

# PLA ESTRATÈGIC DE RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA

## BMC TRAVEL 2015

### 1.1 Metodologia

L'empresa BMC Travel ha anat incorporant aspectes ambientals i de Responsabilitat Social a través de diverses accions dirigides a millorar el Medi Ambient, els serveis, les relacions amb les parts interessades del seu entorn social i les condicions dels treballadors.

La voluntat de l'empresa és continuar amb aquesta política que garanteix un compromís i una gestió de BMC Travel d'acord amb els principis ètics i de respecte a les persones i al medi ambient.

En aquest marc, BMC Travel està treballant en l'elaboració d'un Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa amb la finalitat d'establir les línies d'actuació de l'Empresa en relació amb aquest tema i garantir la millora contínua.

Així doncs, el Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa és el resultat de treball realitzat per BMC Travel durant els últims mesos, així com el seu compromís de seguir treballant i millorant en aquest àmbit. Per tant, bona part dels continguts de l'informe de Responsabilitat Social d'aquest període corresponen a l'estructura, els objectius i les accions concretes previstes en aquest Pla.

Per a l'elaboració del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa s'han tingut en compte diversos referents:

- Guia 2002 del Global Reporting Initiative, que marca les pautes per elaborar un informe de Sostenibilitat o un balanç social. Aquesta memòria inclou molts dels indicadors que proposa la guia.
- Norma SA 8000, centrada bàsicament en la relació amb els treballadors i empreses proveïdores i subcontractades.
- Llibre Verd de la Unió Europea (2001) i posteriorment Comunicació (2002), que estableix el marc del que ha de ser la Responsabilitat Social i proporciona diferents recomanacions.

Si bé aquests instruments han servit de base per a l'elaboració del Pla, l'estructura de l'Empresa i de les seves àrees d'activitat, han requerit un Pla Estratègic de Responsabilitat Social fet a mesura, que té en compte totes les peculiaritats.

## **1.2 Meta i Objectius**

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

Les conseqüències de la implantació del Pla són:

- **Homogeneïtzació:** Garantir que tota l'empresa en el seu conjunt avança en el seu compromís amb la societat i l'entorn.
- **Sistematització:** Algunes accions s'han dut a terme amb molt encert de forma intuïtiva, però la planificació i descripció detallada donen més garanties d'èxit.
- **Millora contínua:** El control i seguiment de les accions, mitjançant indicadors, ja siguin quantitatius o qualitatius, permet retroalimentar el sistema i garantir la millora contínua.

## 1.3 Línies Estratègiques

### 1.3.1 Mantenir una estreta relació amb el client i garantir la seva satisfacció

Oferir excel·lència en la qualitat de servei als clients ha estat i segueix sent un dels objectius bàsics i essencials de l'activitat de BMC Travel. 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.

Accions:

- Avaluar el grau de satisfacció del client.
- Comunicar de manera clara i transparent tota la informació relativa al producte o servei que s'ofereix.
- Fomentar les bones pràctiques ambientals entre els clients.
- Emprendre o augmentar la col·laboració a les campanyes per a organitzacions no governamentals i sense ànim de lucre mitjançant l'edició de fullets o amb la inserció de missatges als diferents canals d'informació existents (web, newsletters, etc ...).

### 1.3.2 Minimitzar l'impacte ambiental

Un aspecte fonamental que inclou la Responsabilitat Social és el respecte al medi ambient. Qualsevol activitat produeix un impacte, en major o menor mesura, sobre el mitjà. Per minimitzar aquest impacte, un primer pas és identificar-ho i avaluar-ho, per establir posteriorment les millores necessàries.

En aquest apartat, es proposen accions concretes per millorar-ne la gestió ambiental. Algunes d'elles ja s'estan duent a terme i, per tant, és necessari ampliar o potenciar la seva implantació; unes altres representen nous reptes per a la millora de la gestió ambiental.

Accions:

- Identificar i avaluar els principals impactes ambientals de l'activitat.
- Establir objectius de millora per reduir els impactes ambientals de l'activitat.
- Portar els control sistemàtic del consum d'aigua, d'energia i de la producció de residus.
- Gestionar els residus adequadament.
- Optimitzar el consum d'energia.

### **1.3.3 Assegurar la motivació i la implicació dels recursos humans en la millora contínua de l'empresa**

L'objectiu de BMC Travel per a l'equip professional de més de 70 persones 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.

Accions:

- 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.
- Impartir formació a les noves incorporacions en relació amb els compromisos de Responsabilitat Social Corporativa.
- Desenvolupar un sistema per incentivar la participació del treballador amb suggeriments.
- Adoptar mesures per a la conciliació treball-família-oci.
- Garantir la coherència i la igualtat d'oportunitats i la no discriminació.
- Vetllar per l'estabilitat de la plantilla.
- Avaluar el grau de satisfacció del treballador.

- Aplicar mesures (ergonòmiques, d'espai, de material, d'equipament, etc.) necessàries per garantir un bon clima de treball.
- Assegurar les mesures bàsiques de salut, seguretat i prevenció de riscos.

#### **1.3.4 Estendre el compromís de Responsabilitat Social a proveïdors i empreses subcontractades.**

Perquè el compromís amb la Responsabilitat Social sigui efectiu cal involucrar a les empreses proveïdores i subcontractades, ja que desenvolupen una part important de l'activitat de l'empresa. Per aquest motiu es planteja com a objectiu estendre el compromís que té BMC Travel amb la Responsabilitat Social a la cadena de subministrament.

Per aquest motiu, 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.

Accions:

- Introduir requisits, segons els criteris establerts, en les clàusules de contractació.
- Establir un sistema d'avaluació de proveïdors i empreses subcontractades, segons els criteris establerts en el punt anterior.

#### **1.3.5 Implicar-se amb la comunitat i el teixit social**

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

Accions:

- Desenvolupar un sistema de comunicació per millorar el diàleg amb la comunitat local.
- Ser membre actiu de les associacions i col·lectius propers.

### **1.3.6 Fomentar i sistematitzar els canals de diàleg**

La Responsabilitat Social porta inherent el concepte d'implicació i diàleg de totes les parts que forma BMC Travel com a empresa. 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.

Accions:

- Desenvolupar un pla de comunicació per donar a conèixer el Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa a totes les parts interessades i potencialment interessades, amb la finalitat de contribuir a la seva implantació.
- Sistematitzar les relacions internes de comunicació.
- Incrementar els continguts d'informació relativa a Responsabilitat Social Corporativa en tots els canals de comunicació existents.
- Crear, dins de l'empresa, canals de comunicació bidireccionals específics pels treballadors.
- Crear grups de treball per fomentar el diàleg amb els treballadors.
- Assegurar que BMC Travel disposa d'un sistema formalment establert de recollida de consultes i suggeriments dels clients, així com mecanismes de resposta, seguiment i registre de les mateixes.
- Crear incentius per fomentar el diàleg entre les parts interessades.

### **1.3.7 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 es retroalimenta i permet garantir una millora contínua.

En aquest sentit, es requereix el control i seguiment periòdic a partir dels indicadors que es determinin per a cadascuna de les accions, que seran els que permetran dur a terme un seguiment de l'evolució de la implantació del Pla.

Accions:

- Assignar diferents responsables que vetllin per al seguiment del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa.
- Actualitzar les dades dels indicadors amb la periodicitat que s'estableixi en cada cas.
- Valorar la repercussió de la implantació del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa.
- Crear un equip impulsor del Pla Estratègic de Responsabilitat Social Corporativa.

