

Una empresa no solo debe entender la responsabilidad social como un mero reparto de sus beneficios, si no y sobre todo, en la responsabilidad de la generación de los mismos



Qué significa ser **socialmente responsable**

Por Marcos Arenas, director de RR.HH y Procesos en Autocares Julián de Castro

SER SOCIALMENTE responsable no es simplemente decidir cómo se invierten los beneficios en diferentes acciones de patrocinio, intervenciones en programas sociales y demás ayudas económicas o servicios gratuitos. También lo es ver cómo se producen dichos beneficios, es decir, si la actividad empresarial se desarrolla de forma sostenible y teniendo en cuenta su impacto en la sociedad y en el medio en el que se interactúa y del que se forma parte.

Realmente, ser socialmente responsable no es simplemente caer en la filantropía y cumplir con la ley, sino ir más allá, atendiendo a



las necesidades de los grupos de interés, invirtiendo en capital humano, cuidando el medioambiente, protegiendo la integridad de nuestros viajeros y la seguridad de nuestros empleados, atender las necesidades de empleo o trabajo de las personas que viven en los municipios por donde despliegan su actividad... De hecho, es fundamental conocer cuáles son sus necesidades, para una vez detectadas, evaluarlas y priorizarlas, llevando a cabo planes de acción que las cubran en términos sociales, económicos y medioambientales.

En el caso concreto de la empresa, Autocares Julián de Castro, S.A., lleva desplegando desde hace varios años un Plan de Calidad que atiende los requisitos detectados de sus viajeros en materia de confortabilidad, accesibilidad, cumplimiento de horario, etc., un Plan de Seguridad Vial a fin de eliminar las causas y consecuencias de los accidentes viales, un Plan de Modernización que minimice su impacto ambiental en cuanto a emisiones de gases efecto invernadero, un Plan de Igualdad que elimine las barreras de entrada y desarrollo en cuanto a diferencias de género y mejore la conciliación con la vida personal y profesional, y todo ello, poniendo en marcha las herramientas de las que disponen en materia de formación y selección, planificación financiera, transparencia y buen gobierno corporativo, comunicación e información, y en general, que tanto en la confección de su estrategia, como en la organización y el desempeño de los procesos y planes de acción no sólo se encuentre previsto atender a un mero objetivo económico, necesario para la supervivencia de esta entidad y de las familias que la componen, sino que se atienda a todos los ámbitos de responsabilidad, incluidas las necesidades de las nuevas generaciones.

Un ejemplo de su compromiso real y duradero durante este año, ha sido la incorporación como firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (<http://compactlink.pactomundial.org/>), en el cual ya ha enviado su informe de progreso, la certificación de sus procesos y actividades en la norma internacional IQNet SR 10 de Sistemas de gestión de la responsabilidad Social en las empresas (www.aenor.es), el registro de su huella de carbono en la Oficina de Cambio Climático (www.magrama.gob.es) o la próxima publicación de su Código Ético y buenas prácticas en su nueva página web, con un canal de denuncias.

Autocares Julián de Castro lleva años desarrollando un Plan de Calidad para atender necesidades de sus viajeros, un Plan de Seguridad Vial a fin de eliminar los accidentes viales, un Plan de Modernización que minimice el impacto ambiental y un Plan de Igualdad que elimine las diferencias de género

