



LA COMUNICACIÓN RESPONSABLE

El compromiso de TMB con la sostenibilidad

Área de Comunicación y Relaciones Institucionales



TMB: Una empresa socialmente responsable

- El uso del transporte público es uno de los pilares de la sostenibilidad de las ciudades.
- Trabajamos para hacer más accesible el servicio a las personas con movilidad reducida.
- Desde el año 2004 TMB desarrolla una política de RSC.
- En el año 2007 TMB aprobó un Plan Estratégico de RSC.



Los ejes de la RSC a TMB

1. Llevar un seguimiento de los proyectos y actuaciones que se ponen en marcha para alcanzar la plena accesibilidad de la red de TMB a todas las personas.
2. Desarrollar un código de conducta para la relación de TMB con todos sus grupos de interés.
3. Convertirse en un modelo de integración a través de políticas de inclusión de la diversidad de la plantilla, en cuestiones de sexo, origen, edad y condiciones físicas, así como también mediante la incorporación de colectivos con riesgo de exclusión social.
4. Elaborar un plan de solidaridad que proporcione coherencia a todas las actuaciones que TMB ponga en marcha en materia de acción social.
5. Abanderar la lucha contra el cambio climático y por la movilidad sostenible.
6. Impulsar programas para la conciliación de la vida personal y laboral.
7. Comunicar el valor añadido que TMB aporta a la sociedad dando a conocer las diferentes acciones en materia de RSC con el objetivo de potenciar la imagen de empresa socialmente responsable.



La comunicación responsable

- La comunicación es un ejercicio inherente a la responsabilidad social.
- Aspiramos a ejecutar una Comunicación Responsable que tiene dos facetas esenciales:
 - La correcta comunicación de la responsabilidad social de la empresa.
 - La responsabilidad social en la propia labor comunicadora; es decir, la manera de hacerlo: que las herramientas, los canales y soportes escogidos y/o diseñados, también sean responsables



Actuar antes que comunicar

- Es lícito que una empresa comunique lo que hace en materia de responsabilidad social.
- Pero la prioridad no debe ser comunicar sino hacer.
- Y hacer Responsabilidad Social no es gestionar la responsabilidad social sino gestionar la empresa desde la responsabilidad social.
- TMB gestiona sus servicios protegiendo el medio ambiente y actuando de forma proactiva para fomentar las energías menos contaminantes y el desarrollo de nuevas tecnologías más ecológicas.



Nuestro compromiso con la sostenibilidad: Buenas prácticas

- TMB ha incorporado a la flota de vehículos propulsados por combustibles alternativos más ecológicos: gas natural, biodiesel, autobuses propulsados con pila de hidrógeno, autobuses híbridos.
- Gestión sostenible del agua.
 - La red de metro de TMB provee el equivalente a 1,3 millones de metros cúbicos de agua anuales para diferentes usos.
 - Consumo controlado (lavado de vehículos)
- Licencias ambientales de todos los centros de TMB.
- Manual de buenas prácticas.
- Campañas de concienciación: “Cambiamos CO² por flores



Un plan director de sostenibilidad para TMB

TMB está actualmente elaborando su Plan Director de Sostenibilidad para involucrar a todos los ámbitos de la empresa en la responsabilidad y el compromiso con el medio ambiente.

Los principales objetivos relacionados con la comunicación son:

- Fomentar la cultura de la movilidad sostenible entre los ciudadanos e incrementar la cuota de mercado.
- Potenciar el transporte público a través del diálogo con los grupos de interés y las sinergias con la Administración y otros operadores.
- Contribuir a la mejora de la reputación de TMB.
- Impulsar internamente la cultura de la sostenibilidad.



La comunicación de la sostenibilidad

La gestión de la sostenibilidad desde la responsabilidad social se manifiesta públicamente mediante la comunicación responsable, que genera un valor añadido al facilitar que . la empresa, además de ser responsable, sea percibida como tal por sus grupos de interés, lo cual lleva directamente a fortalecer la reputación corporativa.

Los principales objetivos que perseguimos en nuestra estrategia de comunicación son:

- Dar a conocer nuestra contribución a la mejora de la sociedad.
- Hacer que las personas que forman parte de TMB sientan orgullo de pertenencia.
- Proyectar la imagen que deseamos ante nuestros públicos, con objeto de ganar credibilidad, dando respuesta a las demandas de los grupos de interés.
- Tener una marca reputada consiguiendo una mejora de la imagen.

La herramienta estrella a la hora de comunicar la estrategia, logros y objetivos de la responsabilidad social es la memoria de sostenibilidad.



Canales de comunicación y públicos

Para determinar las herramientas de comunicación con nuestros grupos de interés, definimos nuestra estrategia en función de tres variables:

- El mensaje: lo que queremos decir
- El objetivo: por qué y con qué finalidad
- El público el grupo de interés que se quiere informar o sensibilizar

Relación grupos de interés y canales de comunicación establecidos

Grupo de interés	Canales de comunicación	Objetivos de comunicación
Sociedad	• Congresos y reuniones	→ Aprender y compartir experiencias con otras organizaciones
	• Campañas institucionales	→ Dar a conocer los servicios de TMB a la sociedad
	• Visitas a las instalaciones	→ Dar a conocer los servicios y concienciar de la importancia del uso del transporte público
	• TMB Educa	→ Fortalecer las relaciones con la comunidad educativa
	• Relación con medios de comunicación	→ Información actualizada sobre el servicio
	• Publicaciones institucionales de TMB	→ Divulgación sobre las actuaciones de TMB
	• Web	→ Información actualizada sobre el servicio y los principales proyectos
	• Reuniones periódicas con asociaciones de vecinos, distritos, instituciones y ONG	→ Escuchar necesidades e inquietudes; proponer soluciones y buscar áreas de colaboración
	• Participación en actos de interés social e institucionales	→ Servir a la sociedad y ser parte activa del entorno de TMB

Clientes y usuarios	• Centros de Atención al Cliente	→ Información del servicio y atención personalizada
	• TMB iBus, puntos de ayuda y señalización en andenes, paradas	→ Información del servicio
	• Sistema de recogida de quejas y sugerencias	→ Resolver quejas y sugerencias de los ciudadanos
	• Encuestas de satisfacción	→ Entender las necesidades y el grado de satisfacción de los clientes
	• Agente de Atención al Cliente	→ Información personalizada a los pasajeros
	• Radio Metro	→ Información del servicio
	• Canal Metro	→ Información del servicio y de actualidad
	• Web	→ Información actualizada sobre el servicio y los principales proyectos

Trabajadores	• Desayunos de trabajo	→ Conocer las inquietudes de los trabajadores
	• Intranet	→ Informar a los trabajadores de la actualidad de TMB
	• Reuniones periódicas con los representantes de los empleados	→ Conocer los requerimientos y desarrollar la confianza
	• Quioscos de información / Canal TMB	→ Informar a los trabajadores de la actualidad de TMB
	• Proceso de acogida	→ Presentación de la empresa a los nuevos trabajadores
	• Revistas internas	→ Informar y dar a conocer a los trabajadores las principales actuaciones llevadas a cabo por la empresa
	• Grupos de trabajo e iniciativas de mejora	→ Facilitar la implicación de los trabajadores en los quehaceres de la empresa
	• Notas informativas	→ Informar a los trabajadores de la actualidad de TMB

	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de trabajo 	→ Fomentar el diálogo entre los trabajadores involucrados en el desarrollo de un servicio conjunto
	<ul style="list-style-type: none"> • Complementos cuadro de servicio 	→ Mantener a los trabajadores informados con precisión de los servicios que deben llevar a cabo
	<ul style="list-style-type: none"> • Hoja salmón y hoja verde 	→ Informar de las negociaciones de los convenios colectivos
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Portal on-line 	→ Facilitar la comunicación entre los proveedores de TMB y la organización de manera rápida y continua
	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones con la Dirección de Compras 	→ Facilitar la comunicación entre los proveedores de TMB y la organización
Gobierno corporativo y administraciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones con la Dirección de Comunicación y Relaciones Institucionales y organización de actos institucionales 	→ Facilitar una comunicación fluida entre las administraciones públicas y la organización
	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en grupos de trabajo e iniciativas procedentes de la Administración Pública 	→ Facilitar la implicación de TMB en los asuntos de transporte público que se tratan desde la Administración



Soportes más sostenibles

- Nuestra responsabilidad no solo está presente en la comunicación, también está presente en los soportes de la misma.
- Utilizamos materiales respetuosos con el medio ambiente: papel reciclado.
- TMB está desarrollando un proyecto innovador de comunicación digital como una apuesta estratégica para una nueva forma de comunicación más sostenible y eficaz.



Hacia la comunicación digital

Las previsiones para el año 2010 del Plan de comunicación Digital son:

- Creación de un nuevo portal Web de TMB con un diseño moderno y accesible.
- Creación de una nueva INTRANET: que se configure como un portal del empleado, facilitando el trabajo cotidiano y los trámites internos, evitando burocracia y uso de papel.
- Trabajo en redes sociales en Internet.
- Marketing relacional que permitirá dirigirnos a nuestros grupos de interés de forma inmediata, personalizada y sostenible.
- Creación de microsites como soportes complementarios y/o alternativos de diversas campañas.
- Bloc como una plataforma de relación con los trabajadores y con algunos grupos de interés externos.
- Edición del HORA PUNTA DIGITAL en el inicio de un camino alternativo a la edición en papel.
- Configuración de una Newsletter corporativa.
- Gestión de una plataforma base de datos, para fomentar el uso del correo electrónico como alternativa al correo ordinario.