

COMPROMISO DE OTROS NEGOCIOS DE ACCIONA

ACCIONA desarrolla otro tipo de negocios, tales como servicios financieros de gestión de fondos e intermediación bursátil con Bestinver, la producción de vinos de alta calidad por parte de Grupo Bodegas Palacio 1894, la promoción de viviendas mediante ACCIONA Inmobiliaria y el transporte de carga y pasajeros por vía marítima a través de Trasmediterranea.

Otros negocios en 2017

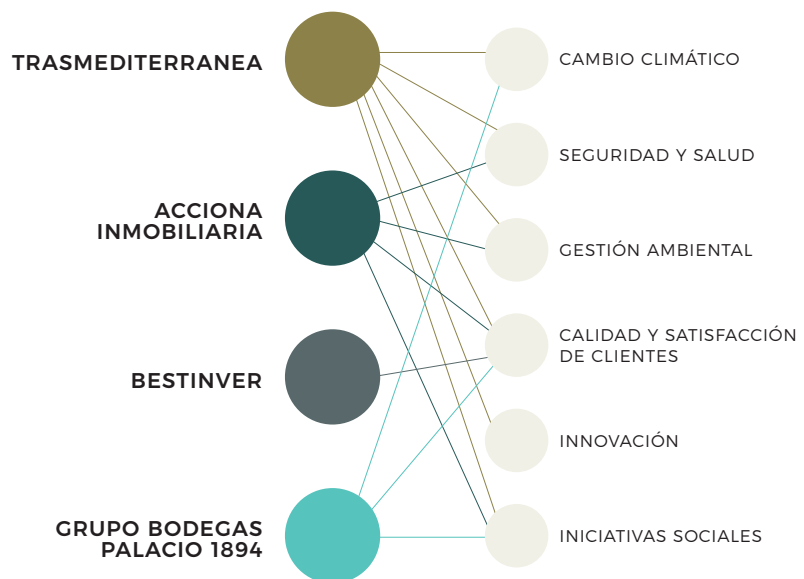
1.750
EMPLEADOS

684,5 M€
CIFRA DE NEGOCIO

133,5 M€
EBITDA

A continuación se detallan los principales asuntos que durante el 2017 han sido identificados como más relevantes para los grupos de interés clave de los negocios. En cada asunto se describe el desempeño en sostenibilidad de cada uno de ellos durante este ejercicio.

DESEMPEÑO EN SOSTENIBILIDAD DE OTROS NEGOCIOS



DESEMPEÑO EN SOSTENIBILIDAD DE BESTINVER EN 2017



Bestinver es una empresa líder en servicios de gestión de fondos de inversión, fondos de pensiones y otras instituciones de inversión colectiva. Bestinver se centra en la obtención de rentabilidades atractivas y sostenibles a través de la construcción de carteras robustas. La alineación de intereses es fundamental ya que tanto inversores como gestores co-invierten con mi mismo objetivo: obtener las mejores rentabilidades posibles a largo plazo. La filosofía de inversión de Bestinver se define de una manera sencilla: 'obtener rentabilidades invirtiendo en compañías infravaloradas a través de un análisis fundamental, una gestión adecuada del riesgo y un horizonte temporal a largo plazo compartido por inversores y gestores'.

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

Bestinver cuenta con un equipo de relación con inversores cuyo objetivo es mantener a los clientes informados en todo momento del estado de sus carteras, así como facilitarles la operativa en los fondos de inversión y de pensiones. El objetivo de Bestinver es aumentar la satisfacción de su base de clientes de manera continua.

En 2017, los clientes que han participado en la encuesta de recomendación y satisfacción han dado una valoración global de satisfacción de 4 sobre 5 sobre los productos y servicios ofrecidos por el negocio. En 2017, se han realizado encuestas de satisfacción y recomendación en las conferencias de Madrid y Barcelona y a través de un estudio que consistió en 1.000 entrevistas telefónicas a inversores.

Además, Bestinver ha medido el grado de recomendación que sus inversores hacen de la compañía, según el indicador NPS a la pregunta: '¿con qué probabilidad recomendaría Bestinver a un amigo o conocido?'; el NPS obtenido ha sido un 38%, es decir, prácticamente un tercio de los clientes son promotores de la compañía.

Este año Bestinver realizó dos conferencias para sus clientes, contando con 492 asistentes en Barcelona y con 726 en la conferencia de Madrid. Además, ha publicado su nueva página web en la que se incluye información sobre los productos de la empresa. Cuenta con un área privada para clientes en la que se pueden realizar operaciones *online* y con la sección 'Escuela de inversión' donde se proporcionan conceptos clave para conocer lo imprescindible a la hora de invertir en fondos de inversión y planes de pensiones.

EN 2017, HA
HABIDO UNA
VALORACIÓN
GLOBAL DE
SATISFACCIÓN
DE 4 SOBRE
5 ACERCA
DE LOS
PRODUCTOS
Y SERVICIOS
OFRECIDOS
POR EL
NEGOCIO

DESEMPEÑO EN SOSTENIBILIDAD DE GRUPO BODEGAS PALACIO 1894 EN 2017



El Grupo Bodegas Palacio 1894 despliega su actividad en la producción y comercialización de vinos en cinco de las denominaciones de origen más prestigiosas de España. Su actividad abastece tanto al mercado nacional, como al internacional, con una presencia de 40 mercados de todo el mundo.

Los pilares fundamentales de su modelo de negocio son la búsqueda constante de la excelencia, el compromiso con el medioambiente, la sostenibilidad y la capacidad de innovación.

CAMBIO CLIMÁTICO

El grupo vitivinícola de ACCIONA ha reducido sus emisiones un 36 % respecto a 2016, habiendo emitido tan solo 267 t CO₂e. Cabe destacar que, al igual que el resto de los negocios del grupo ACCIONA, Grupo Bodegas Palacio 1894 ha participado en la consecución del objetivo de neutralidad en carbono llevando a cabo la compensación de emisiones que ha generado a través de su actividad.

Las bodegas y viñedos del negocio, que desde 2015 consumen exclusivamente electricidad de origen renovable, han explorado nuevas sendas para la reducción de sus emisiones GEI. Algunos ejemplos son:

- La electrificación de procesos de calentamiento de agua para la esterilización de la línea de embotellado en Viña Mayor, que ha permitido reducir sus emisiones en 53 t CO₂e.
- El estudio de alternativas al empleo de gasoil como combustible en Viña Mayor y en Caserío de Dueñas, donde se ha analizado el aprovechamiento de la propia biomasa generada en la actividad.

Además, Bodegas ha seguido trabajando en materia de eficiencia energética, destacando en 2017 actuaciones en Bodegas Peñasal como la mejora del proceso de depuración de aguas residuales (que han logrado reducir su consumo energético en un 30 %) o la optimización del empleo de los distintos equipos de frío en función de la temperatura exterior.

Adicionalmente se han llevado a cabo iniciativas para la reducción de emisiones GEI en su cadena de valor, trabajando en la reducción del peso de las botellas empleadas para dos referencias de vino que sumaron en 2017 una producción de alrededor de 60.000 unidades, incidiendo por tanto en la reducción de energía y emisiones GEI necesarias para su fabricación.

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

Por tercer año consecutivo, Grupo Bodegas Palacio 1894 se ha unido al proyecto social de cocina Gastronomix. Su objetivo es ofrecer una oportunidad formativa en hostelería a 41 jóvenes de entornos vulnerables y ofrecerles una salida profesional.

El grupo ha sido el responsable de acercar de forma didáctica, profesional y responsable la cultura del vino a los 41 jóvenes. Entre otras actividades, se impartió una *masterclass* acerca de los principios del vino, dando a los alumnos herramientas y técnicas aplicables en su día a día en la cantina Gastronomix (conceptos esenciales sobre conservación y servicio, reglas básicas de maridaje, etc.).

GESTIÓN AMBIENTAL: REDUCCIÓN DEL CONSUMO HÍDRICO

El consumo de agua es una de las variables ambientales de mayor relevancia en el negocio de la elaboración de vinos, en 2017 el grupo consumió un 7,7 % del consumo total de agua de ACCIONA. En particular, la propiedad de más de 503,5 hectáreas de viñedo hace de la gestión del recurso hídrico un aspecto estratégico.

Por este motivo, durante 2017 se ha continuado con la implantación de medidas encaminadas a reducir el consumo de agua, tanto en viñedos como en bodegas:

- Continuación del estudio en Caserío de Dueñas sobre el empleo de fertilizantes que aumentan la capacidad de retención de agua en las raíces. Los resultados obtenidos apuntan a ahorros en el consumo de agua del 5 % y 10 %.
- Empleo de mangueras con mayor soporte de presión en el proceso de filtración de vinos en Bodegas Peñascal. Esto permite realizar ciclos de filtrado más largos y reducir el número de limpiezas, ahorrando en torno a 120 m³ anuales de consumo de agua. Ésta y otras medidas de ahorro de agua en esta bodega han permitido un descenso en su consumo del 6,3 % respecto al año anterior.
- Diversas actuaciones recogidas en una plan de minimización de consumo de agua también se han llevado a cabo en la bodega de Viña Mayor, consiguiendo ahorros de hasta un 23 % de agua con respecto a 2016.

COMPROMISO CON LA CALIDAD Y LA SEGURIDAD DEL CLIENTE

El Grupo Bodegas Palacio 1894 trabaja para ofrecer la máxima calidad y seguridad en los productos ofrecidos a sus clientes, así como para fomentar un consumo responsable participando en iniciativas como Wine in Moderation.

Como parte de su compromiso con la mejora continua de la calidad, la gestión ambiental, y la salud de sus clientes, el grupo cuenta con sistemas de gestión certificados en las siguientes normas:

BODEGAS VIÑA
MAYOR OBTUVO
LA CERTIFICACIÓN
WINERIES
FOR CLIMATE
PROTECTION,
CERTIFICACIÓN
ESPECÍFICA DE
SOSTENIBILIDAD
PARA EL SECTOR
DEL VINO

CERTIFICACIONES DEL GRUPO BODEGAS PALACIOS 1894

- **ISO 9001 e ISO 14001:** 100 % de la actividad de producción de vinos (excepto Bodegas Anzil).
- **Wineries for Climate Protection:** primera y única certificación específica para el sector del vino en el ámbito de la sostenibilidad ambiental y lucha contra el cambio climático. Además, Viña Mayor fue la primera bodega con D. O. Ribera de Duero en obtener dicha distinción. La certificación conlleva actuaciones de mejora en procesos que reducen emisiones e incrementan la eficiencia energética de los mismos.
- **Food Safety System Certification (FSSC 22000):** en Bodegas Peñascal, Viña Mayor, Caserío de Dueñas y Bodegas Palacio. Norma internacional de referencia para la gestión de riesgos de seguridad alimentaria en toda la cadena de suministro.
- **ISO 22000:** sistema de gestión de seguridad alimentaria en Bodegas Peñascal, Viña Mayor, Caserío de Dueñas y Bodegas Palacio.

La mejora de la calidad de los productos del grupo tiene un impacto directo sobre la satisfacción del cliente. Cabe destacar que este año el negocio ha mejorado el control de seguridad alimentaria en el proceso de entrada de cisternas de vino.

Durante 2017 se han llevado a cabo varias encuestas para medir la satisfacción de sus clientes (venta directa, exportación, alimentación y HORECA): los resultados muestran un 83 % de clientes satisfechos y un 95 % de los consumidores finales de Grupo Bodegas Palacio recomiendan comprar sus productos. Además, a través del canal HORECA, se realiza anualmente una convención de distribuidores para evaluar los resultados y recabar su opinión sobre nuevos productos.

En 2017 se ha revisado el proceso y el procedimiento de gestión de devoluciones y reclamaciones, mejorando la respuesta a clientes ante una reclamación. El 100% de reclamaciones de los consumidores de venta directa han sido resueltas en un tiempo medio de 1-2 días. Grupo Bodegas Palacio 1894 no tiene constancia de sanciones relacionadas con la seguridad y la calidad de sus productos.

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

La fidelización de clientes es un punto importante para Grupo Bodegas Palacio 1894 y su estrategia se adapta a cada marca, canal y mercado. La innovación y la búsqueda de la mejora continua permiten conseguir vinos de máxima calidad que queda reflejado en los premios y puntuaciones de los críticos y certámenes profesionales de reconocido prestigio. Adicionalmente se mantiene un foco permanente en acciones de promoción, *marketing* y relaciones públicas. En el ejercicio 2017, destacan entre otros: el lanzamiento de la gama de productos bajo la marca La Poda para cubrir la demanda y gustos del público más moderno, las promociones para el Día del Padre y el patrocinio de la Madrid Horse Week.

DESEMPEÑO EN SOSTENIBILIDAD DE ACCIONA INMOBILIARIA EN 2017



Con más de 25 años de experiencia en su sector, ACCIONA inmobiliaria es una de las primeras compañías de promoción y gestión residencial de España, habiendo desarrollado durante su trayectoria más de 9.000 viviendas repartidas por toda España, Portugal, Polonia y México.

Avalada por una sólida experiencia técnica y profesional, la compañía incluye en todas sus promociones criterios de sostenibilidad, siendo uno de sus principales objetivos el desarrollo de proyectos que contribuyan a la conservación del medioambiente y que supongan una reducción de costes y mejora de la calidad de vida de los clientes.

GESTIÓN AMBIENTAL: VIVIENDAS ECOEFICIENTES

Al igual que el resto de los negocios del grupo, ACCIONA Inmobiliaria ha participado en la consecución del objetivo de neutralidad en carbono llevando a cabo la compensación de emisiones que ha generado a través de su actividad. En 2017, las emisiones de gases de efecto invernadero de ACCIONA Inmobiliaria fueron de 1.834 t CO₂e, un 0,15 % del total de ACCIONA.

Uno de los principales objetivos del negocio pasa por el compromiso de trabajar en proyectos que contribuyan a la conservación del medioambiente, apostando con firmeza por la certificación de la sostenibilidad del 100 % de sus nuevas promociones bajo el riguroso esquema BREEAM.

BREEAM evalúa los niveles de sostenibilidad de los edificios tanto en fase de diseño como en fases de ejecución y mantenimiento, permitiendo la certificación en distintos niveles. El objetivo de ACCIONA Inmobiliaria para todas sus promociones es la obtención de niveles Bueno o Muy Bueno.

Durante el presente año el nivel de consecución de este objetivo es del 100% contando con precalificaciones 'Muy bueno' para el 70 % de sus promociones en construcción, y de hasta el 75% para promociones en fase de proyecto, presentando así una evolución positiva con los proyectos actuales.

Además, en su compromiso en la gestión ambiental, el negocio tiene certificadas con ISO 14001 el 100 % de las actividades de promoción inmobiliaria en España.

Reducción del consumo de energía

Las promociones de ACCIONA Inmobiliaria incorporan soluciones de eficiencia energética como el uso de aislamiento térmico mejorado, la generación de calor de modo centralizado mediante calderas de condensación de alto rendimiento, un diseño arquitectónico que optimiza el aprovechamiento de luz natural y de ventilación o el empleo de sensores de presencia e iluminación con tecnología LED. Son por tanto edificios diseñados para minimizar las emisiones de CO₂ asociadas a su consumo operativo de energía, y que mejoran el índice de eficiencia energética del edificio hasta el 65 %.

Reducción del consumo de agua

ACCIONA Inmobiliaria promueve la implantación de medidas que permitan reducir el consumo de agua en sus promociones de viviendas. Entre ellas, destacan el uso de grifería y sanitarios de bajo caudal, que permiten ahorrar entre el 25 % y el 50 % en sanitarios y hasta el 33 % en grifería respecto a los sistemas convencionales. Además, también se implantan otras medidas como el ajardinamiento de las zonas comunes con plantas autóctonas y de baja demanda hídrica.

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

En 2017, ACCIONA Inmobiliaria ha realizado dos grandes encuestas para medir la satisfacción de sus clientes: i) valoración de la satisfacción de los clientes en el negocio de residencial en venta, y ii) encuestas en todas las residencias de estudiantes. Los resultados muestran un 100 % de clientes satisfechos (calificación entre Bueno y Muy bueno) y que el 70 % de los clientes de ACCIONA Inmobiliaria recomendarían la empresa a terceros.

La compañía ha creado nuevos canales de comunicación con clientes con la intención de avanzar en el acercamiento al producto inmobiliario y de mejorar la calidad y cantidad de información que suministra:

- Lanzamiento de una app para la visualización de proyectos inmobiliarios mediante realidad virtual, utilizada por el 30 % de los clientes en 2017.
- Desarrollo de un apartado específico para clientes en la web, disponible para 2018.
- Se ha implementado un CRM (Customer Relationship Management).
- Apertura de perfiles en redes sociales, seguidos por un 50 % de los clientes.

Cabe destacar que el 100 % de las actividades de promoción inmobiliaria en España están certificadas en ISO 9001 y en ISO 14001 y en Polonia están certificadas el 100% en ISO 9001.

TÚ NOS AYUDAS, NOSOTROS AYUDAMOS: INICIATIVA SOLIDARIA PARA RECABAR ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES

En la campaña de encuestas de 2017, ACCIONA Inmobiliaria lanzó una novedosa iniciativa: *Tú nos ayudas, nosotros ayudamos*, en la que la compañía adquirió el compromiso de hacer una donación por cada encuesta de satisfacción respondida por sus clientes, suscribiendo previamente un acuerdo de colaboración solidario con dos organizaciones sin ánimo de lucro, siendo el proyecto más votado el que finalmente recibiría la donación.

Como resultado de esta iniciativa, aumentó la participación en las encuestas por parte de los clientes en casi el doble respecto al anterior período analizado.

SEGURIDAD Y SALUD

La gestión de la seguridad de ACCIONA Inmobiliaria está integrada en toda la estructura organizativa de la empresa. En todos los centros fijos de trabajo existe la figura del Interlocutor con el Servicio de Prevención, el cual realiza una labor de vigilancia de la seguridad y salud. Esto permite una integración real de las funciones preventivas en cada centro de trabajo.

En el ejercicio actual se ha ampliado el círculo de influencia de la cultura preventiva, no solo a los colaboradores, sino incluyendo a los clientes. Se han incorporado en los contratos de las residencias de estudiantes información sobre riesgos del centro e instrucciones sobre prevención y actuación en caso de emergencia. Estas acciones se complementan con charlas sensibilizadoras a todos el personal al inicio del curso escolar.

Cabe destacar como indicador del grado de implantación del sistema de gestión de PRL, el resultado de cero en la cifra del OHS-IF por tercer año consecutivo, lo que evidencia la ausencia de accidentes de trabajo con baja médica.

DESEMPEÑO EN SOSTENIBILIDAD DE TRASMEDITERRANEA EN 2017



Trasmediterranea es la naviera líder en el sector del transporte marítimo español de carga y pasaje, y una de las mayores de Europa. Los compromisos con la sostenibilidad del negocio son:

- Prevenir o minimizar al máximo la contaminación generada por sus actividades y el deterioro de la salud de los trabajadores.
- Promover una formación continua orientada a la oferta de unos servicios que cumplan con los requisitos de sus clientes y fomentar la optimización de los recursos y unas adecuadas prácticas en prevención de riesgos.
- Buscar soluciones innovadoras para mejorar la calidad del servicio y prevenir la contaminación, las lesiones y los daños a la salud.
- Colaborar con los proveedores creando relaciones basadas en la confianza, la lealtad, la transparencia y el respeto mutuo.

GESTIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Trasmediterranea, cuya actividad de transporte de pasajeros y carga está certificada según la norma ISO 14001, define objetivos revisables anualmente para minimizar su impacto en el entorno.

Además, el negocio ha obtenido en 2017 bonificaciones por llevar a cabo actuaciones que fomentan el respeto y la protección del medioambiente, por un importe de 1,7 millones de euros:

- Por sexto año consecutivo, las Autoridades Portuarias han bonificado a Trasmediterranea con una reducción de un 5 % en la 'T1' por las buenas prácticas ambientales en los buques que disponen de certificación ISO 14001.
- Varias estaciones marítimas de Barcelona, Valencia, Cádiz, se han beneficiado de un 15 % de bonificación de la tasa de actividad gracias a la firma de distintos convenios de Buenas Prácticas Ambientales.
- También la compañía se ha beneficiado de una reducción en la tarifa fija de recepción de desechos generados por buques por contar con un sistema de gestión ambiental y un plan de gestión de basuras.

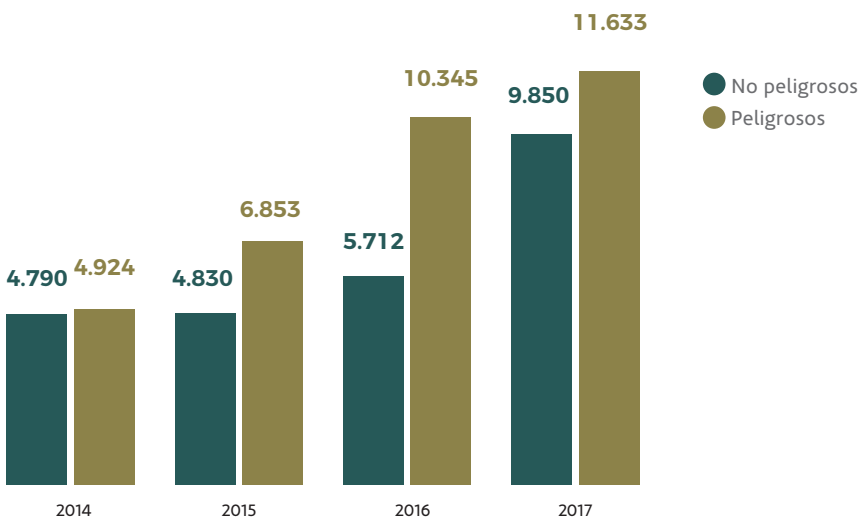
Economía circular: gestión de los residuos

Trasmediterranea ha generado un total de 21.482 t de residuos, siendo 9.850 t no peligrosos y 11.633 t peligrosos. Cabe destacar que el 54 % del total se refiere a MARPOL I, los cuales se envían a valorización en su totalidad. Este es un residuo peligroso compuesto por una mezcla de agua e hidrocarburos que se genera en los buques y es entregado a puerto a un gestor autorizado. La fracción oleosa del residuo se separa y se destina a regeneración del combustible para su puesta de nuevo en el mercado.

EL 99 % DE
LOS RESIDUOS
PELIGROSOS
SE ENVÍAN A
VALORIZAR

FIGURA 1.

Evolución de los residuos generados por Trasmediterranea



Por otro lado, Trasmediterranea realiza labores de concienciación a sus clientes a través de vídeos a bordo sobre el problema de las basuras marinas y su afeción a la biodiversidad, poniendo en valor aspectos como el reciclaje o la correcta gestión de residuos. La campaña está enmarcada en el proyecto 'Voces por una Mar Sana' de la Asociación Ambiente Europeo.

SEGURIDAD Y SALUD

La seguridad y la salud de los empleados es una prioridad para Trasmediterranea. En este sentido, el compromiso de la compañía empieza con la certificación OHSAS 18001. En Trasmediterranea existen dos Comités de seguridad y salud que representan al 100 % de la plantilla.

COMBATIR EL CAMBIO CLIMÁTICO: INNOVACIÓN Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Las emisiones de gases de efecto invernadero de Trasmediterranea, han supuesto 530.625 toneladas, el 44 % de las emisiones totales del grupo en 2017, principalmente por el consumo de combustibles fósiles de los buques.

A lo largo de los últimos años, el negocio ha conseguido reducciones de consumo energético a través de diferentes iniciativas. Cabe destacar las siguientes:

- Pintado de parte de la flota utilizando pinturas que disminuyen el rozamiento con el agua. En 2017 se han pintado dos buques más, consiguiendo un ahorro de 2.700 t CO₂e.
- Rediseño de hélices y actualización del sistema de propulsión de los buques para optimizar su consumo de combustible.
- Sustitución de iluminación tradicional por iluminación de bajo consumo como medida de ecoeficiencia energética, tanto en buques como en terminales marítimas.

EVALUACIÓN DE COLD IRONING PARA LOS BUQUES DE TRASMEDITERRANEA

La conexión de buques a la red eléctrica en puerto o *cold ironing* es una de las medidas que se barajan como iniciativa para reducir las emisiones a la atmósfera.

