



El Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa(*)

(*) Elaborado en 2003



La meta principal del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa es establecer unas directrices de gestión con el fin de garantizar unos principios éticos y de respeto a las personas y al medio ambiente.

Los objetivos específicos que se han establecido en el Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa coinciden con las líneas estratégicas marcadas:

- 1. Minimizar el impacto ambiental**
- 2. Garantizar la transparencia con la comunidad inversora**
- 3. Asegurar la motivación y la implicación de los recursos humanos en la mejora continua de la empresa**
- 4. Mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción**
- 5. Extender el compromiso de Responsabilidad social a proveedores y empresas subcontratadas**
- 6. Implicarse con la comunidad y en el tejido social**
- 7. Fomentar y sistematizar los canales de diálogo**
- 8. Garantizar el seguimiento y control de la implantación del Plan estratégico de Responsabilidad social corporativa**

Cada línea estratégica se desarrolla en varias acciones, algunas de las cuales son de aplicación general para todas las empresas del grupo y otras específicas para los diferentes sectores de actividad¹.

Línea estratégica 1: minimizar el impacto ambiental

Un aspecto fundamental que incluye la responsabilidad social es el respeto al medio ambiente. De hecho, es una de las tres premisas del desarrollo sostenible: "... prosperidad económica, calidad ambiental y equidad social. Las empresas que persiguen la sostenibilidad no pueden dar cuentas de un solo resultado financiero, sino de un triple balance" (Elkington, 1997).

Cualquier actividad tiene un impacto, en mayor o menor medida, sobre el medio. Para minimizar este impacto, un primer paso es identificarlo y evaluarlo, para establecer posteriormente las mejoras necesarias.

Tanto la identificación y evaluación, como la posterior implantación de mejoras, son acciones que contempla esta línea estratégica y que, juntamente con la acción de disponer de un registro de legislación ambiental que afecta a la

¹ En este Plan no se incluyen acciones específicas para el sector de aeropuertos.

actividad y de garantizar su cumplimiento y actualización, forman parte del proceso de implantación de un sistema de gestión ambiental para todas las empresas de la Corporación.

Por otro lado, se proponen también acciones concretas para mejorar la gestión ambiental en los diferentes sectores de actividad. Algunas de ellas ya se están llevando a cabo y, por lo tanto, es necesario ampliar o potenciar su implantación; otras representan nuevos retos para mejorar la gestión ambiental.

Línea estratégica 1	Minimizar el impacto ambiental
Ámbito	Acciones
General	<ul style="list-style-type: none"> 1.1. Identificar y evaluar los principales impactos ambientales de la actividad. 1.2. Establecer objetivos de mejora para reducir los impactos ambientales de la actividad. 1.3. Disponer de un registro de legislación ambiental que afecte a la actividad y garantizar su cumplimiento y actualización. 1.4. Llevar el control sistemático del consumo de agua y de energía y de la producción de residuos. 1.5. Gestionar los residuos adecuadamente. 1.6. Optimizar el consumo de energía.
Autopistas	<ul style="list-style-type: none"> 1.7. Gestionar la diversidad forestal de les autopistas. 1.8. Difundir el valor forestal y paisajístico al usuario. 1.9. Ampliar la oferta de Teletac. 1.10. Ampliar la recogida de aguas residuales para autocares y caravanas. 1.11. Asegurar una correcta gestión de las aguas residuales generadas por la propia actividad. 1.12. Realizar diagnósticos-auditorías energéticas en las distintas instalaciones. 1.13. Elaborar un mapa de impacto acústico del tráfico de las autopistas.
Aparcamientos	<ul style="list-style-type: none"> 1.14. Asegurar unos niveles óptimos de calidad del aire interior. 1.15. Colaborar en proyectos de <i>CarSharing</i>. 1.16. Facilitar el aparcamiento de bicicletas. 1.17. Realizar diagnósticos-auditorías energéticas en las distintas instalaciones.
Telecomunicaciones	Seguir las medidas establecidas por Tradia en su sistema de gestión ambiental según la norma ISO 14001.
Servicios a la logística	Dadas las características de esta área de actividad, hay que centrar los esfuerzos en involucrar a los clientes operadores en la gestión respetuosa con el medio ambiente (ver acción 4.5.).



Línea estratégica 2: garantizar la transparencia con la comunidad inversora

Esta línea estratégica es de aplicación por parte de la Corporación, debido a que es la que cotiza en bolsa y, por lo tanto, la que tiene relación con la comunidad inversora.

Incluye todos los aspectos relativos a gobierno corporativo regulados por la nueva ley de transparencia, así como también las recomendaciones del *Código Olivencia* y del *Informe Aldama*, a pesar de que en este caso no son prescriptivas.

También se hace referencia al diálogo, con el objetivo de encontrar los canales idóneos que garanticen el *feed-back* con la comunidad inversora.

