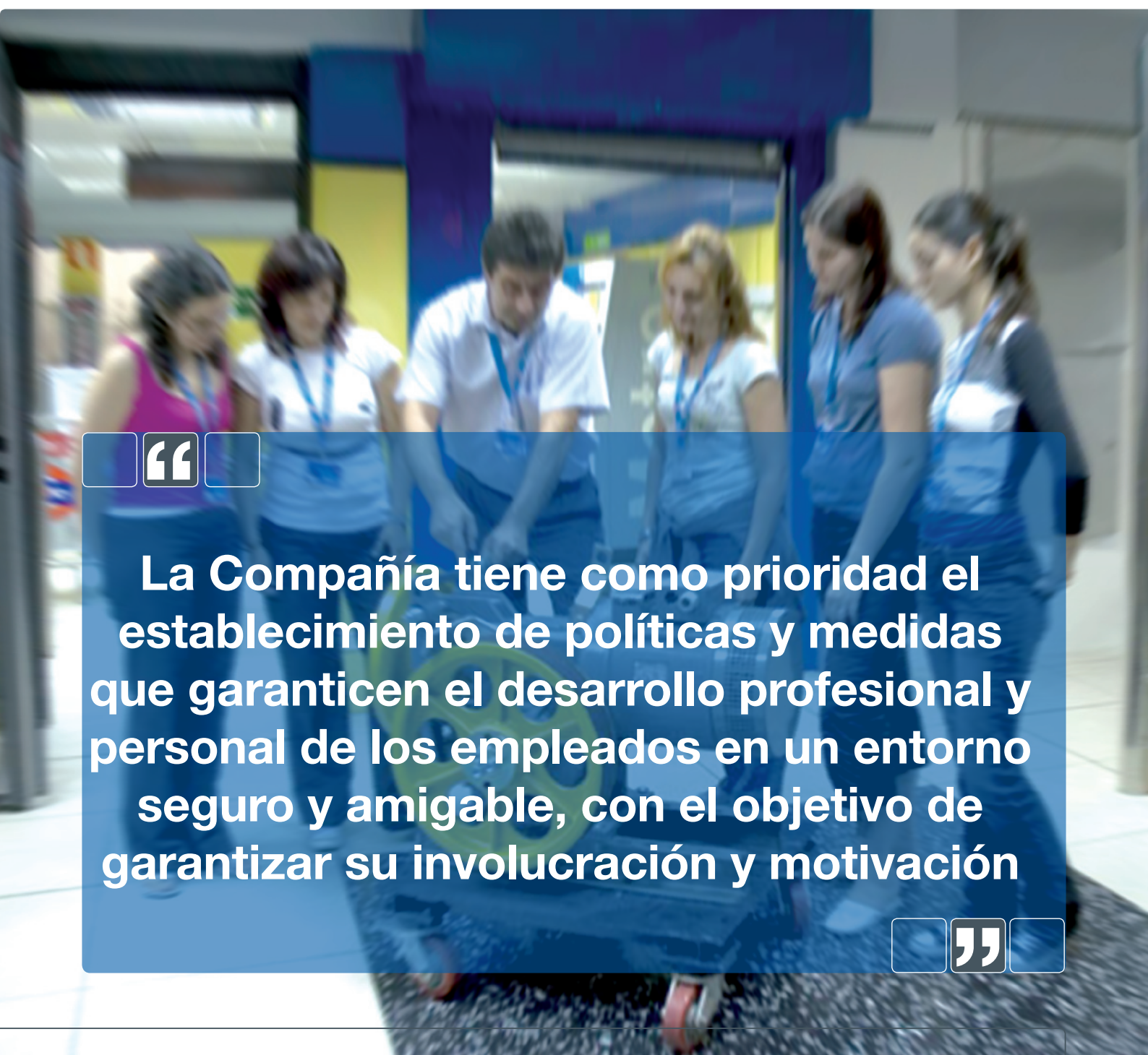
Todos los procesos de contratación y promoción de la empresa están fundamentados única y exclusivamente en las aptitudes, actitudes, competencias y capacidades técnicas de cada uno de los aspirantes o empleados. Análogamente, el convenio colectivo fija el salario base por categoría profesional, por lo que no existe distinción alguna por razones de sexo.

A lo largo de 2006-2007 se han puesto en marcha las medidas negociadas en el Convenio Colectivo que mejoran la conciliación de la vida profesional y familiar. Esto ha redundado en la evolución positiva de algunos indicadores, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Parámetros sobre Conciliación	2004	2005	2006	2007
Nº de trabajadores con jornada reducida	119	139	150	297
Nº de excedencias maternas	3	5	4	8
Descansos por maternidad	22	33	26	45
Descansos por paternidad (Cesión)	4	1	3	9
Permisos por paternidad Ley de Igualdad 3/2007	—	—	—	70
Jubilación parcial	—	—	283	103

Finalmente, la Compañía ofrece a todos sus empleados una serie de beneficios sociales y medidas de conciliación, sin distinción alguna por razón de modalidad contractual o jornada realizada, entre los que destacan:

- Once permisos para atender asuntos personales al año (seis de ellos con derecho a retribución).
- Mejora de los permisos retribuidos, en cuanto a duración y su-puestos, en caso de matrimonio de hijos, padres o hermanos, trámites de adopción, consultas médicas, etc.
- Permisos sin retribución, pero manteniendo alta en Seguridad Social, de hasta 30 días.
- Tratamiento como hijos de los menores en régimen de acogi-miento familiar a efectos de:
 - Excedencia para el cuidado de menores.
 - Jornadas reducidas.
 - Lactancia.
 - Tarjeta regalo de Reyes para los hijos de los empleados.
 - Pases familiares.
- Reducción en el precio del título de transporte para empleados y familiares (gratuito para cónyuges e hijos de trabajadores y jubilados).
- Equiparación de las parejas de hecho a los matrimonios.



La Compañía tiene como prioridad el establecimiento de políticas y medidas que garanticen el desarrollo profesional y personal de los empleados en un entorno seguro y amigable, con el objetivo de garantizar su involucración y motivación



- Póliza de seguro colectivo de vida.
- Horario laboral flexible en oficinas.
- Cómputo de antigüedad y reserva de puesto de trabajo durante todo el período de excedencia para atender el cuidado de hijos o menores en régimen de acogimiento.
- Dietas de comida.
- Gestión de ofertas especiales en establecimientos comerciales.
- Gestión de tratamientos de alcoholismo y drogadicción.
- Préstamos personales sin intereses.

En la siguiente tabla se muestra el impacto en número de empleados de algunos beneficios y medidas de conciliación entre los empleados:

Beneficios sociales	2006	2007
Abonos activos de transporte	5.156	5.748
Pases familiares activos	2.176	2.356
Pases familiares pasivos	784	752
Abonos pasivos de transporte	1.651	1.628
Jornadas reducidas	150	297
Jubilaciones parciales	283	103
Excedencias maternales	4	8
Pólizas de Vida	7.452	8.360
Préstamos Vivienda	541	452
Anticipos de plazo	711	976

El gasto de la compañía en lo que se refiere a atenciones sociales, primas de incapacidad permanente total y contingencia de viudedad y seguro de vida ascienden a:

Conceptos (en euros)	2006	2007
Atenciones sociales	141.714,56	68.228,84
Primas Incapacidad Permanente Total y Viudas Agentes	2.006.069,36	2.063.887,43
Otros gastos sociales: Seguro Vida	595.882,97	680.228,38
TOTAL	2.743.666,89	2.812.334,65

Salud y seguridad en el trabajo

Metro de Madrid considera que un entorno laboral saludable es fundamental, no sólo desde el punto de vista de la salud de los trabajadores, sino también para incrementar la motivación y la calidad de vida de cada uno de ellos.

Por este motivo, promueve la salud y la seguridad en el trabajo como un recurso primordial para el desarrollo de las personas. Adicionalmente, va más allá buscando las condiciones que promuevan el bienestar de los trabajadores no sólo en sentido físico, sino también mediante el control individual de su salud y del ambiente laboral.

Prueba de ello es que tanto en 2006 como en 2007, el 100% de los trabajadores está representado en comités de seguridad y salud. Así mismo, en el convenio colectivo vigente (cláusula 36 y Capítulo V, punto 3) se hace referencia a la importancia de este punto para el adecuado desarrollo de la actividad empresarial de Metro de Madrid.

Los principales índices de accidentalidad laboral y absentismo son:

- **Índice de incidencia:** Número de accidentes con baja producidos en cada año por cada 100 agentes de la plantilla.
- **Índice de frecuencia general:** Representa el número de accidentes (todos los ocurridos, con o sin baja médica) producidos cada año, por cada millón de horas trabajadas.
- **Índice de frecuencia de accidentes con baja:** Representa el número de accidentes con baja médica producidos cada año, por cada millón de horas trabajadas.
- **Índice de gravedad:** Representa el número de jornadas laborales perdidas por los accidentes de trabajo, a las que se suman las penalizaciones por los baremos aplicados por cada 1.000 horas trabajadas.

Conceptos	2006	2007
Índice de incidencias	3,09	3,65
Índice de Frecuencia General	82,01	76,91
Índice de Frecuencia accidental con baja	20,08	23,06
Índice de Gravedad	1,75	0,40
Duración media de accidente con baja (días)	21,56	20,54
Días perdidos	4.291	5.587
Accidentes mortales	2	0

También, a lo largo de 2006 y 2007, Metro de Madrid ha continuado trabajando a fin de impulsar unas óptimas condiciones en el entorno de trabajo, cumpliendo siempre con la legislación existente en materia de Prevención de Riesgos Laborales y haciendo de la seguridad y salud laboral unos de sus principales objetivos estratégicos, completamente integrado en la cadena de valor de la Compañía.

En este contexto, a finales de 2006 el Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales ha sido sometido a una auditoría reglamentaria, con el fin de comprobar que cumple los requisitos legales establecidos en la normativa de prevención de riesgos laborales y a otra conforme a la especificación internacional OHSAS 18001:1999 "*Occupational health and safety management systems – Specification*". Así mismo, se han llevado a cabo auditorías internas, tanto en 2006 como en 2007.





Metro de Madrid apuesta claramente por la estabilidad y relación a largo plazo que generan los contratos indefinidos, y sus empleados responden a éste compromiso con un alto grado de fidelización





Con el fin de seguir avanzado en el ámbito de la prevención de riesgos laborales y de acuerdo al Manual existente, anualmente se fijan una serie de objetivos. Estos son definidos por la Dirección de la empresa y se integran en su estrategia junto con los demás objetivos corporativos, teniendo como principal referencia los principios establecidos en la Política de Seguridad y Salud Laboral.

En 2006, el objetivo propuesto fue **“Integrar la actividad preventiva”**. Se estableció con el fin de facilitar la implantación y el buen desarrollo del sistema de prevención de riesgos laborales, impulsando en la Compañía una cultura orientada a la seguridad y la salud.

Para el año 2007, los objetivos fueron:

- Dar a conocer a empresas contratistas el procedimiento sobre homologación de conductores de empresas externas y el Manual de Comunicaciones.
- Formar en trabajos en altura a Técnicos y Mandos Intermedios.
- Revisar y actualizar el inventario de equipos de trabajo, en la Dirección de Ingeniería, Mantenimiento e I+D de Material Móvil e Instalaciones.
- Mantener el Índice General de Actividad por accidente de trabajo.

En relación a la formación en materia de Prevención de Riesgos Laborales y Seguridad y Salud, se ha desarrollado un plan quinquenal en el que se definen de manera modular los requisitos formativos de los trabajadores. En consonancia con el citado Plan, durante el año 2006 se impartieron 9.190 horas de formación, dirigidas a 2.702 alumnos. En 2007 estas cifras ascendieron a 18.219 horas y 5.237 alumnos.

También y aun no siendo personal perteneciente a la plantilla de Metro de Madrid, la Compañía ofrece formación en esta materia al personal de seguridad privada que presta servicio en sus instalaciones. Así, el curso de formación que todos ellos realizan en cada una de las empresas a las que pertenecen se refuerza con un plus de formación en materias propias de Metro de Madrid, destacando el trato de respeto que se debe dar a los clientes tanto en la red como en los recintos.

Además, anualmente se realiza un curso en coordinación con la Dirección General de la Policía, en el que se ofrece una formación suplementaria, también en materias prácticas a fin de mejorar el desempeño de su trabajo y la coordinación con la Policía en las intervenciones. El número de participantes es de 150 cada año.

Desde el año 2007, la Compañía imparte al personal de seguridad, con una cadencia aproximada de dos por mes, unas jornadas formativas en el Auditorio del Alto del Arenal. Estas tienen como objetivo mejorar la calidad del servicio prestado, así como incidir en aquellos aspectos que para Metro son prioritarios en el trato con los Clientes y Empleados.

6.3 Nuestros retos de futuro

Como ya se ha mencionado anteriormente, como parte de la estrategia de RC, se llevará a cabo la ejecución de un proyecto denominado “Plan de Motivación e Involucración”.

Los principales objetivos perseguidos con la realización de este proyecto son:

- **Desarrollar políticas** que permitan el alineamiento e implicación de los empleados con la nueva cultura empresarial y entorno de actuación.
- **Incrementar la satisfacción** de los profesionales fomentando su participación y orgullo de pertenencia.
- **Reforzar la comunicación** interna en la organización.

Para garantizar la consecución de los mismos, se plantean una serie de acciones sobre las que trabajar en los próximos años:

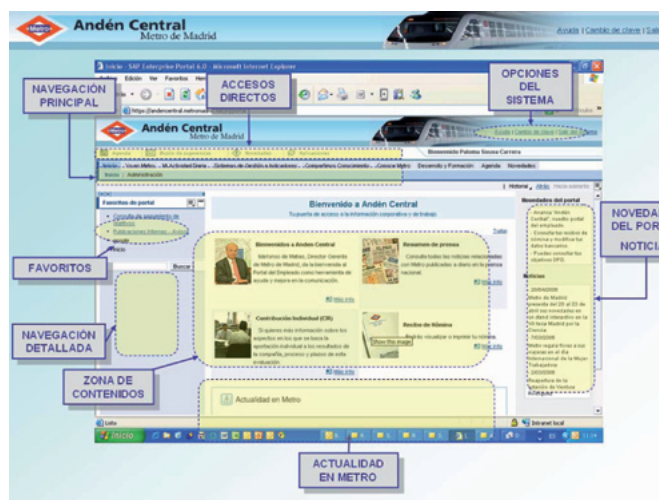
- Plan de Comunicación Interna.
- Modelos de Reconocimiento.
- Plan de Conciliación e Igualdad.
- Desarrollo de actividades culturales y deportivas para empleados.
- Tutorización y transmisión del conocimiento.

Adicionalmente, está en marcha la implementación de un modelo de desarrollo y evaluación por competencias.

6.4 Caso de éxito: El portal del empleado (Andén Central)

Andén Central nace como una herramienta dinámica y evolutiva, que permite impulsar la comunicación entre todos los empleados, así como facilitar los procesos de trabajo y los trámites administrativos para convertirse en uno de los canales principales de comunicación interna de la Empresa.

El proyecto del portal del empleado de Metro de Madrid culminó durante el año 2006, constituyendo un complemento informativo y práctico dentro del desarrollo de la comunicación interna corporativa.



El portal se crea impulsado directamente desde la Dirección Gerencia de la Compañía. Para contribuir a la periódica actualización de sus contenidos, se crea la figura del “Facilitador”: personas asignadas en los diferentes ámbitos organizativos de Metro de Madrid para actualizar y administrar los contenidos propios de sus áreas, de manera que se consigue descentralizar la información disponible.

Para conseguir sus objetivos, el portal está organizado con un enfoque directo al empleado. Así, se desarrollan en él diferentes contenidos que aportan:

- Utilidad al empleado en sus relaciones con la empresa (consulta de nómina, datos personales y profesionales...).
- Utilidad como herramienta de trabajo en el día a día (acceso al correo electrónico, agenda...).
- Potente herramienta de comunicación, tanto transversal como vertical (información corporativa y departamental, actualidad en Metro, publicaciones internas...).



Como complemento a lo anterior, se implementa un Buzón de Sugerencias en el que los empleados pueden abrir cualquier tipo de temática, no solo referente al portal, sino también a cualquier aspecto profesional o laboral. Este espacio aporta un valor añadido a la herramienta y limita el papel de los gestores del portal, convirtiendo al empleado en el principal protagonista del sistema.

Durante 2006 y 2007 se ha apostado por constituir y desarrollar el portal del empleado de una forma completamente transparente y abierta a todos los ámbitos organizativos de Metro de Madrid.

El crecimiento registrado por el portal, tanto a nivel de servicios como en número de usuarios, ha sido notable, incorporándose de forma práctica a los procesos de trabajo de los empleados.

Por la propia naturaleza de las actividades que Metro de Madrid desarrolla, una parte de sus empleados con puestos de trabajo distribuidos por toda la red, no tenían en principio acceso a la plataforma informática necesaria para conectarse a Andén Central durante su trabajo diario. Por ello, en los primeros pasos de la herramienta, el acceso era exclusivamente para directivos y técnicos. En la actualidad, se han ido incorporando colectivos hasta llegar a tener más de 2.000 usuarios, siendo la meta extenderla a todos los integrantes de la Organización y permitir el acceso incluso desde los domicilios particulares de los trabajadores de Metro de Madrid.

Otro objetivo paralelo a éste es el de renovar el diseño del portal, así como completar la llamada “Oficina Virtual” para que se puedan realizar todos los trámites con Recursos Humanos en ella.





Metro de Madrid apuesta por la mejora de la cualificación profesional de sus empleados, así como por su desarrollo competencial, para mantener un alto nivel de competitividad



Metro: Área Central
Map: Central Area

Reglamento de viajeros

REGLAMENTO DE VIAJEROS DEL METRO DE MADRID

ARTÍCULO 1.º OBJETO DEL REGLAMENTO DE VIAJEROS DEL METRO DE MADRID

El presente Reglamento de Viajeros del Metro de Madrid tiene por objeto establecer las condiciones de uso de los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid, así como las obligaciones de los viajeros y las sanciones que se aplican en caso de incumplimiento de las mismas.

ARTÍCULO 2.º APLICACIÓN DEL REGLAMENTO DE VIAJEROS DEL METRO DE MADRID

Este Reglamento de Viajeros del Metro de Madrid se aplicará a todos los viajeros que utilicen los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid, así como a los viajeros que utilicen los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid en los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid.

ARTÍCULO 3.º DEFINICIONES

Para los efectos de este Reglamento de Viajeros del Metro de Madrid, se entenderá por:

- 1. Viajero: Toda persona que utilice los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid.
- 2. Viajero Titular: Toda persona que haya adquirido un boleto de transporte público de la red de Metro de Madrid.
- 3. Boleto: Documento que acredita el derecho del viajero a utilizar los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid.
- 4. Boleto Titular: Documento que acredita el derecho del viajero titular a utilizar los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid.
- 5. Boleto de Viajero: Documento que acredita el derecho del viajero a utilizar los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid.
- 6. Boleto de Viajero Titular: Documento que acredita el derecho del viajero titular a utilizar los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid.
- 7. Boleto de Viajero Titular: Documento que acredita el derecho del viajero titular a utilizar los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid.
- 8. Boleto de Viajero Titular: Documento que acredita el derecho del viajero titular a utilizar los servicios de transporte público de la red de Metro de Madrid.

ARTÍCULO 4.º OBLIGACIONES DE LOS VIAJEROS

Los viajeros deben cumplir con las siguientes obligaciones:

- 1. Presentar el boleto de transporte público de la red de Metro de Madrid al abordar el vehículo.
- 2. Utilizar el boleto de transporte público de la red de Metro de Madrid de acuerdo con las condiciones de uso.
- 3. Respetar el orden y la seguridad de los viajeros.
- 4. No consumir alimentos o bebidas en los vehículos.
- 5. No fumar en los vehículos.
- 6. No utilizar dispositivos electrónicos que interfieran con el funcionamiento de los sistemas de transporte público de la red de Metro de Madrid.
- 7. No utilizar dispositivos electrónicos que interfieran con el funcionamiento de los sistemas de transporte público de la red de Metro de Madrid.
- 8. No utilizar dispositivos electrónicos que interfieran con el funcionamiento de los sistemas de transporte público de la red de Metro de Madrid.

ARTÍCULO 5.º SANCIONES

Los viajeros que incumplan con las obligaciones establecidas en el presente Reglamento de Viajeros del Metro de Madrid, serán sancionados de acuerdo con lo establecido en el artículo 17.º del Reglamento de Viajeros del Metro de Madrid.



Metro de Madrid y los Clientes

La actividad de Metro de Madrid tiene naturaleza de servicio público, por lo que los clientes se erigen como el centro de su estrategia empresarial.

Se identifica como expectativa principal del cliente de Metro de Madrid la calidad del servicio, en términos de rapidez, confort, seguridad, limpieza, atención e información. Por este motivo, como centro de la visión estratégica de la Compañía figura alcanzar la excelencia en el servicio de transporte y mejorar la experiencia del cliente.

Además del cliente tradicional, se distinguen los clientes de consultoría externa y servicios a concesionarios y los clientes de concesión (concedentes y aliados). Con todos ellos, adquiere especial importancia la reputación e imagen de marca, con el fin de mantener una posición competitiva y lograr el éxito de la Compañía. Es por ello que se identifica como punto crítico la comunicación, el marketing y la publicidad responsable.

La siguiente tabla ofrece los principales datos relativos a los clientes de Metro de Madrid.

Cifras significativas	2006	2007	Variación
Viajes al año (Millones)	660,30	687,70	4%
Etapas realizadas (Millones)	995,80	1.037,10	4%
Viajes en el día de máxima demanda (Millones)	2,57	2,59	1%
Ingresos de la explotación (Millones)	717,95	952,05	33%

7.1 Nuestros compromisos

Los compromisos de Metro de Madrid en relación a sus clientes, de acuerdo a la Política de RC son:

- Establecer canales de comunicación efectivos que permitan conocer sus necesidades y anticiparse a sus demandas.
- Garantizar un servicio excelente en términos de calidad, seguridad, eficiencia y accesibilidad.
- Realizar un mayor esfuerzo en innovación, que suponga una mejora ostensible en la oferta de transporte y aporte mayor valor añadido al servicio ofrecido.

7.2 Nuestras actuaciones

Atención al cliente

Metro de Madrid dispone de numerosos mecanismos que le permiten relacionarse con los clientes con el fin de detectar sus necesidades y actuar en consecuencia.

En este contexto, los principales canales de comunicación de que dispone la Compañía con sus clientes son:

- **CIAC (Centro Interactivo de Atención al Cliente).** Como su propio nombre indica, este centro proporciona de forma interactiva (vía telefónica, e-mail o web) información relativa a la red de metro y la compañía. Las consultas a lo largo de 2006 han ascendido a 202.199 y a 195.199 en 2007. Las encuestas sobre este servicio, realizadas periódicamente, muestran la existencia de un alto grado de satisfacción por parte de los usuarios, especialmente en relación al tiempo de espera.
- **Centro de Atención al Viajero.** Se trata de espacios en los que Metro de Madrid presta su servicio de atención al cliente en la red ofreciendo información del servicio de Metro, además de datos generales y turísticos de Madrid. En la actualidad, la Compañía dispone de cuatro centros de este tipo en las estaciones de Avenida de América, Nuevos Ministerios, Aeropuerto T1, T2 y T3 y Aeropuerto T4 (abierto en 2007). Se han recibido 532.071 consultas en 2006 y 658.115 en 2007.
- **Supervisor comercial.** Se trata de un nuevo modelo de atención al cliente, con el que se pretende mejorar la presencia y la cercanía de cara al mismo, promoviendo una atención más directa, constante y personalizada. Ya se implantó con éxito en todas las estaciones de Metrosur (Plan de Ampliación 2003-2007), así como en la remodelada Línea 3 y en algunas estaciones de la Línea 8. En 2006 ha comenzado a extenderse al resto de la red.

Como parte de la vocación de servicio de Metro de Madrid hacia sus clientes, se considera un punto de alta importancia la adecuada gestión de los datos de carácter personal de los mismos.

La actuación de Metro de Madrid en este ámbito ha sido adecuada, como lo prueba el hecho de que ninguna de las 18 reclamaciones realizadas entre los años 2006 y 2007 (principalmente emitidas por personas que se hallaban viajando por la red de Metro sin un título de transporte válido y a las que se había abierto el correspondiente Boletín de Recargo Extraordinario) fue considerada como “debidamente fundamentada”, por lo que fueron todas denegadas por el organismo competente. Se ve así confirmada la adecuación y legalidad de los criterios que se han venido aplicando.

Excelencia en el servicio

La excelencia en el servicio es un parámetro clave y estratégico en todo el proceso de gestión de Metro de Madrid.

Calidad

Metro de Madrid apuesta por la mejora continua y la implementación de buenas prácticas con el fin de mantener un servicio eficaz capaz de alcanzar las expectativas de sus clientes.

Los principales parámetros sobre los que trabaja son:

- **Rapidez:** más del 99% de los clientes realizan todos sus viajes sin retrasos respecto a las tablas de intervalos y horarios ofertados.
- **Instalaciones:** torniquetes, ascensores, escaleras y pasillos rodantes están en constante proceso de mantenimiento con el fin de garantizar que al menos el 90% de sus clientes los encuentran disponibles para su uso.
- **Confort:** trenes y estaciones están en óptimas condiciones de limpieza, iluminación y comodidad.

Como ratificación a sus esfuerzos en materia de calidad del servicio, Metro de Madrid se ha convertido en la primera empresa de transporte público a nivel nacional en conseguir la certificación de calidad del servicio de acuerdo con la norma europea EN 13816, específica para el transporte público de viajeros, para las líneas 8, 2, Metrosur y Ramal.

Seguridad

Para la Compañía es de vital importancia la seguridad, tanto frente a accidentes como frente a incidentes. En este contexto, se compromete a que todos sus trenes dispongan de sistemas de protección automática y a que los clientes realicen el viaje en condiciones óptimas de seguridad frente a acciones delictivas.

Con objeto de mantener totalmente actualizadas y adecuadas a sus necesidades las condiciones de seguridad de los clientes de Metro de Madrid, se han realizado recientemente nuevas actualizaciones de los planes de emergencia existentes.

En este contexto, se han puesto en marcha planes de refuerzo a la formación de los empleados en esta materia y se están realizando más simulacros de incidencias con objeto de asegurar la óptima implementación de los planes de emergencia.

Adicionalmente, se está trabajando intensamente con el fin de mantener los índices de disponibilidad de las instalaciones de protección contra incendios y evacuación.

Metro de Madrid da la máxima prioridad al campo de la Seguridad y Salud, promoviendo e implantando las mejores prácticas al tiempo que las gestiona para que se integren plenamente en el óptimo desarrollo de sus servicios. No se tiene constancia en la actualidad de ningún incidente relativo a impacto del servicio sobre dicha materia.

Eficiencia

La eficiencia en el uso de los recursos, tanto humanos como económicos, es uno de los pilares de la gestión de Metro de Madrid debido a la naturaleza pública de los recursos utilizados. Esto es la base para el óptimo funcionamiento de la Compañía; por lo que se esfuerza en ser especialmente responsable en este contexto.

En lo que respecta a los recursos económicos, la principal materia prima de Metro de Madrid es la energía. Como se ha comentado anteriormente, la Compañía está constantemente innovando, tanto en el plano tecnológico como en el de la gestión, y llevando a cabo proyectos con el fin de optimizar el uso de energía.



Por otra parte, la Compañía promueve numerosas medidas organizativas, como es la vinculación del cumplimiento de los objetivos estratégicos a la retribución, con el fin de alinear a las personas con dichos objetivos y aumentar su productividad.

Accesibilidad

Como parte de su contribución a la dimensión social de la sostenibilidad, Metro de Madrid trabaja para incrementar la accesibilidad de la red, facilitando la integración de las personas de capacidades diferentes y de todos los colectivos.

En la actualidad, la red de Metro de Madrid se sitúa en materia de accesibilidad a la cabeza de los metropolitanos del mundo comparables, no sólo por el número de escaleras y ascensores, sino por las medidas de accesibilidad ejecutadas en trenes y estaciones, fundamentalmente a lo largo del último Plan de Ampliación y Mejora 2003 - 2007, como son pavimentos especiales podotáctiles, señalización y protección de obstáculos, señalización en braille de etiquetas en los pasamanos de escaleras fijas y de ascensores, instalación de elementos en la red (muelles de apertura fácil en puertas de acceso a vestíbulos, apoyos isquiáticos en andenes,...) y en material móvil (rampas desplegadas, contrastes cromáticos, señalización acústica o visual,...).

Con el fin de garantizar la mejora continua de la calidad del servicio, la Compañía realiza anualmente numerosas encuestas con el objetivo de conocer la opinión de los clientes en relación al servicio que presta.

En la encuesta de calidad percibida efectuada en el último trimestre del año 2006, se muestra un pequeño descenso en la valoración global del servicio. Este descenso es debido a los cortes temporales de tramos de Red necesarios para la realización de las obras de ampliación y remodelación. No obstante, se observó un aumento de la satisfacción en algunos aspectos como marcha silenciosa de trenes, información ante incidencias del servicio, seguridad ante agresiones, robos y temperatura y ventilación en las estaciones.

En 2007, la satisfacción de los clientes con el servicio se incrementó respecto al año anterior, debido a la apertura de los nuevos tramos de red y estaciones fruto del plan de ampliación y remodelación, así como a los esfuerzos de la Compañía por mejorar la calidad global del servicio prestado. No obstante, sigue siendo una prioridad para Metro de Madrid mejorar en aspectos

tos tales como: tiempo de espera en andén, rapidez en el viaje, espacio disponible, temperatura y ventilación en los coches y seguridad ante agresiones y robos.

Valoración media desde visión del Cliente	2006	2007
Índice de calidad percibida (Global)	6,64	6,98

Innovación

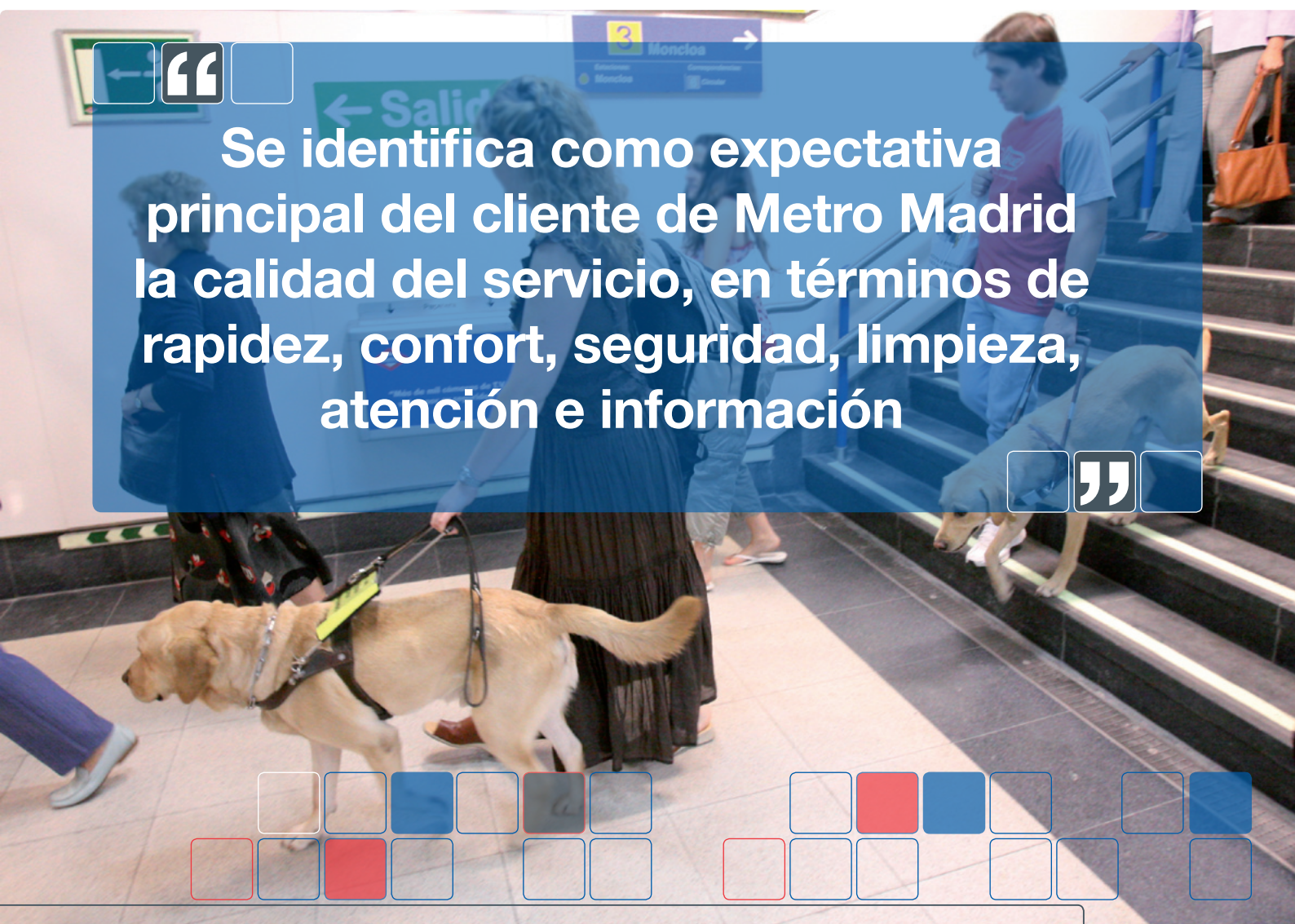
Metro de Madrid realiza importantes esfuerzos en innovación, poniéndola al servicio de los clientes. Así, a lo largo de 2006 y 2007 ha desarrollado numerosos proyectos, tanto por sí mismo, como en colaboración con universidades y centros especializados, que tienen como objetivo último la mejora sustancial del servicio prestado con un consumo mínimo de recursos. Destacan:

- **Servicio Coordinado de Sistemas de Seguridad:** comprende varios proyectos que tienen como objetivo común el incremento de la seguridad en trenes mediante la mejora de los sistemas de grabación en los mismos y su posterior visualización.
- **Nuevo sistema de señalización y conducción automática CBTC (“Communication Based in Train Control”) en los trenes de Líneas 1 y 6:** se trata de un sistema continuo y automático de control de trenes basado en el criterio de transmisión de información vía radio a la frecuencia de 2,4

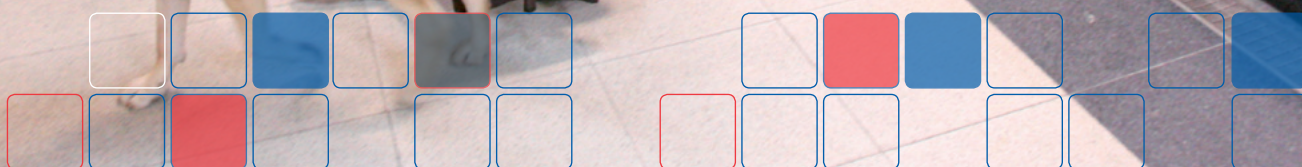
GHz. Con la implementación de este sistema se podrá incrementar el número de trenes que circulan en ambas líneas, disminuyendo así los intervalos y, por tanto, aumentando la capacidad.

- **Regulación de tráfico por ahorro energético** mediante el uso eficiente del freno regenerativo de trenes.
- **Proyecto ELECRAIL:** persigue la reducción del consumo de energía en el ferrocarril de tracción eléctrica, mediante el desarrollo de modelos y simuladores parametrizables que permitan adoptar las decisiones que sean más eficientes en cada caso.
- **Proyecto URBAN TRACK:** llevado a cabo con el fin de mejorar el mantenimiento mediante el desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas que permitan la sustitución de carriles en el caso de vía embebida.
- **Análisis del comportamiento dinámico/mecánico** de sistemas de vía y de la capacidad atenuadora de vibraciones de dichos sistemas en condiciones reales de explotación.
- **Sistema inteligente de mantenimiento en el material móvil:** consiste en el desarrollo y la implementación de un sistema que permita la toma de decisiones de mantenimiento en el material móvil, mejorando de esta forma la disponibilidad de los trenes.

En definitiva, Metro de Madrid se erige como empresa puntera gracias a su intensa labor en materia de Investigación y Desarrollo, aplicada al aumento del conocimiento técnico y a la mejora de su actividad.



Se identifica como expectativa principal del cliente de Metro Madrid la calidad del servicio, en términos de rapidez, confort, seguridad, limpieza, atención e información



7.3 Nuestros retos de futuro

A lo largo de los próximos años los objetivos clave de la Compañía hacia sus clientes se centran en la mejora del servicio, mediante el incremento de la capacidad de la red, y de la experiencia del cliente.

Para la consecución del primer objetivo, se pondrán en marcha diversas actividades que culminarán con un aumento de la frecuencia de los trenes, permitiendo así la disminución del intervalo.

En relación al segundo, se tiene prevista la ejecución de un proyecto que contempla, entre otras líneas de actuación, la gestión del entorno del cliente en la red de Metro para que le resulte más agradable, útil y adecuado a sus necesidades.

7.4 Caso de éxito: Actuaciones relativas a Accesibilidad Universal, en las estaciones y material móvil de Metro de Madrid.

Metro de Madrid ha realizado un enorme esfuerzo en los últimos años, introduciendo en toda la red medidas encaminadas a facilitar la accesibilidad de los clientes a sus instalaciones. En este sentido, es especialmente importante la evolución del número de ascensores instalados en la red:

Año	Ascensores instalados	Estaciones con ascensor
1995	6	2
1996	16	5
2000	122	44
2003	247	84
2007*	439	151

*Incluido Metro ligero Sanchinarro-Las Tablas

Con estos datos, se deduce que el 50% de las estaciones de la Red de Metro a finales de 2007 cuenta con ascensores. Asimismo, disponen de ascensor el 100% de las estaciones de Metro Ligero Sanchinarro-Las Tablas.

Metro de Madrid se encuentra incluido, desde su creación en 2003, en el grupo de trabajo correspondiente a transporte público que la Comunidad de Madrid creó en su seno para facilitar la actividad del Consejo para la Promoción de la Accesibilidad y Supresión de Barreras Arquitectónicas.

Este Grupo de Trabajo ha desarrollado, a lo largo de los últimos años, una serie de medidas y normas de actuación consensuadas, a implantar dentro del ámbito del transporte público de la Comunidad de Madrid, en todos sus modos, tanto ferroviarios como terrestres y metropolitanos. Estas medidas han sido integradas en el Reglamento Técnico de Accesibilidad y Supresión de Barreras Arquitectónicas, aprobado el 24 de Abril de 2007.

Durante el tiempo que el Grupo de Trabajo ha estado desarrollando el citado Reglamento, muchas de las medidas y normas de actuación generadas se han ido incorporando en algunas de sus estaciones.

Es intención de la Compañía ir extendiendo estas actuaciones al total de las estaciones de la Red, en función de las disponibilidades presupuestarias en cada periodo. En el año 2011, está previsto que todas las medidas consensuadas estén implantadas en el conjunto de la red de Metro de Madrid.

Las medidas de accesibilidad más importantes en las estaciones son las siguientes:

PAVIMENTOS ESPECIALES TACTO-VISUALES

- Pavimento de botones de borde de andén.
- Pavimento ranurado en inicio y final de escaleras fijas, rampas y salidas de ascensores.

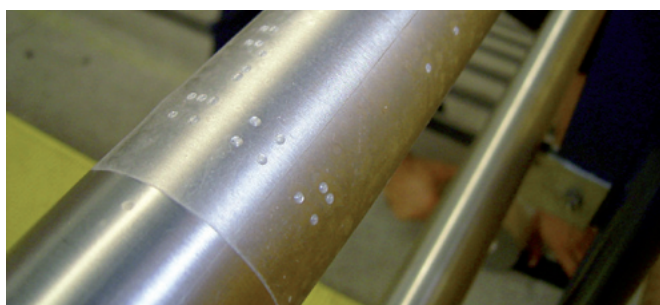




Pavimento de botones



Prolongación de pasamanos



Etiquetas en Braille



Pavimento ranurado

- Pavimento de zona de seguridad en andenes y máquinas expendedoras de billetes.
- Tiras antideslizantes en huellas de escaleras fijas.

SEÑALIZACIÓN Y PROTECCIÓN DE OBSTÁCULOS

- Bandas de vinilo en pilares exentos.
- Eliminación de elementos en voladizo o abultamientos sobre paramentos verticales.
- Espejos colgados de bóveda en piñones, para el control de la apertura y cierre de puertas del tren.
- Banderolas de cartelera informativa de uso de escaleras mecánicas.
- Carteles de información al viajero de grandes dimensiones.
- Reubicación de elementos que impiden la circulación segura de viajeros.
- Prolongación de pasamanos de escaleras fijas.

SEÑALIZACIÓN AL VIAJERO

- Refuerzo de señalización al viajero.
- Refuerzo de la señalización de ascensores.
- Señalización de zona de seguridad.
- Señalización de apoyos isquiáticos colocados en andenes, mediante pictogramas alusivos.
- Señalización de las puertas cortavientos dotadas del sistema de apertura fácil.

SEÑALIZACIÓN EN BRAILLE

Para una mayor accesibilidad de las personas con capacidad visual diferente dentro de las instalaciones de la Red de Metro, se ha procedido, a la instalación de señalización específica en este modo de lecto-escritura, mediante la instalación de:

- Etiquetas grabadas en Braille en los pasamanos de escaleras fijas.
- Etiquetas grabadas en Braille en la señalización de ascensores.

- Etiquetas grabadas en Braille en la señalización en máquinas expendedoras.

TARJETAS DE VOZ EN ASCENSORES

- Instalación de dispositivos sonoros tipo “ping-dong” en ascensores de dos paradas.
- Instalación de tarjetas de voz que emiten mensajes informativos en cada una de las paradas de aquellos ascensores de más de dos paradas.

OTRAS MEDIDAS

- Instalación de muelles de apertura fácil en puertas cortavientos.
- Instalación de apoyos isquiáticos en andenes.
- Modificación de las impostas de granito y barandillas en accesos.

MODIFICACIONES INTRODUCIDAS EN EL MATERIAL MÓVIL

- Modificación de la pintura exterior del tren, creando un contraste cromático entre las puertas y el resto del chasis del mismo.
- Rampa desplegable en las dos puertas más próximas a la cabina de conducción.
- Apertura automática de todas las puertas del primer coche.
- Pictogramas en el coche de cabecera con recomendaciones de prioridad a las personas con discapacidad.
- Zona reservada específicamente en el primer coche, para ser ocupada por viajeros en sillas de ruedas.
- Apoyos isquiáticos en la zona de seguridad, para personas con diferentes tipologías de discapacidad.
- Señalización acústica y visual de apertura y cierre de puertas.
- Tapicería de asientos, barras, asideros y pasamanos, en contraste cromático con respecto al entorno.
- Instalación de paneles luminosos scroll, con la información de destino del tren y próxima parada.
- Megafonía de anuncio de próxima parada.
- Botón de apertura de puertas con contraste cromático y señalización en Braille.

Metro de Madrid y la Sociedad

Metro de Madrid es consciente de que para el éxito del negocio en su dimensión económica, social y medioambiental es imprescindible conocer las expectativas de la sociedad en la que opera, implicarse en sus inquietudes y liderar iniciativas.

Este concepto de colaboración y diálogo social, prioritario para la compañía, es básico para la puesta en valor de los intangibles de Metro de Madrid, que a su vez constituyen la pieza angular de sus proyectos, todos concebidos a largo plazo.

En línea con lo anterior, se divide la relación de Metro de Madrid con este grupo de interés en dos vertientes: Ciudadanía y Medio Ambiente.

Ciudadanía local

Para optimizar su rentabilidad social y acercarse a las expectativas de la Sociedad, es prioritario para la Organización considerar las necesidades de los siguientes colectivos:

- Agrupaciones de la sociedad civil.
- Ciudadanos y comunidades locales en los que opera la compañía.
- Asociaciones de transporte ferroviario.
- Mundo empresarial y asociaciones empresariales.
- Universidades, mundo educativo y medios de comunicación.
- Clientes potenciales que generan demanda de transporte público.

8.1 Nuestros compromisos

De acuerdo a la Política de RC establecida en 2005, Metro de Madrid se compromete con la sociedad a:

- Establecer un diálogo constante, bidireccional y transparente con el fin de conocer y gestionar sus expectativas mediante el establecimiento de los canales de comunicación adecuados.
- Ser un referente de empresa socialmente rentable proporcionando un servicio de calidad para cubrir las necesidades de desplazamiento actuales y futuras y ser un referente de empresa respetuosa con el medio ambiente.
- Cumplir con los estándares éticos más estrictos en el desarrollo de sus servicios, ofreciendo un trato de igualdad y no discriminación.

8.2 Nuestras actuaciones

Diálogo

Metro de Madrid se ha esforzado en habilitar canales efectivos de comunicación con la ciudadanía, intentando remarcar en ellos características como la bidireccionalidad, transparencia y cercanía. En esta línea, han sido muchas las iniciativas puestas en marcha:

- **Campañas de publicidad**, mediante las cuales la Compañía pretende difundir su imagen y afianzar su permanencia en el recuerdo. El esfuerzo dedicado a esta actividad le ha valido el reconocimiento de la crítica especializada, obteniendo premios como el galardón de Oro de la FIAP 2006, Plata del Club de Creativos 2006 y segundo premio de JCDecaux 2006 entre otros.
- **Campañas en el cine y en entradas y salidas de aparcamientos subterráneos**. Están especialmente dirigidas a la captación de segmentos específicos de clientes potenciales (estudiantes, conductores de vehículo privado, consumidores de ocio...) y con ellas se busca ofrecer una opción de movilidad atractiva, destacando los valores de sostenibilidad y rapidez añadidos por Metro de Madrid.
- **Exposiciones en la red**. Son una excepcional forma de dar continuidad a la vida cotidiana durante el viaje en Metro así como de difundir la cultura y acercar a los clientes a lo que ocurre en la superficie de la ciudad. De esta forma se consigue enriquecer el desplazamiento de los clientes con aportaciones adicionales que den un valor diferencial a la opción de movilidad ofrecida. En 2006 y 2007 destacaron las realizadas en Expometro y las correspondientes a la Campaña de Sostenibilidad.
- **Presencia en ferias y congresos**. Constituyen un buen escaparate para difundir al exterior su imagen y al mismo tiempo actualizar conocimientos sobre las tendencias del sector. Por ello, Metro de Madrid está presente en los eventos de mayor relevancia, como pueden ser el Railforum, Underground Construction, CONAMA, Asambleas de la UITP, Madrid por la Ciencia y CIMO (Congreso Internacional de Movilidad).



- **Presentaciones y actos culturales en las instalaciones.** Entre estas iniciativas destacan el Bibliometro, colaboración en la Noche en Blanco o Semana de la Arquitectura.
- **Programa de promoción de la lectura,** mediante la inserción en el interior de los trenes de párrafos literarios de diferente índole. Este se ha desarrollado en colaboración con la Consejería de Cultura, el Ministerio de Cultura y la Asociación de Libreros.
- **Visitas educativas a las instalaciones de Metro.** Es una forma cercana y directa de dar a conocer a los niños en edad escolar la realidad de la Compañía. En 2006 el número de visitas efectuadas fue de 58 y en 2007 llegaron a 63, que en términos de alumnos corresponden a 1.506 y 1.665 respectivamente. En éstas, además de ilustrar a los futuros clientes sobre la funcionalidad y modernidad de Metro, se pone en relieve la importancia para la Compañía de valores como la seguridad, el respeto al medio ambiente y las ventajas del transporte público, promoviendo con ello su difusión a la sociedad. En línea con lo anterior, pero dirigido a un público más especializado, se realizan visitas de carácter docente principalmente con Institutos de Enseñanza Secundaria, Universidades y Escuelas Técnicas Superiores.
- **Difusión de iniciativas o actuaciones de diferentes organismos,** para lo que Metro de Madrid facilita soporte en sus instalaciones de la red y en el interior de los trenes. Destacan en este epígrafe la colaboración con la Cartelería de Patrimonio Nacional, Asociación Deportiva Maratón, etc.
- **Colaboraciones con Universidades e I+D+i en 2006-2007:** Metro de Madrid tiene en vigor acuerdos de colaboración con la Universidad Politécnica de Madrid, Universidad Pontificia de Comillas, Universidad Carlos III, UNED, etc.

Impacto en la comunidad

Para saber hasta qué punto la actividad de Metro de Madrid cumple las expectativas de sus clientes y dar las respuestas que procedan, es imprescindible establecer un canal de comunicación que permita a la Compañía conocer el impacto que su operación genera en la sociedad.

Durante el periodo 2006-2007 Metro de Madrid ha realizado diferentes análisis de impacto, diferenciando aquellas áreas concretas de la comunidad que más puedan necesitar los servicios ofrecidos por la compañía. Entre estos estudios destacan:

- **Nuevos desarrollos de Centros Sanitarios:** Los estudios de impacto realizados muestran una total correlación entre el flujo de viajeros y la puesta en marcha de nuevos hospitales en la Comunidad de Madrid. Con esta información, Metro puede optimizar su servicio priorizando las necesidades específicas de la tipología de cliente que pueda requerir desplazarse a estas zonas (accesibilidad para personas con movilidad reducida, características específicas de la distribución de clientes, etc).
- **Nuevos desarrollos urbanísticos:** Se ha estudiado la construcción de viviendas en las zonas de nuevo desarrollo de la Comunidad (Norte, Sur y Este), recogiendo datos sobre la evolución de precios de la vivienda y el volumen de éstas construidas. Este análisis es clave para predecir la demanda potencial del servicio, y tomar las medidas necesarias para adelantarse a las necesidades de una población que crece a gran velocidad.
- **Educación:** Principalmente en Metro Sur se recogen datos sobre cursos impartidos y número de alumnos en los diferentes campus universitarios, pues este grupo constituye uno de los principales clientes de Metro de Madrid.

- **Población Activa:** Los datos de población activa en las diferentes zonas residenciales de la Comunidad (Metro Norte, Metro Sur y Metro Este) son utilizados para adecuar el servicio ofrecido a las necesidades de los residentes. Las zonas con alto volumen de población activa requieren refuerzos del servicio en horas punta, diferenciándose éstas con mucha claridad a lo largo del día.
- **Áreas Comerciales:** Los estudios de impacto realizados muestran un crecimiento de la demanda del servicio ofrecido por la Organización en las áreas comerciales del extrarradio de la capital ya existentes, lo que es tenido en cuenta para redimensionamientos del servicio. Además, la aparición de nuevos centros comerciales genera nuevas conductas de movilidad que también deben gestionarse para dar respuesta a los demandantes.

Fomento del empleo en la Región

Metro de Madrid tiene una alta incidencia en la creación de empleo directo e indirecto en la Comunidad de Madrid, siendo de gran relevancia la contratación de agentes de taquilla, jefes de vestíbulo, conductores y ayudantes.

La compañía ha suscrito convenios de colaboración con el Servicio Regional de Empleo de la Comunidad, así como con Fundaciones Universitarias que disponen de bolsas de empleo con el objetivo siempre de fomentar la creación de nuevos empleos”, tal y como se muestra en la siguiente tabla.

Concepto	2006	2007
Contratos indefinidos	5.801	6.509
Contratos temporales	412	645
Plantilla equivalente	5.973	6.706
Crecimiento respecto el año anterior	5,74%	15,14%

Así mismo, y en su compromiso responsable con todos los colectivos de la sociedad, la Empresa impulsa la contratación de personas con minusvalías excediendo lo recogido a estos efectos en la ley.

Estándares éticos

Por encima de cualquier otro compromiso, Metro de Madrid pone todo sus medios y esfuerzos en desarrollar sus servicios de acuerdo con los más firmes estándares éticos.

Con ese convencimiento, se está preparando en la actualidad un documento institucional que recoja los principios de comportamiento y códigos de conducta de la Compañía, que se basan siempre en valores como la transparencia, la igualdad, el desarrollo cultural de los colectivos con los que interacciona, el respeto de los derechos humanos y el espíritu de servicio y ayuda.

En esa línea cabe destacar que durante los años 2006 y 2007 no se han registrado incidentes que hayan dado lugar a ningún proceso penal o de otro tipo por conceptos como discriminación, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.



Cualquier acción que realice Metro de Madrid orientada a la mejora de la eficiencia energética y a la reducción consumo de energía tiene un gran impacto en factores como la lucha contra el cambio climático y la contaminación local



8.3 Nuestros retos de futuro

Metro de Madrid se compromete en los próximos años con la Sociedad a:

- Mejorar el diálogo externo, en especial, con los Medios de Comunicación. Para ello se está trabajando en el establecimiento de un plan de relación con los medios.
- Establecer un código de buenas prácticas y estándares éticos, que rijan todas las actuaciones de Metro de Madrid.

Medio ambiente

Metro de Madrid, por el propio uso de la energía eléctrica como principal materia prima para la prestación del servicio, y al tratarse de un transporte público colectivo, hace posible un alto nivel de eficiencia energética en el desarrollo de su actividad, al generar unas mínimas emisiones de CO₂, por cada viajero y kilómetro transportado respecto a otros modos. En concreto, el consumo energético de la Empresa y sus emisiones de CO₂ a la atmósfera ascendieron en 2006 y 2007 a:

	2006	2007
Consumo energía tracción (MWh)	440.890	501.210
Consumo energía servicios (MWh)	180.640	213.880
Total (MWh)	621.530	715.090
Factor de conversión (kg CO ₂ /kwh)	0,3478	0,3821
Emisiones Totales (Ton CO ₂)	216.189,5	273.217,6
Emisiones por Viajero - Km (g/viaj-km)	46,84	56,84

Por este motivo, cualquier acción orientada a la mejora de la eficiencia energética y a la reducción del citado consumo tiene un gran impacto en factores como la lucha contra el cambio climático y la contaminación local.

Adicionalmente, en la ejecución de su trabajo diario, Metro de Madrid limita las emisiones y desechos y minimiza el consumo de recursos no renovables, el uso del territorio y la producción de ruido, además de reutilizar y reciclar sus residuos

La intensa labor realizada en relación con el Medio Ambiente, se materializa en una serie de gastos e inversiones, cuya cuantía a lo largo de 2006 y 2007 ha ascendido a:

	2006	2007
Gastos	491.897,21 euros	722.457,57 euros
Inversiones	26.989,53 euros	49.003,85 euros

Por este motivo, cualquier acción orientada a la mejora de la eficiencia se puede observar, tanto el gasto como la inversión van en aumento. En el caso de los gastos, esto es debido, por un lado, a la cada vez mayor segregación de residuos, siendo destinados al mejor tratamiento posible, y por otro, a que se han instalado nuevos puntos de Acopio Temporal de Residuos (ATR) en los nuevos depósitos en 2007.

Respecto a las inversiones realizadas, su aumento es debido a que cada vez más se tiene en cuenta el aspecto medioambiental en los proyectos que se realizan, siendo una muestra del firme compromiso de la compañía en la búsqueda de la excelencia social y medioambiental además de económica.

8.4 Nuestros compromisos

En relación con el Medio Ambiente, Metro de Madrid se compromete fundamentalmente a adoptar las medidas necesarias para evitar todo tipo de contaminación procedente de sus actividades.

8.5 Nuestras actuaciones

La gestión de la Compañía en materia medioambiental ha sido excelente en los últimos años, habiéndose conseguido la certificación medioambiental según la ISO 14.001 por el Sistema de Gestión Medioambiental aplicada a toda la cadena de valor del servicio (operación y mantenimiento de trenes e instalaciones). Adicionalmente, hasta la fecha no se ha computado ninguna multa significativa ni sanción monetaria por aspectos medioambientales relativos a gestión de residuos y partículas en suspensión.



Emisiones atmosféricas

Las emisiones de Metro de Madrid son indirectas, es decir, procedentes de la propia generación de energía eléctrica que consume como materia prima fundamental para el desarrollo de su actividad. Por tanto, todas sus actuaciones deben realizarse de forma que se optimice la eficiencia energética, con la consiguiente disminución de las emisiones de CO₂ a la atmósfera.

En relación a proyectos de energía, a lo largo de 2006 y 2007 destaca la puesta en paralelo de las subestaciones eléctricas de tracción de las líneas 3, 6 y 7, a través del acoplamiento de los diferentes sectores eléctricos de la red de tracción. Esta actuación ha permitido un importante ahorro energético y, en consecuencia, una reducción de emisiones de CO₂, que asciende a:

Reducción de emisiones anuales en 2007 (TM de CO ₂)	
Línea 3	1.033
Línea 6	1.728
Línea 7	1.381

También, en 2006 se puso en servicio en la estación de Peñagran de la primera Unidad de Tratamiento Adiabático, que tiene como objetivo la mejora de las condiciones medioambientales durante el periodo estival. Esta solución permite un consumo menor de energía con relación a un sistema convencional; en concreto, el gasto de energía consumida por un sistema de refrigeración convencional es un 72,5 % superior al de un sistema de enfriamiento adiabático para producir la misma potencia frigorífica. Así, los ahorros conseguidos ascienden a 67 toneladas de CO₂ en 2006 y 73 en 2007.

Son así mismo destacables en la optimización de la electrificación, las mejoras llevadas a cabo en toda la red, entre las que detallamos las siguientes:

- Instalación de acumuladores de energía.
- Puesta en paralelo de subestaciones de nueva construcción en varias líneas.
- Instalación de tubos fluorescentes con tecnología trifósforo en todas las líneas.
- Maximización del aprovechamiento de la luz solar en accesos a estaciones mediante templetos acristalados.
- Corte nocturno de los circuitos de alumbrado mediante regulación por automática.
- Implantación de sistemas de control y gestión de fases de alimentación del alumbrado.

Así mismo, se han realizado mediciones de las emisiones de SO₂, CO y NO, producidas en el recinto de Canillejas, en la caldera de centro de lavado y en los túneles de lavado de boggies y ejes, constatando el éxito en los esfuerzos por reducir las, tal y como se muestra en la siguiente tabla.

	2004	2007
SO ₂ (mg/m ³)	24	23
CO (ppm)	637	454
NO (ppm)	62	25

Gestión de residuos

La gestión de residuos es un aspecto clave en la actividad medioambiental de la Compañía. El esfuerzo realizado en los últimos años en este ámbito ha dado como resultado una mejora en la segregación de residuos y, consiguientemente, un aumento de la cantidad de residuos gestionada, como se puede apreciar en la siguiente tabla.

	2006 (tm)	2007 (tm)
Peligroso - eliminación	34,99	75,60
Peligroso - reciclado	115,98	125,88
Peligroso - recuperación	22,13	32,80
Peligroso - recuperación/eliminación	0	1,22
Peligroso - reutilización	4,59	6,12
Peligroso - valoración energética	76,02	381,78
No peligroso - Ayuntamiento	2.624,30	3.123,43
No peligroso - eliminación	729,6	1.059,30
No peligroso - reciclado	228,95	576,10
No peligroso - recuperación	191,69	181,97

Es destacable en este apartado que no ha existido ningún derrame accidental significativo ni en 2006 ni en 2007.

Los residuos peligrosos son retirados por un transportista autorizado, para su posterior gestión y reciclaje por un gestor también autorizado.

Para el tratamiento de los residuos, Metro de Madrid dispone de puntos de Acopio Temporal de Residuos (ATR). En 2006, ascendieron a 8, localizados en los depósitos de Cuatro Caminos, Canillejas, Aluche, Fuencarral, Sacedal, Laguna, Cuatro Vientos y Loranca. Estos puntos se ampliaron a 11 durante el 2007, emplazando los nuevos en las instalaciones de Valdecaños, Hortaleza y Villaverde.

Agua

En Metro de Madrid el abastecimiento de agua se realiza a través del Canal de Isabel II, siendo por tanto las fuentes afectadas por el abastecimiento de la Compañía los embalses de la Comunidad de Madrid que nutren la red (Pinilla, Riosequillo, Puentes Viejas, El Villar, el Atazar, el Vado, Pedrezuela, Navacerrada, Santillana, Navalmedio, La Jarosa, Valmayor, La Aceña y Los Morales).

El consumo en los años 2006 y 2007 es el mostrado en la siguiente tabla.

	2006	2007
Consumo de agua	335.545m ³	371.127m ³

Como se puede observar, ha habido un incremento en el consumo de agua del 16,1% que, sin embargo, no ha sido tan elevado como cabría esperar dada la entrada en servicio de 48 nuevas estaciones y 3 depósitos (más la ampliación de uno antiguo), con el consiguiente aumento del número de trenes.

El agua consumida es posteriormente vertida a la red de alcantarillado, siendo previamente depurada la proveniente de la nave de talleres del depósito de Canillejas, donde tiene lugar la mayor parte de la actividad. En ningún caso los vertidos superan los niveles máximos de contaminación permitidos por la legislación, habiéndose incluso reducido la carga contaminante del vertido final por debajo de los límites legales y no afectando a ningún recurso hídrico natural.

Adicionalmente, es importante reseñar que el 80% del agua de lavado de trenes es reciclada y reutilizada en posteriores operaciones.

Ocupación del suelo y afectación a la biodiversidad

El transporte ferroviario suburbano, por sus propias características, es el más eficiente en lo que a ocupación de suelo se refiere.

Así, Metro de Madrid únicamente ocupa en superficie los terrenos destinados a los distintos recintos, cuyas fincas son urbanas (en ningún caso afectan a ecosistemas o hábitats ricos en biodiversidad) y algún tramo de vía que discurre en superficie, así como los distintos accesos a la red. En este contexto, el trazado de la línea 10 entre las estaciones de Lago y Casa de Campo discurre por los terrenos de la Casa de Campo y el viaducto del TFM por el borde de la Laguna del Campillo en el término de Arganda, que es un espacio protegido. En estos casos, la Compañía realiza todas las acciones necesarias para proteger los citados entornos naturales de cualquier impacto derivado de la propia actividad que desarrolla.

A modo de recapitulación, se incluyen a continuación las iniciativas más representativas y logros de mayor entidad conseguidos por Metro de Madrid durante los años 2006 y 2007.

- Promoción del uso de papel reciclado en lugar de papel blanco, de tal forma que un 25% del papel utilizado en oficinas y dependencias (respecto el total DIN-A4 comprado de 80 y 90 gramos) es reciclado o ecológico.
- Aumento de la formación y mejora de la sensibilización medioambiental del personal de Metro de Madrid en un 5% respecto al 2005.

- Inicio de un plan a largo plazo de aprovechamiento de las aguas freáticas de la red de Metro de Madrid.
- Elaboración e Implantación de un plan de mejora para la separación y el acondicionamiento de los residuos en cuatro Depósitos.
- Reducción del riesgo de emisión de R-22 en los equipos de aire acondicionado antiguos en un 5% con respecto a 2005.
- Instalación de papeleras de recogida de periódicos en algunas estaciones para su posterior reciclado.
- Sustitución del serrín por la sepiolita, dada su mayor capacidad de absorción y menor peligrosidad en la mezcla con aceites y grasas.
- Mejora de la gestión del residuo “absorbentes contaminados” a través de la incorporación de trapos reutilizables en vez de eliminables.
- Repoblación de una buena parte de la superficie de los depósitos. Se han plantado 370 árboles en Cuatro Vientos, 38 en Villaverde y 20 en Canillejas. Además, se han instalado 7.000 metros de tubería de riego por goteo, para minimizar el gasto de recursos hídricos en las superficies ajardinadas.
- Autocontrol de emisiones atmosféricas en el Depósito de Canillejas y actualización del inventario de los focos existentes.
- Estudios para la optimización de consumos de agua en depósitos y dependencias.
- Mayor control sobre la actividad de las empresas contratadas por Metro de Madrid (Control del Impacto Ambiental Indirecto).

8.6 Nuestros retos de futuro

Las potenciales acciones de futuro de Metro de Madrid relacionadas con el Medio Ambiente están orientadas a:

- Fomentar la realización de proyectos orientados a optimizar la eficiencia energética en la operación propiamente dicha.
- Reducir las emisiones de CO₂ mediante la ejecución de acciones en las actividades cotidianas. Para esto se hace necesario un alto grado de concienciación de las personas que trabajan en Metro de Madrid, preparándose la ejecución de diversos programas de sensibilización y concienciación.
- Continuar reduciendo el impacto medioambiental, optimizando la gestión de residuos y el reciclaje de los mismos.



Caso de éxito: Sensibilización a la Sociedad

A lo largo de 2006, la Compañía ha desarrollado una campaña de comunicación orientada a empleados, clientes y sociedad en general, con el fin de dar a conocer los principales problemas medioambientales existentes en la actualidad. Se buscaba también la concienciación sobre la importancia de favorecer el Desarrollo Sostenible, así como poner en valor la contribución de la empresa a la sostenibilidad del sistema de transporte en la región.

Esta campaña se ha llevado a cabo en tres fases, cada una de las cuales hace referencia a algún aspecto del Desarrollo Sostenible: Sostenibilidad y Medio Ambiente, Ahorro de Agua y Prevención de Incendios y Calidad del Aire y Contaminación Atmosférica.

Fase I. Sostenibilidad y Medio Ambiente

Se inició en el mes de junio de 2007 con la inauguración de dos exposiciones en las estaciones de Retiro y Chamartín. En estas exposiciones se trataron tres temas fundamentales: qué es y qué implica el cambio climático, cuál es el compromiso de Metro de Madrid con el Desarrollo Sostenible y qué podemos hacer a nivel individual para contribuir al mismo.

La primera de las exposiciones, llevada a cabo desde el 12 de junio hasta el 10 de julio en la estación de Metro de Retiro (Sala Expometro), en la Línea 2, tuvo como lema “El Cambio Climático es nuestra responsabilidad”.

La segunda, con el lema “El futuro de todos es nuestra responsabilidad”, se celebró en la estación de Chamartín desde el 16 de junio hasta el 10 de julio.

Más de 8.000 personas visitaron ambas exposiciones. Todos ellos pudieron dejar constancia de sus inquietudes plasmando sus comentarios en unos paneles colocados a tal efecto bajo el título “Tu Opinión Cuenta”.

También se instalaron en toda la red de Metro, y en prácticamente todos los recintos de la Compañía, carteles y expositores en los cuales se distribuyeron entorno a 400.000 folletos informativos, con el objetivo de concienciar a clientes y empleados acerca de la importancia de contribuir de manera efectiva a la mejora del Medio Ambiente, así como informar acerca de actuaciones concretas que está llevando a cabo Metro de Madrid para contribuir al Desarrollo Sostenible y al cuidado medioambiental. Adicionalmente, se proponían una serie de medidas cotidianas y fáciles de llevar a cabo para fomentar que todos participen en la protección de nuestro entorno.

Destaca el hecho de que los folletos y los carteles elaborados para la campaña a nivel interno, fueron ligeramente distintos a los expuestos en la red de metro, con el fin de hacer más hincapié en aspectos relacionados con la actividad diaria de Metro de Madrid, lo cual puede resultar más interesante para los Empleados, reforzando con ello el conocimiento de los beneficios aportados por la Empresa a la sociedad en el desarrollo de su actividad.



Folletos Informativos: Sostenibilidad es nuestra responsabilidad (para los clientes)

ECONOMÍA

Reduciendo el consumo energético.

- Aprovechando la energía de frenado de los trenes, con un ahorro anual equivalente al consumido por toda la Línea 2.
- Iluminando las escaleras cuando no están en uso.
- Instalando dispositivos de ahorro en iluminación.

Contribuyendo a reducir la congestión en superficie.

- Fomentando el uso de las intercambiadoras. Las 7 estaciones de mayor demanda de Metro se abajan en intercambiadoras.
- Acelerando el Metro a las nuevas demandas científicas.
- Conectando el transporte con los principales centros de negocio, impulsando el desarrollo económico de la Comunidad.

MEDIOAMBIENTE

Reduciendo la contaminación.

- Menos ruido ambiental en superficie.
- Menos emisiones de CO₂ a la atmósfera: 66 g/h por tren a 350 g/h por km del coche.
- Sin tener grandes espacios en superficie, permitiendo así el crecimiento de zonas verdes.

Promoviendo el consumo responsable de agua, papel y otros materiales primos.

- A través de campañas internas de sensibilización para el uso racional de agua, consiguiendo una reducción del 27 % en el consumo.
- Sustituyendo progresivamente el papel blanco por papel reciclado. Está previsto que en 2007 el 25% del papel utilizado será reciclado.

Mejorando la gestión de los residuos.

- Mejorando su selección y clasificación en los centros de origen, a través de sus 8 centros de acopio temporal de residuos (CAT).
- Fomentando su reutilización y reciclado.

SOCIEDAD

Integrando personas y territorios.

- Reducción de tarifas para personas de movilidad reducida. Más accesible de accesibilidad: 97% de estaciones dotadas de plataformas accesibles y 47% de ascensores. 1.587 escaleras mecánicas y 482 ascensores instalados.
- Planes de empleo. Cultura a diez municipios.
- Satisfaciendo las necesidades básicas de acceso a los libros, el trabajo, la educación y el ocio con equidad.

Mejorando de la calidad de vida de las personas.

- Menos accidentes en superficie.
- Más seguridad de las personas.

Impulsando el enriquecimiento cultural

- Biciclotero en 10 estaciones. Más de 40.000 personas y 28.000 coches emitidos en 2005.
- Actos culturales en la red: exposiciones sobre El Quijote, Einstein, Menges, ...
- Promoviendo la literatura.

TU CONTRIBUCIÓN

1. Usa menos el coche. Por cada litro de combustible, se libera una media de 2,5 kg de CO₂.
2. Pasa más tiempo, papel y cartón, plástico y otros. Por cada kg de basura que recibes puedes ahorrar hasta 8 kg de emisiones de CO₂.
3. Menea menos agua caliente. Un 14% de la energía consumida en los hogares europeos se emplea en calentar agua.
4. Programa y apaga la televisión. Si bajas la temperatura sólo 1°C puedes evitar hasta 200 kg de emisiones de CO₂ al año.
5. Planta un árbol. Un árbol de tamaño medio absorbe unos 8 kg de CO₂ al año, por lo que en 40 años absorberá en torno a 290 kg de CO₂.
6. Desconecta completamente la televisión, el DVD, el ordenador o el cargador del móvil cuando no los estás usando. Ahorras cientos de kilogramos de CO₂ al año.

Fuente: Unión Europea.

Exposición temática
El cambio climático es nuestra responsabilidad

ven

Retiro
Folleto Informativo
Audiófono de Retiro - Línea 2
Del 12 de junio al 10 de julio
De 10:00 h. a 20:00 h.

Exposición temática
El futuro de todos es nuestra responsabilidad

ven

Chamartín
Vestíbulo de la estación
Líneas 1 y 10
Del 18 de junio al 10 de julio
De 10:00 h. a 20:00 h.

El Desarrollo Sostenible es aquel que permite satisfacer nuestras necesidades, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas. Acorde a tres ámbitos de actuación:

SOCIEDAD
Metro de Madrid se esfuerza por ofrecer un servicio de calidad, eficiente, seguro y accesible para facilitar una movilidad sostenible.

MEDIO AMBIENTE
Metro de Madrid es una de las alternativas más limpias al vehículo privado, contribuyendo a reducir la contaminación y la congestión del tráfico.

ECONOMÍA
Metro de Madrid contribuye al desarrollo económico de la región, aumentando el empleo de transporte a un coste razonable y con un consumo mínimo de recursos.

Porque lo ayudad es importante y no podemos hacerlo sin él.
Únete a Metro de Madrid en este compromiso.

Porque es nuestra responsabilidad.

algo muy tuyo

sostenibilidad es nuestra responsabilidad

www.metromadrid.es
Número de Cliente 902 444 403

Folleto Informativos: Sostenibilidad es nuestra responsabilidad (para los empleados)

sostenibilidad

es nuestra responsabilidad

ven

No lo tires, piántalo

ven

En Metro de Madrid el desarrollo sostenible ha sido siempre algo muy nuestro. Trabajamos todos los días para llegar a más sitios, respetando nuestro entorno y asegurando nuestro futuro. **Metro de Madrid se mueve a favor de la sostenibilidad, porque es nuestra responsabilidad.**

“El desarrollo sostenible es aquel que permite satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas”

Nuestro futuro común. Informe Brundtland. Naciones Unidas 1987

www.metromadrid.es
Atención al Cliente: 902 444 403

sostenibilidad

es nuestra responsabilidad

ven

No lo tires, recicla

ven

“El metro, creado en sus principios para hacer frente a la congestión del tráfico urbano, ya no se limita a desempeñar la función de una infraestructura de transporte, sino que se ha convertido en una obra urbana estructurada del entorno sobre el que se desarrolla la política de movilidad así como un factor esencial para una mayor calidad de vida”.

UITP. Noviembre 2003

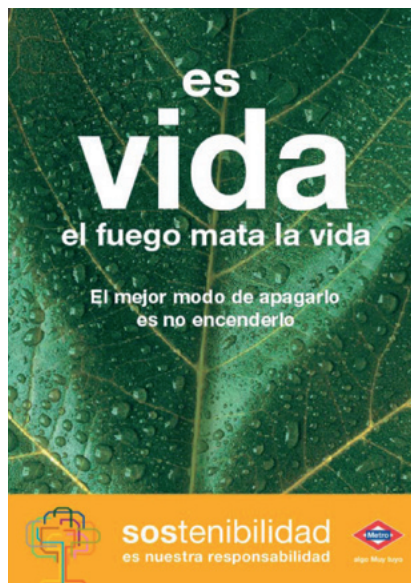
www.metromadrid.es
https://andcentral.metromadrid.net/irj/portal

Expositores colocados en los recintos de Metro de Madrid y en los vestíbulos de algunas estaciones

Fase II. Ahorro de agua y prevención de incendios
Coincidiendo con el periodo estival, esta parte de la campaña se centró en transmitir la necesidad de ahorrar en el consumo del agua y reforzar la prevención de los incendios.

Para ello se colocó diversa cartelería en algunas estaciones y en los recintos de Metro de Madrid en los que en la fase anterior se habían colocado ya los expositores, ayudando con ello a un uso más eficiente de los propios materiales utilizados en la campaña.

Los mensajes transmitidos fueron:



Así mismo, se distribuyeron 120.000 folletos informativos en forma de juego (sopa de letras, tres en raya, parchís y palabras cruzadas).



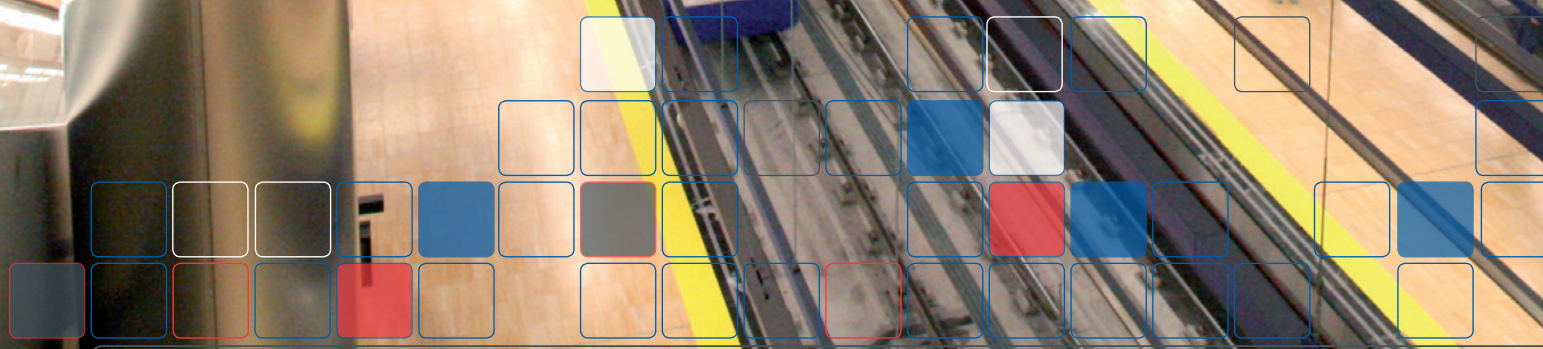
Fase III. Calidad del aire y contaminación atmosférica

Esta última parte se desarrolló entre septiembre y diciembre y giró entorno a la calidad del aire y la contaminación atmosférica.

Al igual que en los casos anteriores, se diseñaron carteles informativos que se colocaron en la red y en los recintos de la Compañía con los mensajes: “El aire mejora gracias a ti. Viajando en Metro reducimos la contaminación” y “Gracias a ti. El aire de Madrid es más limpio”.

También en esta fase se repartieron elementos informativos, en este caso 50.000 en forma de molinillo.





Metro de Madrid y los proveedores

Metro de Madrid considera un factor clave dentro de la búsqueda de la excelencia como servicio de transporte la aportación a su línea de valor realizada por sus proveedores. Es por ello imprescindible que éstos adquieran como propios los mismos pilares de la RC que la Compañía asume: eficiencia económica, medioambiental y social.

Para hacer posible este alineamiento cliente-proveedor es necesario evolucionar el modelo habitual de contratación, siendo necesario promover relaciones a largo plazo y de confianza, de forma que ambas partes actúen como aliadas en la consecución de su triple objetivo.

Este nuevo concepto de colaboración se aplica a cada uno de los subgrupos de proveedores con los que Metro interactúa:

- **Proveedores de energía y combustible:** fundamentalmente energía eléctrica y gasóleo.
- **Proveedores de material móvil.**
- **Proveedores de equipamiento,** entre los que se encuentran los suministradores de máquinas expendedoras de billetes, escaleras mecánicas, recambios, elementos de señalización, sistemas de información, etc.
- **Proveedores de servicios** como seguridad, limpieza, consultoría externa o servicios financieros.

9.1 Nuestros compromisos

Los compromisos de Metro de Madrid con sus proveedores, tal y como se establecieron en la política de RC en 2005 son:

- Establecer relaciones a largo plazo y de confianza para favorecer el desarrollo y calidad de los servicios ofrecidos mediante el trabajo en equipo y el establecimiento de acuerdos ganar-ganar que permitan un beneficio mutuo.
- Exigir los estándares éticos más estrictos en materia económica, social y ambiental en la selección de proveedores.
- Alinear a los proveedores con los objetivos de calidad de Metro de Madrid, de manera que las futuras contrataciones redunden en el beneficio de la Compañía y de los Clientes.

9.2 Nuestras actuaciones

Acuerdos marco

La firma de acuerdos marco con proveedores clave es una de las vías que permite mejorar el modelo de relación con éstos. Como ejemplo cabe citar que Metro de Madrid firmó con su proveedor habitual de equipamiento para frenos, señalización y calefacción un compromiso de suministro a largo plazo.

Este acuerdo, además de asegurar unas condiciones económicas óptimas para la compañía, garantiza un suministro ágil y personalizado de elementos críticos para el correcto funcionamiento de los trenes, evitando las consecuencias de la rotura de stock. Por su parte, el proveedor se asegura un volumen de ventas y puede planificar su producción adecuadamente.

Selección de Proveedores

La política de Metro de Madrid, en cuanto a selección de proveedores, se basa en la elección del más conveniente para la Compañía, previa aplicación de criterios de publicidad, transparencia y concurrencia, de forma que se garantice la igualdad de oportunidades a todos los proveedores de productos, suministro de bienes, ejecución de obras y prestación de servicios.

En este sentido, la Compañía no sólo aplica los criterios y principios recogidos en la ley 48/1998, sobre procedimientos de contratación en los sectores de agua, energía, transportes y telecomunicaciones, sino que añade requisitos adicionales para obtener los más altos niveles de calidad, precio y plazos de entrega con el fin último de asegurar la máxima calidad de servicio a sus clientes.

Así, Metro de Madrid cumple con los criterios que la ley marca para los contratos de obras superiores a 5,2 millones de euros y a contratos de suministros y servicios superiores a 420.000 euros. Además, hace extensibles estos mismos criterios en la medida de lo posible, a todas aquellas actuaciones que superan los 100.000 euros.

Existe un procedimiento de selección de proveedores que, además de cumplir con lo expuesto en la ley 48/1998, anteriormente citada, y en el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por el Real Decreto 2/2000, exige a todas las empresas concursantes en las licitaciones abiertas por Metro de Madrid una acreditación previa, para lo cual es imprescindible el cumplimiento de unos estándares mínimos en criterios objetivos como:

- Certificación en Sistemas de Gestión Medioambiental y de Prevención de Riesgos Laborales.
- Rendimiento financiero.
- Estándares de mano de obra.

De esta forma, Metro de Madrid da un tratamiento especial a aquellos servicios que inciden directamente en la percepción de la calidad por parte del cliente final. A los proveedores de estos servicios se les exige homologación como tal, para lo cual, a los requisitos anteriores se añade la acreditación de experiencia suficiente (a través del Ministerio de Economía y Hacienda) y la evaluación favorable del rendimiento en trabajos anteriores.

Estos aspectos se encuentran recogidos como criterios de búsqueda excluyentes en el sistema proTRANS, sistema de clasificación de proveedores utilizado por la Compañía como soporte en el proceso de gestión de éstos.

Desde principio de 2006, Metro de Madrid ha incorporado adicionalmente en su sistema proTRANS preguntas de respuesta obligatoria para todos sus proveedores de tipo ético, directamente relacionadas con el objetivo de la compañía de búsqueda de la excelencia social, medioambiental y económica. Se solicita información así sobre:

- Firma del Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact) en materia de RSC.
- Disponibilidad de políticas específicas en materia de derechos humanos, derechos laborales, prevención de riesgos y promoción de deberes medioambientales.

	2006	2007
Firmado Pacto de las Naciones Unidas	67 (9%)	104 (12%)
Políticas específicas de Derechos Humanos	260 (33%)	367 (43%)
Total	781	859

Durante el año 2007 estos aspectos se han ampliado dentro de los epígrafes de Medioambiente, Prevención de Riesgos, Ética y Derechos Humanos para totalizar más de 30 preguntas y solicitudes de datos sobre certificaciones obtenidas.

Actualmente se están desarrollando mejoras referentes a asuntos de integración social y diversidad (Ley de Igualdad), y activación del módulo proTRANS de Gestión Medioambiental. Metro de Madrid colabora también activamente en la elaboración de la guía de Compras Responsables en el sector Ferroviario.

En las especificaciones de algunos concursos abiertos por la Organización se está exigiendo, como condición excluyente, requisitos adicionales referentes a temas éticos y de Derechos Humanos.

Adjudicación de contratos

La adjudicación final de un contrato está supeditada siempre a un proceso de evaluación que se basa en parámetros como calidad, plazo de entrega y precio. El peso de cada uno de éstos y otros parámetros varía según las características del servicio a realizar.

En función del objeto del contrato se establecen planes de pago específicos, de forma que puedan realizarse pagos mensuales en servicios continuados, pagos por hitos en avance de obras o pagos totales al término del contrato.

Es también habitual incluir en algunos contratos críticos cláusulas de *bonus* y *malus*, de forma que el proveedor tenga una condición adicional para mantener determinados ratios de eficiencia y al mismo tiempo se vea recompensado por la superación de los objetivos preestablecidos.

Mejora Continua

Metro de Madrid considera clave la mejora continua en la relación con sus proveedores para poder establecer una relación de aliados, imprescindible para la eficiencia social, económica y medioambiental buscada. Esta mejora continua debe darse en las dos partes implicadas, para lo cual se establecen dos líneas de actuación:

a) Análisis del Proveedor: Como fin de los servicios contratados, o durante su ejecución, si tienen carácter continuado, se realiza una evaluación del servicio prestado a Metro.

Esta evaluación permite establecer acciones de mejora en los servicios continuos y proporciona un archivo histórico de evolución de proveedores que se tiene en cuenta a la hora de renovar el parque de empresas colaboradoras.

b) Análisis de Metro de Madrid: En noviembre de 2006 Metro de Madrid realizó una encuesta entre sus proveedores para determinar su nivel de satisfacción y detectar aquellas áreas de mejora que requiriesen una actuación prioritaria. Se pone de manifiesto con esta actuación el carácter de aliados que se busca dar a los proveedores, partiendo del principio de que la mejora en ambas partes redundará en beneficios mutuos.



9.3 Nuestros retos de futuro

En relación con sus proveedores, Metro de Madrid se compromete a:

- Estandarizar la inclusión de criterios éticos en sus procesos de contratación.
- Desarrollar en proTRANS el módulo de gestión Medio Ambiental, especialmente destinado a la mejora del proceso de gestión de residuos en obras.

9.4 Caso de Éxito: Diálogo estable con proveedores (el portal del proveedor y encuesta de satisfacción)

El portal del Proveedor de Metro de Madrid es una herramienta vital para garantizar el libre y equitativo acceso a la información disponible de todas las partes implicadas en el proceso de contratación.

Cabe destacar, como algunas de las utilidades más representativas, aquellas que fortalecen el diálogo con las empresas colaboradoras:

PERFIL DEL CONTRATANTE

Home Mail Web

Instrucción interna para la contratación

Licitaciones en curso

Expediente de licitación	Descripción	Fecha presentación de ofertas	Estado	Fecha de publicación	Última modificación	Más información
6010800156	Limpieza del Material Móvil (Metros Ligeros) y las Instalaciones de Cocheras asociadas a su Mantenimiento	30/07/2008	Abierta Convocatoria	09/07/2008	09/07/2008	Más información
6010800136	Obras de adecuación y mejora de la Estación de Oporto (Línea 5)	29/07/2008	Abierta Convocatoria	27/06/2008	27/06/2008	Más información
6010800133	Mejora del confort de siete estaciones de la Red de Metro de Madrid	24/07/2008	Abierta Convocatoria	27/06/2008	27/06/2008	Más información
6010800144	Actuaciones en depósito de Fuencarral para su adaptación al nuevo Material Móvil de Metro de Madrid	24/07/2008	Abierta Convocatoria	02/07/2008	02/07/2008	Más información

PERFIL DEL CONTRATANTE

Home Mail Web

Instrucción interna para la contratación

Preguntas más frecuentes

- ¿Qué es el Sistema de Clasificación de Proveedores de Metro de Madrid, S.A.?
- ¿Qué es la Homologación de Proveedores en Metro de Madrid, S.A.?
- ¿Cómo contactar con la Unidad de Aprovisionamiento?
- ¿Cómo funciona la Aplicación Informática que permite presentar Ofertas en los Concursos en los que ha sido invitado?
- Al presentar una oferta a través de la herramienta Web SRM, ¿Es necesario que la persona que posea la firma digital sea apoderado/a?
- ¿Cómo puedo comprobar que el certificado digital está instalado correctamente en el ordenador?
- Al intentar presentar una oferta en la Herramienta Web (SRM), me aparece en mensaje "La operación no se puede efectuar, la oferta está bloqueada temporalmente".

Preguntas frecuentes

[« Volver al listado de preguntas »](#)

¿Qué es el Sistema de Clasificación de Proveedores de Metro de Madrid, S.A.?

Metro de Madrid, S.A. dispone de un Registro de Proveedores denominado **proTRANS**, que le permite seleccionar las empresas a invitar a sus licitaciones, tal y como se indica en la [Instrucción Técnica en Materia de Contratación](#). Este registro de proveedores es utilizado como Sistema de Clasificación en virtud de lo expuesto en las Leyes:

- Ley **31/2007**, de 30 de Octubre, sobre procedimientos de contratación en los sectores del agua, la energía, los transportes y los servicios portales.
- Ley **30/2007**, de 30 de Octubre, de Contratos del Sector Público

El mencionado Registro es gestionado por la empresa externa Aquiles España y Portugal, S.L. La actividad principal se basa en la recopilación de determinada información asociada a cada Proveedor (de carácter general, financiero, clasificaciones oficiales...) y la verificación de la misma de acuerdo a las pautas establecidas.

Todos los datos recopilados relativos a cada proveedor están a disposición de los Técnicos de Metro de Madrid, S.A.

PROVEEDORES Y SISTEMA DE CLASIFICACIÓN

```

    graph LR
      A[Proveedor  
(aporta información y documentación)] --> B[proTRANS  
(verifica y registra)]
      B --> C[proTRANS  
(Proveedor Registrado en proTRANS)]
      C --> D[Proveedor Clasificado]
  
```

- Publicación de la Instrucción Interna en materia de contratación.
- Publicación de licitaciones en curso, adjudicaciones pendientes, adjudicaciones realizadas y desiertas.
- Sección de preguntas más frecuentes (contenido actualizado con presentaciones animadas tipo “demos”) y Noticias de Interés.
- Implantación de diversos formularios para canalizar las diversas comunicaciones: Consultas y Sugerencias, Manifestar interés en Participar, Solicitud número de Proveedor Asociado y Excusar participación.

También se ha incorporado la funcionalidad de comunicar las no adjudicaciones de los servicios a aquellas empresas que han presentado propuesta sin ser ésta seleccionada después del correspondiente análisis.

Esta comunicación contempla la posibilidad de establecer un plan de mejora para solventar los posibles problemas así como el seguimiento de las actuaciones implantadas.

Metro de Madrid trabaja en la actualidad en el desarrollo de una herramienta que gestione documentalmente cada una de las retiradas de los residuos que se generan en los contratos de obras, entre otros: autorización del transportista, albaranes de retiradas de residuos, autorizaciones de los gestores de residuos...

La filosofía de orientación al cliente patente en Metro de Madrid lleva al convencimiento de que conocer el nivel de satisfacción de sus proveedores permite identificar posibles aspectos de mejora en la relación mutua, que en último término redundará en un aumento del nivel de calidad del servicio ofrecido a Metro y, con ello, en un mejor servicio ofrecido al cliente final.

Por esa razón Metro de Madrid realizó en 2006 una encuesta entre sus proveedores para evaluar el nivel de satisfacción (calidad percibida). Las empresas encuestadas se dividen en los siguientes grupos:

- Proveedores de material matriculado.** A los que se les compra material referenciado internamente con destino a los almacenes de Metro. Este grupo está constituido por 251 empresas, todas convocadas a la encuesta, de las que 172 enviaron respuesta.
- Proveedores de ejecución de obras y de prestación de servicios.** Este grupo está constituido por 98 empresas, todas convocadas a la encuesta, de las que 58 enviaron respuesta.

Los resultados obtenidos se resumen en la siguiente tabla:

Nivel de Satisfacción Global por fases	Prov. Material Matriculado	Obras y Servicios	Global Ponderado
FASE 1: Petición de Oferta y Concurso	7,7	8	7,8
FASE 2: Pedido / Contrato	7,6	8	7,7
FASE 3: Facturación	7,3	7,2	7,3

La encuesta realizada puso de manifiesto diferentes puntos susceptibles de mejora a juicio de los proveedores, entre los que figuran:

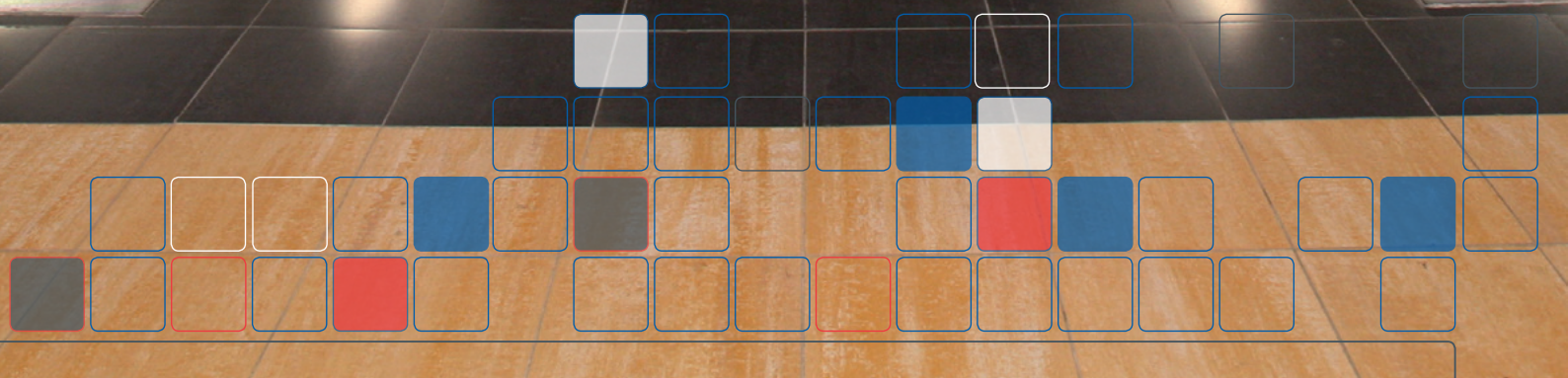
- Forma de pago de Metro de Madrid.
- Solicitud de soporte técnico en la auto-facturación.
- Dificultad para auto-facturar en empresas de tamaño pequeño.

The screenshot displays the 'Detalle del Contrato' page in the 'CONTROLAR-Control de Contratistas' system. The interface includes a navigation menu on the left with 'Menú', 'Ayuda', and 'Salir' buttons. The main content area is divided into several sections:

- Datos del Contratista:** Nombre del Contratista: AQUILES ESPAÑA Y PORTUGAL, S.L. (Nº proTrans: 351150, Nº Interno: 1091).
- Datos del Contrato:** Nivel de Subcontratación: CONTRATISTA. Nº Contrato: 00/00. Estado: CONTRATO EN CURSO - Alta CAE. Dirección Facultativa: EXPLOTACIÓN. Tipo: (empty). Responsable Metro Bilbao: (empty). Fecha Inicio: 20/01/2008. Fecha Fin Prevista: 20/12/2008. Fecha Max. Vigencia: (empty). Subcontratistas: NO. Alta CAE: 10/04/2008. Cierre CAE: (empty). Objeto: (empty).
- Arbol de Subcontratación:** AQUILES ESPAÑA Y PORTUGAL, FICTICIO 1, S.L.
- Documentación Coordinación PREVENCIÓN:**
 - Listado productos químicos
 - Recibí entrega documentación
 - Listado EPIS/EPCs
 - Acta Reunión (16/04/2008)
 - Evaluación de Riesgos
 - Listado equipos de trabajo
- Otros Documentos:**
 - Documentos
 - Personal
 - Presentada autocertificación: SÍ
 - Fecha último aporte de datos: 01/04/2008
 - Acceso a datos de los trabajadores del contrato
 - Acceso a datos de los trabajadores del contratista
- MEDIAMBIENTE (highlighted with a red dashed box and arrow):**
 - Identificación de la Obra
 - Acceso a datos de la obra
 - Libro de Registro Residuos No Peligrosos
 - Acceso a datos de Residuos del contrato
 - Libro de Registro Residuos Peligrosos
 - Acceso a datos de Residuos del contrato



Metro de Madrid considera un factor clave dentro de la búsqueda de la excelencia como servicio de transporte la aportación a su línea de valor realizada por sus proveedores





Metro de Madrid y las Administraciones Públicas

En el caso de Metro de Madrid, por su condición de empresa pública, las Administraciones Públicas juegan un papel esencial como: reguladoras del sistema, tutelares, propietarias y entidades de financiación.

Ayuntamiento y Comunidad de Madrid son los titulares de las acciones de la Compañía. Éstas están cedidas al Consorcio de Transportes de Madrid. Así, es fundamental la interlocución con el Consorcio como gestor integrador de todo el sistema de transporte.

El principal reto de Metro de Madrid en relación a las Administraciones Públicas es garantizar la confianza y la credibilidad de las mismas en la Compañía. Por este motivo, adquiere especial importancia la óptima gestión de todas sus actividades tanto desde un punto de vista de rentabilidad, no sólo económica, sino también social y medioambiental, como de transparencia y ética.

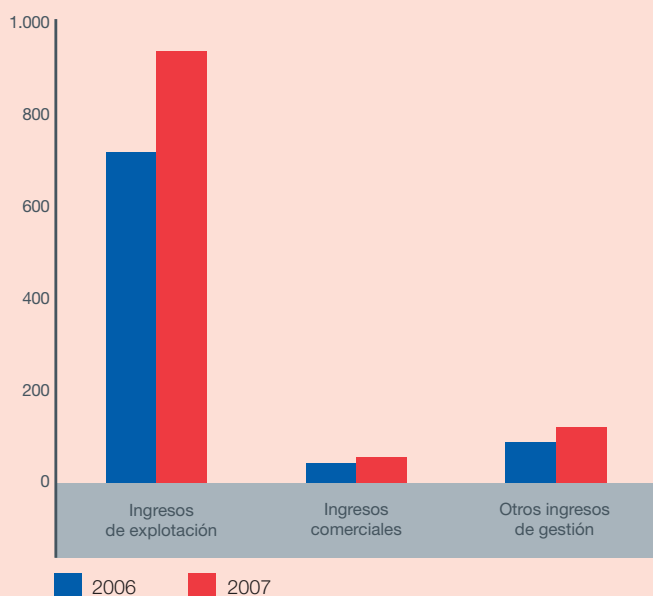
Como se puede observar en las siguientes gráficas y tablas, a lo largo de los años 2006 y 2007, la compañía ha obtenido resultados positivos debido fundamentalmente al aumento de la demanda, con el consiguiente aumento de los ingresos.

Como se ha mencionado con anterioridad, las Administraciones Públicas, en concreto Ayuntamiento y Comunidad de Madrid, incluyen en sus presupuestos las aportaciones necesarias para garantizar la sostenibilidad del sistema de transporte público en general y de metro de Madrid en particular. En este contexto, Metro de Madrid recibe en concepto de ayudas financieras de gobiernos, a través del Consorcio, la subvención de capital. Esta cuantía es variable, dependiendo del presupuesto de inversiones de la Compañía. En 2006 ascendió a 274.326.766 euros, lo que supuso un 87% del presupuesto de Inversiones y en 2007 a 138.082.797 euros, un 84% del citado presupuesto.

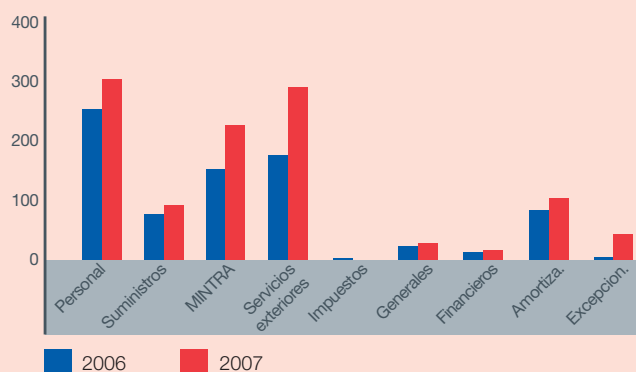
En la siguiente tabla se detallan los importes destinados a acciones inversoras en los ejercicios 2006 y 2007.

CUENTA DE RESULTADOS (en millones de euros)

Ingresos	2006	2007
Ingresos de explotación	717,95	952,05
Ingresos comerciales	20,92	36,50
Otros ingresos de gestión	70,13	115,09
Total ingresos	809	1.103,64



Gastos	2006	2007
Personal	257,32	301,93
Suministros	71,28	87,75
Canon MINTRA	149,42	226,92
Servicios exteriores	170,94	291,30
Impuestos	0,81	-1,28
Generales	19,49	20,55
Financieros	9,69	9,90
Amortizaciones	88,19	104,10
Excepcionales	1,47	35,39
Total gastos	768,61	1.076,56



Presupuesto de inversiones

Acciones inversoras	2006	2007
Material Móvil	30.422.704	21.212.076
Renovación de vías y túneles	11.706.752	4.374.627
Estaciones	176.822.492	39.210.487
Actuaciones en recintos	17.135.796	9.295.318
Energía y subestaciones	12.912.682	18.900.830
Señalización y comunicaciones	46.198.925	35.064.365
Escaleras mecánicas y pasillos rodantes	3.665.439	8.238.846
Instalaciones de seguridad	2.103.595	4.458.383
Talleres y maquinaria diversa	3.427.508	12.280.184
Otras inversiones	11.370.281	10.589.663
Total	315.766.174	163.624.779

10.1 Nuestros compromisos

En relación con las Administraciones Públicas y de acuerdo a la Política de RC, Metro de Madrid se compromete a:

- Colaborar activamente con las Administraciones Públicas en el desarrollo del transporte sostenible, fomentando el uso del transporte público y permitiendo la movilidad necesaria en la región.
- Realizar una gestión transparente, veraz y precisa, velando por el estricto cumplimiento de la legislación y normas vigentes.
- Mantener un espíritu de mejora continua en toda su actividad, fomentando la investigación, el desarrollo y la innovación en los servicios ofrecidos.

10.2 Nuestras actuaciones

Gestión transparente

Metro de Madrid tiene como ejes principales de su gestión la ética y la transparencia.

Además del cumplimiento estricto de la legislación existente, tanto para empresas públicas como para sociedades anónimas, el Consejo de Dirección establece normas de control con el objetivo de lograr una gestión transparente, veraz y precisa. En este contexto, la Compañía está obligada a realizar las auditorías internas (para lo cual dispone de una unidad organizativa específica) y externas a las que obliga la Ley de Sociedades Anónimas, así como a rendir cuentas con la fiscalía de las Administraciones Tutelares (Ayuntamiento de Madrid, Comunidad de Madrid y Consorcio Regional de Transportes).

En línea con lo anterior, Metro de Madrid actúa con el firme deseo de evitar cualquier tipo de corrupción en su gestión, de tal forma que no se ha registrado ningún tipo de incidente relacionado con ella, por lo que no ha sido necesaria la puesta en marcha de medidas concretas. No obstante, la estricta política de auditoría interna actúa como garante de la no aparición de corrupción en el desarrollo de la actividad de Metro de Madrid. Asimismo, es

conveniente reseñar que la Empresa no realiza acciones en contra de la libre competencia.

A lo largo de 2006 y 2007, la Compañía ha sido sancionada por un importe total de 43.000 euros por tres supuestas infracciones de la normativa reguladora de la emisión de ruidos y vibraciones. Estas han sido impugnadas por la compañía por no estar conforme con la infracción, hallándose en la actualidad los procesos judiciales en tramitación.

En lo que se refiere a seguridad e higiene en el trabajo, la Compañía está pendiente de la resolución de una multa por valor de 5.000 euros. Cabe señalar también que en el año 2007 se impuso una sanción de 3.000 euros por incumplimiento de la Ordenanza de Diseño y Gestión de obras en la vía pública.

En cualquier caso, no se ha impuesto ningún tipo de multa a la sociedad por incumplimiento de la normativa reguladora de este sector de actividad (el transporte ferroviario de viajeros).

El compromiso de transparencia y ética va más allá de la propia gestión de la Compañía. Así, Metro de Madrid tiene contratadas la publicidad y las actividades promocionales y patrocinios con agencias de comunicación que se rigen por estrictos estándares éticos, materializados en códigos de conducta. Es de destacar que en el periodo 2006-2007 no se ha recibido ninguna denuncia respecto a estas actividades.

Políticas públicas

Metro de Madrid, por la propia actividad que desempeña y como eje vertebrador del transporte público en la Región, es un instrumento de gran relevancia social. No obstante, la Compañía se mantiene al margen en el terreno político, no participando en políticas públicas ni realizando ningún tipo de aportación a partidos ni a instituciones de carácter político.

No obstante y tal y como se ha expuesto anteriormente, es reseñable en el terreno público la aportación que la Organización hace al desarrollo sostenible en sus tres dimensiones, principalmente la social y la ambiental, así como el impulso dado a la innovación en el ámbito tecnológico y de gestión.

10.3 Nuestros retos de futuro

Metro de Madrid se compromete en los próximos años a seguir garantizando la confianza y la credibilidad de las Administraciones Públicas en la Compañía a través de una mejora continua de la comunicación y el diálogo.

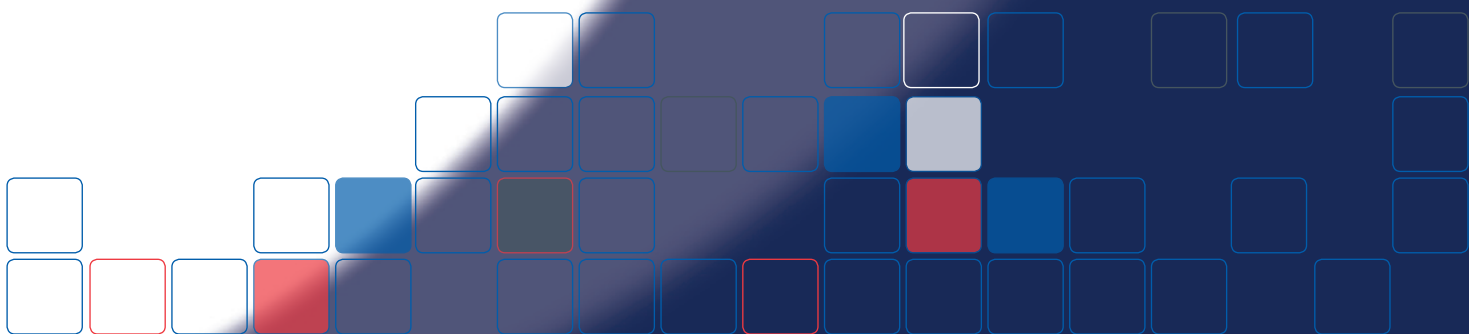
Adicionalmente, en relación con el Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid, la Compañía se compromete a incrementar sus ingresos procedentes de la promoción de líneas de negocio complementarias, diferentes a la actividad principal, con el objetivo de ayudar a dichas Administraciones a la consecución de los retos empresariales de la Compañía con la máxima eficiencia en el uso de los recursos públicos.



“ El principal reto de Metro de Madrid en relación a las Administraciones Públicas es garantizar la confianza y la credibilidad de las mismas en la Compañía ”



Global Reporting Initiative



Anexo 1 Índice del contenido del GRI

Índice de contenidos

1 ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		Páginas
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	4
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	19-21
2 PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		Páginas
2.1	Nombre de la organización.	7
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	7
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	7
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	7
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	7
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	7
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	Nota 1
2.8	Magnitud de la organización informante (número de empleados; productos elaborados/servicios ofrecidos (cantidad o volumen); ventas netas; y capitalización total desglosada en términos de deuda y capital).	7
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	5
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	8-9
3 PARÁMETROS DE LA MEMORIA		Páginas
PERFIL DE LA MEMORIA		
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	5
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	5
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	5
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	5
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA		
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	5
3.6	Cobertura de la memoria.	5
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	5
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Nota 2

3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	5
3.10	Descripción del efecto que pueda tener volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	5
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	5
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI		
3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos Básicos de la Memoria.	65-69
VERIFICACIÓN		
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	70
4	GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GI	Páginas
GOBIERNO		
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	8
4.2	Debe indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	8
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Nota 3
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	15, 25
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	28
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	8
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	Nota 4
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	7; 11-15
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	13-15
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	Nota 5
COMPROMISO CON INICIATIVAS EXTERNAS		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	46
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Nota 6
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entre nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	16

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		Páginas
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	15
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	15
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	15
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	25-60

Indicadores de desempeño

INDICADORES ECONÓMICOS		Páginas
ASPECTO: DESEMPEÑO ECONÓMICO		
EC-01	Valor económico generado y distribuido.	59
EC-02	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	20
EC-03	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	30
EC-04	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	59
ASPECTO: PRESENCIA EN EL MERCADO		
EC-05	Rango de las relaciones entre el salario inicial y estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Nota 7
EC-06	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	53-54
EC-07	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Nota 8
ASPECTO: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS		
EC-08	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	60
EC-09	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	12-24
INDICADORES AMBIENTALES		Páginas
ASPECTO: MATERIALES		
EN-01	Materiales utilizados en peso o en volumen.	Nota 10
EN-02	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Nota 11
ASPECTO: ENERGÍA		
EN-03	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	46
EN-04	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	46-47
EN-05	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	19
EN-06	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	47
EN-07	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	47

ASPECTO: AGUA

EN-08	Captación total de agua por fuentes.	47
EN-09	Fuentes de agua y afectados de manera significativa por la captación de agua.	47-48
EN-10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	48

ASPECTO: BIODIVERSIDAD

EN-11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	48
EN-12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	Nota 12
EN-13	Hábitats protegidos o restaurados.	Nota 13
EN-14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Nota 14
EN-15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	Nota 15

ASPECTO: EMISIÓN, VERTIDOS Y RESIDUOS

EN-16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	46-47
EN-17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	47
EN-18	Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero y las reducciones logradas.	20, 47
EN-19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	Nota 16
EN-20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	47
EN-21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza destino.	Nota 17
EN-22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	47
EN-23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	47
EN-24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	47
EN-25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitat relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	48

ASPECTO: PRODUCTOS Y SERVICIOS

EN-26	Iniciativas para mitigar los impactos medioambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	48
EN-27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	Nota 18

ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO

EN-28	Coste de la multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa medioambiental.	46, 60
-------	--	--------

ASPECTO: TRANSPORTE

EN-29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como el transporte de personal.	Nota 19
-------	---	---------

ASPECTO: GENERAL

EN-30	Desglose por tipo total de gastos e inversiones medioambientales.	46
-------	---	----

INDICADORES LABORALES

Páginas

ASPECTO: EMPLEO

LA-01	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	25-26
LA-02	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	25-26
LA-03	Beneficios sociales para los empleados de jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	29-30

ASPECTO: RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES

LA-04	Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	27-28
LA-05	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	28

ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

LA-06	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad, conjuntos de empresa-empleado, para ayudar a controlar y asesoren sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	30
LA-07	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	30
LA-08	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	33
LA-09	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	30

ASPECTO: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

LA-10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	28
LA-11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	28
LA-12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	28

ASPECTO: RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES

LA-13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	25
LA-14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	28

INDICADORES DE DERECHOS HUMANOS

Páginas

ASPECTO: PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO

HR-01	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Nota 20
HR-02	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	54
HR-03	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Nota 21

ASPECTO: NO DISCRIMINACIÓN

HR-04	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	44
--------------	---	----

ASPECTO: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS

HR-05	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	27
--------------	--	----

ASPECTO: EXPLOTACIÓN INFANTIL

HR-06	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Nota 22
--------------	--	---------

ASPECTO: TRABAJOS FORZADOS

HR-07	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Nota 23
--------------	--	---------

ASPECTO: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD

HR-08	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	33
--------------	--	----

ASPECTO: DERECHOS DE LOS INDÍGENAS

HR-09	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Nota 24
--------------	---	---------

INDICADORES DE SOCIEDAD**Páginas****ASPECTO: PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO**

SO-01	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	44
--------------	---	----

ASPECTO: CORRUPCIÓN

SO-02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Nota 25
--------------	--	---------

SO-03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	Nota 26
--------------	--	---------

SO-04	Medidas tomadas en respuesta a los síntomas de corrupción.	60
--------------	--	----

ASPECTO: POLÍTICA PÚBLICA

SO-05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	60
--------------	---	----

SO-06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	60
--------------	---	----

ASPECTO: COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL

SO-07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	44, 60
--------------	--	--------

ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO

SO-08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	60
--------------	--	----

INDICADORES DE PRODUCTO**Páginas****ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE**

PR-01	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	37-38
--------------	---	-------

PR-02	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes.	38
--------------	--	----

ASPECTO: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

PR-03	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Nota 27
--------------	--	---------

PR-04	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Nota 28
--------------	--	---------

PR-05	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	39
--------------	--	----

ASPECTO: COMUNICACIONES DE MARKETING

PR-06	Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	60
--------------	---	----

PR-07	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	60
--------------	---	----

ASPECTO: COMUNICACIONES DE MARKETING

PR-08	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales del cliente.	37
--------------	---	----

ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO

PR-09	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	60
--------------	--	----

Notas indicadores GRI

- 1-8 Metro de Madrid sólo presta servicio en la Comunidad de Madrid.
- 2 Metro de Madrid no presta servicio en colaboración con ninguna otra entidad.
- 3 Metro de Madrid no tiene estructura directiva unitaria.
- 4-5 No existen en Metro de Madrid procedimientos de este tipo.
- 6 Metro de Madrid no ha desarrollado externamente este tipo de programas.
- 7 Metro de Madrid solo presta servicio en la Comunidad de Madrid. Existen distintos niveles salariales de acuerdo a la categoría profesional.
- 9 Metro de Madrid no realiza inversiones en infraestructura.
- 10-11 Metro de Madrid no utiliza ningún material para el desempeño de su actividad, el transporte de viajeros.
- 12-15 Metro de Madrid no impacta en el desarrollo de su actividad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad.
- 16 No se han realizado mediciones desde 2005.
- 17 No es posible medir las aguas residuales vertidas con los dispositivos de que dispone Metro de Madrid en la actualidad.
- 18 Metro de Madrid no vende ningún producto.
- 19 Metro de Madrid no transporta productos ni bienes materiales.
- 20 Metro de Madrid no dispone de acuerdos de inversión en los que se incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.
- 21 Metro de Madrid no ofrece formación específica en procedimientos relacionados con derechos humanos, aunque se tiene en cuenta en todos los cursos que ofrece.
- 22 Metro de Madrid no realiza ninguna actividad que conlleve un riesgo potencial de explotación infantil.
- 23 Metro de Madrid no realiza ninguna operación que tenga riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido.
- 24 Las actividades de Metro de Madrid no impactan en actividades de los indígenas.
- 25 En las fechas cubiertas por la memoria no se disponía de esta información.
- 26 No hay cursos específicos de formación relacionados con la corrupción, aunque sí hay procedimientos de los que están informados los empleados clave.
- 27-28 No hay normativa relativa a la información requerida acerca del servicio prestado por Metro de Madrid.

Anexo 2 Revisión externa de la Memoria



PricewaterhouseCoopers
Asesores de Negocios, S.L.
Paseo de la Castellana, 43
28046 Madrid
España
Tel.: +34 915 684 400
+34 902 021 111
Fax: +34 913 083 566
www.pwc.com/es

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DE LA MEMORIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2006- 2007 DE METRO DE MADRID, S.A.

A la Dirección de Metro de Madrid, S.A.

Alcance del trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos de la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2006- 2007 de Metro de Madrid, S.A. a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3).

La preparación de la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2006- 2007, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Dirección del Metro de Madrid la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information Limited Assurance Engagements* emitida por el International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y con la Guía de Actuación para los trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de Metro de Madrid que han participado en la elaboración de la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2006- 2007, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que, con carácter general, se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Metro de Madrid para conocer los enfoques de gestión aplicados y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2006- 2007.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2006- 2007 en función del entendimiento del Metro de Madrid de los requerimientos de los grupos de interés descritos en las páginas 12 a 15 de la Memoria.
- Análisis de la adaptación de los contenidos de la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2006- 2007 a lo señalado en la Guía G3 de GRI.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados a cada grupo de indicadores.

- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores principales incluidos en la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2006- 2007 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Metro de Madrid.

El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto la seguridad proporcionada es también menor.

El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusión


Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2006- 2007 del Metro de Madrid contiene errores significativos o no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3).

Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Dirección de Metro de Madrid nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora. Las recomendaciones más significativas se refieren a:

- La publicación de la memoria con carácter anual y en fecha próxima al final del ejercicio cubierto por la Memoria con el objetivo de aumentar el valor de la misma como mecanismo de rendición de cuentas a sus grupos de interés.
- Potenciar la incorporación y consideración de las expectativas de los grupos de interés en la estrategia de RSC de Metro de Madrid, consolidando los sistemas de diálogo y consulta con las partes interesadas.
- Consolidar el funcionamiento de los sistemas y procedimientos establecidos para recopilar, calcular y agregar la información presentada en la Memoria, asegurando que los mismos estén debidamente documentados y comunicados a las áreas participantes en la elaboración de la Memoria.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Metro de Madrid de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo.



Ignacio Fernández
Socio
3 de agosto de 2009

Edición:

© Metro de Madrid, 2008
Cavanilles, 58. 28007 Madrid
Tel.: 902 444 403
www.metromadrid.es

Diseño y maquetación:

MEDIA RESPONSABLE®

La editorial especializada en Responsabilidad Social y Sostenibilidad de las Organizaciones
www.corresponsables.com

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.