Durante 2017 se ha trabajado con Puertos del Estado y empresas especializadas en analizar la inversión necesaria en buques, la disponibilidad de conexión en puerto, y la viabilidad económica de la medida. Esta medida tiene un potencial de reducción de entre el 1 % y el 7 % de la generación global de emisiones GEI de la flota (en función del origen de la electricidad contratada) y permitiría la eliminación total de la contaminación por NOx y partículas en puerto.

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD Y AL MEDIOAMBIENTE

Para Trasmediterranea el mar es el medio más importante, por ello están llevando a cabo diferentes iniciativas de sensibilización y protección de la biodiversidad marina. En 2017, cabe destacar dos actividades de colaboración:

Gran limpieza de fondos marinos

Trasmediterranea ha patrocinado la III Gran limpieza de fondos marinos en una treintena de puntos del litoral español. Aproximadamente 1.500 buceadores voluntarios de la Red de Vigilantes Marinos, la mayoría submarinistas implicados en la conservación del medioambiente, han retirado 20 toneladas de basura.

Con esta iniciativa no se pretende únicamente la retirada de residuos nocivos para la naturaleza; además, se busca concienciar a los ciudadanos para que las basuras no lleguen al mar y sí a sus respectivos contenedores de recogida selectiva.

Fundación de Conservación y Recuperación de Animales Marinos: tortuga boba

En colaboración con la Fundación de Conservación y Recuperación de Animales Marinos (CRAM) y a instancias de la Red de Rescate de Fauna Marina de la Generalitat de Cataluña, se ha liberado un ejemplar de tortuga boba que fue apadrinada por la naviera, quien ha financiado todo el proceso de recuperación y la marcación del animal con un dispositivo de seguimiento vía satélite. Esto permitirá conocer su ruta y aumentar el conocimiento que se tiene sobre esta especie catalogada como Vulnerable por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La orientación al cliente es parte clave de la estrategia de Trasmediterranea, buscando ofrecer un servicio de calidad a pasajeros y clientes de carga. En este sentido, todas las actividades de transporte de pasajeros y carga están certificadas en ISO 9001, ISO 14001 y en el Referencial de Calidad de Puertos del Estado.

Además en 2017, su filial Hermes Logística ha conseguido la certificación IFS Logística que acredita que sus servicios cumplen con los requisitos del sistema de seguridad alimentaria promovido por la Asociación de Distribuidores e Industrias (IFS) para su actividad de almacenamiento a temperatura controlada de productos alimenticios en dos centros en España.

En 2017 se ha implantado una nueva herramienta de gestión de las relaciones con el cliente (CRM, por sus siglas en inglés) que tiene, entre otros, los siguientes objetivos:

- Mejorar el acceso a la información de clientes (única y centralizada).
- Mejorar la relación con los clientes, ofreciéndoles lo que realmente quieren en cada momento, y fidelizándoles.
- Crear el departamento de CRM Marketing Cliente y Fidelización, dependiente del área de Experiencia de Cliente.

En 2017, las encuestas de satisfacción muestran un 100 % de clientes satisfechos. En cuanto a fidelización, Trasmediterranea ha sido la única naviera española en sumarse al programa de fidelización europeo *Miles Attack*, dedicado a agentes de viajes.

EL CLIENTE EN EL CENTRO: POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

En 2017, se ha creado el grupo de trabajo 'Experiencia de Cliente' formado por personal de distintas áreas de la compañía (Servicios a bordo, Marketing, Recursos Humanos, Calidad, Comercial y Flota) con el objeto de implementar cambios que supusieran una mejora patente para los clientes. Los principales resultados han sido la contratación del servicio 'cliente misterioso' (persona que se hace pasar por un cliente para evaluar la calidad de la atención de incógnito) y la instalación de dispositivos happy or not (dispositivos electrónicos compuestos por cuatro botones que indican, desde el verde al rojo, el grado de conformidad ante el servicio); el cliente solo tiene que pulsar y la evaluación se realiza en tiempo real a bordo de buques y estaciones marítimas.

Asimismo, las encuestas de satisfacción se han lanzado a través del CRM, lo que ha ayudado a duplicar el número de encuestas respondidas.