Línea estratégica 2	Garantizar la transparencia con la comunidad inversora
Ámbito	Acciones
Corporación	<ul style="list-style-type: none">2.1. Cumplir la normativa sobre transparencia y seguir las recomendaciones del <i>Código Olivencia</i> y del <i>Informe Aldama</i>.2.2. Garantizar una comunicación bidireccional con la comunidad inversora.2.3. Disponer de un sistema de evaluación, aplicación y seguimiento de las opiniones y demandas de la comunidad inversora.

Línea estratégica 3: asegurar la motivación y la implicación de los recursos humanos en la mejora continua de la empresa

El objetivo de **abertis** para el equipo profesional de cerca de 6.000 personas –entre la Corporación y sus sociedades participadas– es ofrecer un centro de trabajo para el desarrollo profesional y personal.

Por este motivo, se incluyen en este punto aspectos como la no discriminación; la formación continua; la gestión participativa; el equilibrio entre trabajo, familia y ocio; la salud y seguridad en el trabajo, y la ética empresarial.

Se ha tomado como referente la norma internacional SA 8000 que, mediante un sistema de gestión verificable, se centra específicamente en la relación con el trabajador.

Línea estratégica 3	Asegurar la motivación y la implicación de los recursos humanos en la mejora continua de la empresa
Ámbito	Acciones
<p style="text-align: center;">General</p>	<ul style="list-style-type: none"> 3.1. Incrementar la representación femenina. 3.2. Asegurar la contratación de personal discapacitado. 3.3. Valorar las necesidades formativas de todo el personal y elaborar un plan de formación anual que incluya aspectos de Responsabilidad social corporativa en las jornadas formativas. 3.4. Impartir formación a las nuevas incorporaciones en relación a los compromisos con la Responsabilidad social corporativa. 3.5. Desarrollar un sistema de gestión del cumplimiento de objetivos. 3.6. Desarrollar un sistema para incentivar la participación del trabajador con sugerencias. 3.7. Adoptar medidas para la conciliación de trabajo-familia-ocio. 3.8. Garantizar la coherencia y la igualdad de oportunidades y la no discriminación. 3.9. Velar por la estabilidad de la plantilla. 3.10. Evaluar el grado de satisfacción del trabajador. 3.11. Aplicar las medidas (ergonómicas, de espacio, de material, de equipamiento, etc.) necesarias para garantizar un buen clima de trabajo. 3.12. Asegurar las medidas básicas de salud, seguridad y prevención de riesgos. 3.13. Fomentar las buenas prácticas ambientales en el hogar entre los trabajadores. 3.14. Elaborar un código ético para el trabajador. 3.15. Trabajar para cumplir los requisitos que establece la norma SA 8000.

Línea estratégica 4: mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción

Ofrecer excelencia en la calidad de servicios a los clientes ha sido y sigue siendo uno de los objetivos básicos y esenciales de la actividad de **abertis**. Por ello, una de las líneas estratégicas en este Plan de Responsabilidad social hace referencia específicamente a la relación con los clientes, para garantizar el diálogo, la transparencia y su satisfacción.

Línea estratégica 4		Mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción
Ámbito	Acciones	
General	<ul style="list-style-type: none"> 4.1. Evaluar el grado de satisfacción del cliente. 4.2. Comunicar de manera clara y transparente toda la información relativa al producto o servicio que se ofrece. 4.3. Fomentar las buenas prácticas ambientales entre los clientes. 	
Autopistas y aparcamientos	<ul style="list-style-type: none"> 4.4. Empezar o aumentar la colaboración en campañas para reducir la siniestralidad en las carreteras, mediante la edición de folletos o con la inserción de mensajes en los diferentes canales de información existentes (web, servicio radiofónico, paneles en las vías). 	
Telecomunicaciones	Las mismas acciones mencionadas en el ámbito general.	
Servicios a la logística	<ul style="list-style-type: none"> 4.5. Establecer requisitos ambientales y sociales a los clientes y llevar el control de su cumplimiento. 	

Línea estratégica 5: extender el compromiso de Responsabilidad social a proveedores y empresas subcontratadas

Para que el compromiso con la responsabilidad social sea efectivo hay que involucrar a las empresas proveedoras y subcontratadas, ya que desarrollan una parte importante de la actividad de las empresas del grupo. Por este motivo se plantea como objetivo extender el compromiso que tiene **abertis** con la Responsabilidad social a la cadena de suministro.

Para ello, se establecen unos criterios ambientales y sociales de selección de productos y servicios que permiten priorizar productos y proveedores y establecer requisitos, tanto en el ámbito de la gestión ambiental, como en la relación con el trabajador.

Línea estratégica 5	Extender el compromiso de Responsabilidad social a proveedores y empresas subcontratadas
Ámbito	Acciones
General	<ul style="list-style-type: none"> 5.1. Homologar los productos de compra según los criterios ambientales y sociales establecidos. 5.2. Introducir requisitos, según los criterios establecidos, en las cláusulas de contratación. 5.3. Establecer un sistema de evaluación de proveedores y empresas subcontratadas, según los criterios establecidos en el punto anterior.

