



El Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa (*)

(*) Elaborat en 2003

La fita principal del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa és establir unes directrius de gestió amb la finalitat de garantir uns principis ètics i de respecte a les persones i al medi ambient.

Els objectius específics que s'han establert en el Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa coincideixen amb les línies estratègiques marcades:

- 1. Minimitzar l'impacte ambiental**
- 2. Garantir la transparència amb la comunitat inversora**
- 3. Assegurar la motivació i la implicació dels recursos humans en la millora contínua de l'empresa**
- 4. Mantenir una relació estreta amb el client i garantir-ne la satisfacció**
- 5. Estendre el compromís de Responsabilitat social a proveïdors i empreses subcontractades**
- 6. Implicar-se amb la comunitat i el teixit social**
- 7. Fomentar i sistematitzar els canals de diàleg**
- 8. Garantir el seguiment i control de la implantació del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa**

Cada línia estratègica es desenvolupa en diverses accions, algunes de les quals són d'aplicació general per a tot les empreses del grup i d'altres són específiques per als diferents sectors d'activitat¹.

Línia estratègica 1: minimitzar l'impacte ambiental

Un aspecte fonamental que inclou la Responsabilitat Social és el respecte al medi ambient. De fet, és una de les tres premisses del desenvolupament sostenible: "... prosperitat econòmica, qualitat ambiental i equitat social. Les empreses que persegueixen la sostenibilitat no poden passar comptes d'un sol resultat financer, sinó d'un triple balanç" (Elkington, 1997).

Qualsevol activitat produeix un impacte, en major o menor mesura, sobre el medi. Per minimitzar aquest impacte, un primer pas és identificar-lo i avaluar-lo per tal d'establir, posteriorment, les millores necessàries.

Tant la identificació i avaluació com la posterior implantació de millores, són accions que tenen en compte aquesta línia estratègica i que, juntament amb el

¹ En aquest Pla no s'han inclòs accions específiques per al sector d'aeroports.

fet de disposar d'un registre de legislació ambiental que afecta a l'activitat i de garantir-ne el compliment i actualització, formen part del procés d'implantació d'un sistema de gestió ambiental per a totes les empreses de la Corporació.

D'altra banda, també es proposen accions concretes per millorar la gestió ambiental en els diferents sectors d'activitat. Algunes ja s'estan portant a terme i, per tant cal ampliar-ne o potenciar-ne la implantació; d'altres representen nous reptes per millorar la gestió ambiental.

Línia estratègica 1	Minimitzar l'impacte ambiental
Àmbit	Accions
General	<ul style="list-style-type: none"> 1.1. Identificar i avaluar els principals impactes ambientals de l'activitat. 1.2. Establir objectius de millora per reduir els impactes ambientals de l'activitat. 1.3. Disposar d'un registre de legislació ambiental que afecti a l'activitat i garantir-ne el compliment i l'actualització. 1.4. Portar el control sistemàtic del consum d'aigua i d'energia i de la producció de residus. 1.5. Gestionar els residus adequadament. 1.6. Optimitzar el consum d'energia.
Autopistes	<ul style="list-style-type: none"> 1.7. Gestionar la diversitat forestal de les autopistes. 1.8. Difondre el valor forestal i paisatgístic a l'usuari. 1.9. Ampliar l'oferta de Teletac. 1.10. Ampliar la recollida d'aigües residuals per autocars i caravanes. 1.11. Assegurar una correcta gestió de les aigües residuals generades per la pròpia activitat. 1.12. Realitzar diagnòstics-auditories energètiques a les diferents instal·lacions. 1.13. Elaborar un mapa d'impacte acústic del trànsit de les autopistes.
Aparcaments	<ul style="list-style-type: none"> 1.14. Assegurar uns nivells òptims de qualitat de l'aire interior. 1.15. Col·laborar en projectes de <i>CarSharing</i>. 1.16. Facilitar l'aparcament de bicicletes. 1.17. Realitzar diagnòstics-auditories energètiques a les diferents instal·lacions.
Telecomunicacions	<ul style="list-style-type: none"> Seguir les mesures establertes per Tradia en el seu sistema de gestió ambiental segons la norma ISO 14001.
Serveis a la logística	<ul style="list-style-type: none"> Ateses les característiques d'aquesta àrea d'activitat, cal centrar els esforços a involucrar els clients operadors en la gestió respectuosa amb el medi ambient (vegeu acció 4.5.).



Línia estratègica 2: garantir la transparència amb la comunitat inversora

Aquesta línia estratègica és d'aplicació per part de la Corporació, atès que és la que cotitza a borsa i, per tant, qui té relació amb la comunitat inversora.

Inclou tots els aspectes relatius al govern corporatiu regulats per la nova llei de transparència, així com també les recomanacions del Codi Olivencia i de l'Informe Aldama, malgrat que aquestes no són prescriptives.

També es fa referència al diàleg per tal de trobar els canals idonis que garanteixin el *feedback* amb la comunitat inversora.

Línia estratègica 2	Garantir la transparència amb la comunitat inversora
Àmbit	Accions
Corporació	<ul style="list-style-type: none">2.1. Complir la normativa sobre transparència i seguir les recomanacions del Codi Olivencia i de l'Informe Aldama.2.2. Garantir una comunicació bidireccional amb la comunitat inversora.2.3. Disposar d'un sistema d'avaluació, aplicació i seguiment de les opinions i demandes de la comunitat inversora.

Línia estratègica 3: assegurar la motivació i la implicació dels recursos humans en la millora contínua de l'empresa

L'objectiu d'**abertis** envers l'equip professional de prop de 6.000 persones – entre la Corporació i les seves societats participades – és oferir un centre de treball per al desenvolupament professional i personal.

Per aquest motiu, s'inclouen en aquest punt aspectes com la no-discriminació; la formació contínua; la gestió participativa; l'equilibri entre treball, família i oci; la salut i seguretat en el treball, i l'ètica empresarial.

S'ha pres com a referent la norma internacional SA 8000 que, mitjançant un sistema de gestió verificable, es centra específicament en la relació amb el treballador.

Línia estratègica 3	Assegurar la motivació i la implicació dels recursos humans en la millora contínua de l'empresa
Àmbit	Accions
<p style="text-align: center;">General</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3.1. Incrementar la representació femenina. 3.2. Assegurar la contractació de personal discapacitat. 3.3. Valorar les necessitats formatives de tot el personal i elaborar un pla de formació anual que inclogui aspectes de Responsabilitat Social Corporativa en les jornades formatives. 3.4. Impartir formació a les noves incorporacions amb relació als compromisos amb la Responsabilitat Social Corporativa. 3.5. Desenvolupar un sistema de gestió del compliment d'objectius. 3.6. Desenvolupar un sistema per incentivar la participació del treballador amb suggeriments. 3.7. Adoptar mesures per a la conciliació de treball-família-oci. 3.8. Garantir la coherència i la igualtat d'oportunitats i la no-discriminació. 3.9. Vetllar per l'estabilitat de la plantilla. 3.10. Avaluar el grau de satisfacció del treballador. 3.11. Aplicar les mesures (ergonòmiques, d'espai, de material, d'equipament, etc.) necessàries per garantir un bon clima de treball. 3.12. Assegurar les mesures bàsiques de salut, seguretat i prevenció de riscos. 3.13. Fomentar entre els treballadors les bones pràctiques ambientals a la llar. 3.14. Elaborar un codi ètic per al treballador. 3.15. Treballar per complir els requisits que estableix la norma SA 8000.

Línia estratègica 4: mantenir una relació estreta amb el client i garantir-li la satisfacció.

Oferir excel·lència en la qualitat de serveis als clients ha estat i continua sent un dels objectius bàsics i essencials de l'activitat d'**abertis**. Per això, una de les línies estratègiques en aquest Pla de Responsabilitat Social fa referència específicament a la relació amb els clients per garantir el diàleg, la transparència i la seva satisfacció.

Línia estratègica 4		Mantenir una relació estreta amb el client i garantir-li la satisfacció
Àmbit	Accions	
General	<ul style="list-style-type: none"> 4.1. Avaluar el grau de satisfacció del client. 4.2. Comunicar, de manera clara i transparent, tota la informació relativa al producte o servei que s'ofereix. 4.3. Fomentar les bones pràctiques ambientals entre els clients. 	
Autopistes i aparcaments	<ul style="list-style-type: none"> 4.4. Emprendre o augmentar la col·laboració en campanyes per reduir la sinistralitat a les carreteres, mitjançant l'edició de fullets o amb la inserció de missatges als diferents canals d'informació existents (web, servei radiofònic, panells a les vies). 	
Telecomunicacions	Les mateixes accions esmentades en l'àmbit general.	
Serveis a la logística	<ul style="list-style-type: none"> 4.5. Establir requisits ambientals i socials als clients; i portar-ne el control de compliment. 	

Línia estratègica 5: fer extensiu el compromís de Responsabilitat Social a proveïdors i empreses subcontractades

Perquè el compromís amb la Responsabilitat Social sigui efectiu, cal incorporar-hi les empreses proveïdores i subcontractades, ja que desenvolupen una part important de l'activitat de les empreses del grup. És per aquesta raó que es planteja com a objectiu fer extensiu el compromís que té **abertis** amb la Responsabilitat Social a la cadena de subministrament.

Per això, s'estableixen uns criteris ambientals i socials de selecció de productes i serveis que permeten prioritzar productes i proveïdors, i establir requisits, tant en l'àmbit de la gestió ambiental, com en la relació amb el treballador.

Línia estratègica 5		Fer extensiu el compromís de Responsabilitat Social a proveïdors i empreses subcontractades
Àmbit	Accions	
General	<ul style="list-style-type: none"> 5.1. Homologar els productes de compra segons els criteris ambientals i socials establerts. 5.2. Introduir requisits, segons els criteris establerts, a les clàusules de contractació. 5.3. Establir un sistema d'avaluació de proveïdors i empreses subcontractades, segons els criteris establerts en el punt anterior. 	

Línia estratègica 6: implicar-se amb la comunitat i el teixit social

Aquesta línia inclou el què es coneix per "acció social", que fa referència a un ampli ventall d'accions, des del diàleg amb la comunitat fins a la inversió monetària o en espècies (temps, serveis), donacions, patrocini i mecenatge.

L'acció social s'ha portat a terme àmpliament des de les diferents empreses del grup. Amb la redacció del Pla de Patrocini i Acció Social es pretén vehicular tot el patrocini i l'acció social a través de la **fundació abertis**, per bé que es mantenen algunes actuacions de patrocini i acció social amb la comunitat local per part de les empreses participades,.

Línia estratègica 6		Implicar-se amb la comunitat i el teixit social
Àmbit	Accions	
General	<ul style="list-style-type: none"> 6.1. Desenvolupar un sistema de comunicació per millorar el diàleg amb la comunitat local. 6.2. Ser membre actiu de les associacions i col·lectius propers. 6.3. Elaborar un Pla de Patrocini i Acció Social i un Manual de patrocini. 	

Línia estratègica 7: fomentar i sistematitzar els canals de diàleg

La Responsabilitat Social té inherent el concepte d'implicació i diàleg amb les parts interessades² (*stakeholders*). Les línies estratègiques anteriors tracten específicament de les diferents parts interessades identificades per **abertis** (comunitat inversora, treballadors, clients, proveïdors i empreses subcontractades, comunitat). Però el diàleg amb aquests interlocutors es considera prou important com per definir una línia estratègica específica en el Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa que englobi tots els aspectes relatius a implicació de les parts interessades.

És important destacar les connotacions de la paraula "diàleg" que expressa comunicació bidireccional. Per tant, l'objectiu final és establir els canals que permetin no només comunicar, sinó també, i essencialment, rebre informació i obtenir un retorn dels diferents interlocutors.

Línia estratègica 7	Fomentar i sistematitzar els canals de diàleg
Àmbit	Accions
General	<ul style="list-style-type: none"> 7.1. Desenvolupar un pla de comunicació per donar a conèixer el Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa a totes les parts interessades i potencialment interessades, que contribueixi a la seva implantació. 7.2. Garantir que les empreses participades disposin d'un interlocutor de comunicació. 7.3. Sistematitzar les relacions internes de comunicació. 7.4. Incrementar els continguts d'informació relativa a Responsabilitat Social en els canals de comunicació existents. 7.5. Crear, dins de cada empresa, canals de comunicació bidireccionals específics amb els treballadors. 7.6. Establir un programa d'activitats extralaborals per al treballador. 7.7. Crear un grup de treball per fomentar el diàleg amb els treballadors. 7.8. Assegurar que cada empresa disposa d'un sistema formalment establert de recollida de consultes i suggeriments dels clients, com també de mecanismes de resposta, seguiment i registre. 7.9. Assegurar l'existència d'un interlocutor de relacions institucionals a totes les empreses participades. 7.10. Crear incentius des de les empreses participades per fomentar el diàleg amb les parts interessades (treballadors, clients, comunitat local).

² S'entén per parts interessades aquells grups que afecten i/o estan afectats per l'organització i les seves activitats. Inclou: propietaris, accionistes, treballadors, clients, col·laboradors, proveïdors i empreses subcontractades, comunitat i mitjans de comunicació.

Línia estratègica 8: garantir el seguiment i control de la implantació del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa

Aquesta línia estratègica estableix els mecanismes interns d'organització que han de permetre implantar el Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa mitjançant un sistema de seguiment i control que s'autoalimenta i permet garantir una millora contínua.

En aquest sentit, s'estableix la Unitat de Responsabilitat Social com a òrgan de coordinació i seguiment del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa; s'assigna un responsable-dinamitzador per a cadascuna de les empreses del grup; i es requereix el control i seguiment periòdic a partir dels indicadors que es determinen per a cadascuna de les accions, que seran els que permetran elaborar les memòries anuals de sostenibilitat i realitzar un seguiment de l'evolució de la implantació del Pla.

Línia estratègica 8	Garantir el seguiment i control de la implantació del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa
Àmbit	Accions
<p style="text-align: center;">General</p>	<ul style="list-style-type: none"> 8.1. Establir la Unitat de Responsabilitat Social com a òrgan de coordinació i seguiment del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa, que actuarà d'interlocutor entre les empreses participades i la Corporació. 8.2. Assignar a cadascuna de les empreses participades un dinamitzador del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa. 8.3. Actualitzar les dades dels indicadors amb la periodicitat que s'estableixi en cada cas. 8.4. Reportar els resultats dels indicadors de cada empresa a la Unitat de Responsabilitat Social, per tal que aquesta pugui elaborar el triple balanç. 8.5. Valorar la repercussió de la implantació del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa. 8.6. Crear una plataforma del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa.