

ACCID

Associació
Catalana de
Comptabilitat i
Direcció

V Jornada

Vic, 1 de juny de 2018
Universitat de Vic

UVIC
UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

Responsabilitat Social Corporativa en les empreses de transport de viatgers

Núria Arimany-Serrat; Anna Sabata-Aliberch; Clara de Uribe Salazar

nuria.arimany@uvic.cat; annam.sabata@uvic.cat; clara.uribe@uvic.cat

Universitat de Vic – Universitat Central de Catalunya

- 1. Introducció**
- 2. Revisió Literatura**
- 3. Estàndards**
- 4. BusMet**
- 5. Anàlisi dels indicadors financers**
- 6. Anàlisi dels indicadors no financers (web i qüestionari)**
- 7. Conclusions**

1. Introducció

Les empreses de transports de viatgers generen un impacte econòmic i ambiental important en la nostra societat; en aquest estudi s'analitza la informació financera i no financera (Responsabilitat Social Corporativa) d'empreses de transport de la zona metropolitana de Barcelona.

La metodologia utilitzada és l'anàlisi d'estats financers i l'anàlisi web respecte als indicadors no financers de les empreses BusMet.

Finalment el buidatge d'un qüestionari junt amb la metodologia exploratòria detallada permeten arribar a unes conclusions.

2. Revisió Literatura

L'estudi evidència la posició competitiva de les empreses objecte d'estudi (De la Cuesta, 2006) i identifica indicadors financers i no financers com en altres estudis (Curras et al. 2009).

Els indicadors no financers són els indicadors ambientals, socials i de govern corporatiu reconeguts en altres treballs (Lizcano et al. 2017) obtinguts dels webs de les empreses BusMet.

La transparència (Targesson et al. 2009) i la RSC empresarial (Piñeiro et al. 2009; Rodríguez i García de Madariaga, 2011) s'ha analitzat en sintonia amb la literatura existent.

Alguns indicadors no financers es valoren a partir de les certificacions ISO com en estudis previs (Benner i Veloso, 2008; Gray et al. 2015; Link i Naverh, 2006).

3. Estàndards

Alguns dels estàndards analitzats als webs:

- ISO 9001 que fa referència a la gestió de la qualitat, aspecte molt important per les empreses per poder-se diferenciar dels seus competidors.
- ISO 14001 que fa referència a la gestió mediambiental, promovent la protecció del medi ambient així com la prevenció de la contaminació.
- OHSAS 18001 que fa referència a la gestió de seguretat i salut en el treball, permetent a les empreses controlar el risc de cada un dels llocs de treball.
- ISO 26000 que dóna guies a com les empreses i organitzacions podent operar d'una manera socialment responsable.

4. BusMet

- A l'Àrea Metropolitana de Barcelona, només 3 empreses de transport de viatgers tenien subvencions i les restants empreses havien perdut el 50% del mercat. Sense subvencions no es podia renovar el parc automobilístic, ni millorar el servei, ni millorar el preu del bitllet.
- Arran d'aquesta situació el president de la patronal del sector decideix crear la marca BusMet.

Públic Objectiu

Administracions (autonòmica i locals).

Directius i empleats de les companyies de transport.

Mitjans de comunicació.

Clients (100.000/ dia).

Clients potencials (ciutadans).

Objectiu empresarial de la patronal

- Increment de la quota de mercat mitjançant (restauració parades, marquesines, renovació flotes, millora servei).
- Formar part del sistema d'Integració Tarifària.
- Incrementar el número de passatgers.

Objectiu empresarial de la patronal

- Donar a conèixer les 22 empreses com a servei públic mereixedor d'un millor tracte per part de les Administracions Públiques.
- Aconseguir que clients i mitjans de comunicació identifiquin les 22 empreses de transport públic de l'àrea metropolitana.
- Convèncer a les autoritats de la necessitat de la subvenció per renovar la flota i aconseguir els objectius empresarials.

Estratègia de comunicació

- Constituir un organisme unitari BusMet (marca de les 22 empreses per posicionar-se).
- Agrupar les 22 empreses amb un Pla de Comunicació Interna (cohesió dels directius, objectius comuns i transparència amb treballadors).
- Convèncer a les autoritats de la necessitat de la subvenció per renovar la flota i aconseguir els objectius empresarials.
- Identitat visual (amb creació gràfica i manual d'aplicació de la marca junt amb l'elaboració d'un eslògan **BusMet et porta de porta a porta**).

ACCID

Associació
Catalana de
Comptabilitat i
Direcció

V Jornada

Vic, 1 de juny de 2018

Universitat de Vic

UVIC
UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

Creació d'una nova marca

Bus Metropolità

BusMet

Et porta de porta a porta

BusMet a l'origen (22 companyies, 164 municipis, 100.000 viatgers/dia, 1.500 empleats; 460 vehicles de flota).

Cohesió de grups (Realització d'un I.S.O.R.S a l'Assamblea General de BusMet; Determinar objectius, estratègies i actuacions a realitzar).

Lobbying (Entrevistes amb administracions públiques, amb administracions locals i amb administracions comarcals).

Relació amb els mitjans (Presentació de la marca; Carta informativa de BusMet i invitació al Dia de l'Auto Reflexió; Entrevistes amb membres de BusMet).

Organització d'un acte pel dia d'Autoreflexió (Entrega de la carta informativa i d'un obsequi a administracions públiques, mitjans de comunicació i clients de BusMet).

Patrocini (Adjunt la carta informativa s'entrega un Chupa Chups Capuccino, també la marca ofereix l'estat del trànsit a algunes ràdios).

Actuacions Desenvolupades (Comunicació de crisi, Comunicació Interna, Identitat Visual; Campanya de ràdio Local; Relació amb els mitjans; Organització de l'acte).

Resultats (Subvencions i contracte programa de l'ATM; BusMet es tingut en compte per les administracions públiques; conveni amb l'ATM per formar part del sistema d'integració tarifària; BusMet present a les informacions viàries de les emissores de ràdio).

Reconeixement (Premi Top Ten del Club de Marketing de Barcelona; Campanya efectiva del Festival Internacional de Nova York).

5. Anàlisi dels indicadors financers en el període 2008-2016

- Acceptable liquidesa de les empreses BusMet
- Acceptable endeutament de les empreses BusMet
- Alta i creixent rendibilitat financera i econòmica de les empreses BusMet
- Creixement equilibrat de les empreses BusMet (bona gestió d'actius i despeses; gestió financera prudent).

6. Anàlisi dels indicadors no financers

- Cap web BusMet recull indicadors de govern corporatiu
- Un 50% dels webs BusMet no contempla indicadors no financers, tot i tenir, algunes certificacions.
- Un 16% dels webs BusMet contempla les emissions contaminants i generació de residus.
- Un 11% dels webs BusMet contempla dades de consum d'energia i aigua.
- Els webs BusMet que contemplen indicadors no financers en un 25% presenten certificacions.

7. Conclusions

- Els indicadors financers de les empreses BusMet assenyalen bona salut econòmica i financera.
- Cal millorar en els webs de les empreses BusMet els indicadors no financers.
- El qüestionari de RSC a les empreses de Moventia posa en evidència que és un grup innovador i amb valors que conseqüentment disposa d'un Pla estratègic de RSC segons la ISO 26000 amb voluntat d'una millora continua.

ACCID

Associació
Catalana de
Comptabilitat i
Direcció

V Jornada

Vic, 1 de juny de 2018

Universitat de Vic

UVIC
UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

Moltes gràcies !!!