Línea estratégica 6: implicarse con la comunidad y el tejido social

Esta línea incluye lo que se conoce por “acción social”, que hace referencia a una amplia gama de acciones, desde el diálogo con la comunidad hasta la inversión monetaria o en especies (tiempo, servicios), donaciones, patrocinio y mecenazgo.

La acción social se ha llevado a cabo ampliamente desde las diferentes empresas del grupo. Con la redacción del Plan de Patrocinio y Acción Social se pretende vehicular todo el patrocinio y la acción social a través de la **fundación abertis**, si bien se mantienen algunas actuaciones de patrocinio y acción social por parte de las empresas participadas con la comunidad local.

Línea estratégica 6	Implicarse con la comunidad y el tejido social
Ámbito	Acciones
General	<ul style="list-style-type: none"> 6.1. Desarrollar un sistema de comunicación para mejorar el diálogo con la comunidad local. 6.2. Ser miembro activo de las asociaciones y colectivos próximos. 6.3. Elaborar un Plan de Patrocinio y Acción Social y un Manual de patrocinio.

Línea estratégica 7: fomentar y sistematizar los canales de diálogo

La Responsabilidad social lleva inherente el concepto de implicación y diálogo con las partes interesadas² (*stakeholders*). Las líneas estratégicas anteriores tratan específicamente de las diferentes partes interesadas identificadas por **abertis** (comunidad inversora, trabajadores, clientes, proveedores y empresas subcontratadas, comunidad). Pero el diálogo con estos interlocutores se considera suficientemente importante como para definir una línea estratégica específica en el Plan Estratégico de Responsabilidad social corporativa que englobe todos los aspectos relativos a implicación de las partes interesadas.

Es importante destacar las connotaciones de la palabra “diálogo”, que expresa comunicación bidireccional. Por lo tanto, el objetivo final es establecer los canales que permitan no sólo comunicar, sino también, y esencialmente, recibir información y obtener un retorno de los diferentes interlocutores.

Línea estratégica 7	Fomentar y sistematizar los canales de diálogo
Ámbito	Acciones
<p style="text-align: center;">General</p>	<ul style="list-style-type: none"> 7.1. Desarrollar un plan de comunicación para dar a conocer el Plan Estratégico de Responsabilidad social corporativa a todas las partes interesadas y potencialmente interesadas, que contribuya a su implantación. 7.2. Garantizar que las empresas participadas dispongan de un interlocutor de comunicación. 7.3. Sistematizar las relaciones internas de comunicación. 7.4. Incrementar los contenidos de información relativa a Responsabilidad social en los canales de comunicación existentes. 7.5. Crear, dentro de cada empresa, canales de comunicación bidireccionales específicos con los trabajadores. 7.6. Establecer un programa de actividades extralaborales para el trabajador. 7.7. Crear un grupo de trabajo para fomentar el diálogo con los trabajadores. 7.8. Asegurar que cada empresa dispone de un sistema formalmente establecido de recogida de consultas y sugerencias de los clientes, así como mecanismos de respuesta, seguimiento y registro de éstos. 7.9. Asegurar la existencia de un interlocutor de relaciones institucionales en todas las empresas participadas. 7.10. Crear incentivos desde las empresas participadas para fomentar el diálogo con las partes interesadas (trabajadores, clientes, comunidad local).

² Se entiende por partes interesadas aquellos grupos que afectan y/o están afectados por la organización y sus actividades. Incluye: propietarios, accionistas, trabajadores, clientes, colaboradores, proveedores y empresas subcontratadas, comunidad, medios de comunicación.

Línea estratégica 8: garantizar el seguimiento y control de la implantación del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa

Esta línea estratégica establece los mecanismos internos de organización que deben permitir implantar el Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa mediante un sistema de seguimiento y control que se autoalimenta y permite garantizar una mejora continua.

En este sentido, se establece la Unidad de Responsabilidad Social como órgano de coordinación y seguimiento del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa; se asigna un responsable-dinamizador para cada una de las empresas del grupo y se requiere el control y seguimiento periódico a partir de los indicadores que se determinen para cada una de las acciones, que serán los que permitirán elaborar las memorias de sostenibilidad anuales y hacer un seguimiento de la evolución de la implantación del Plan.

Línea estratégica 8	Garantizar el seguimiento y control de la implantación del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa
Ámbito	Acciones
General	<ul style="list-style-type: none"> 8.1. Establecer la Unidad de Responsabilidad Social como órgano de coordinación y seguimiento del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa, siendo el interlocutor entre las empresas participadas y la Corporación. 8.2. Asignar a cada una de las empresas participadas un dinamizador del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa. 8.3. Actualizar los datos de los indicadores con la periodicidad que se establezca en cada caso. 8.4. Reportar los resultados de los indicadores de cada empresa a la Unidad de Responsabilidad Social, con el fin que ésta pueda elaborar el triple balance. 8.5. Valorar la repercusión de la implantación del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa. 8.6. Crear una plataforma del Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa.