

# Beatriz Ruiz Schümmer, responsable de RSC de ALD Automotive España

## Si la RSC la construimos entre todos, conseguiremos involucrar a un mayor número de personas

**Beatriz Ruiz Schümmer, nueva responsable de RSC de ALD Automotive España, repasa las claves que marcan la diferencia en un departamento que, insiste, es "transversal y de negocio". Ruiz destaca la colaboración como pilar de un plan exitoso.**

### ¿Cómo afronta esta nueva andadura dentro del departamento de RSC de ALD Automotive?

Con mucha ilusión y compromiso. Creo que la RSC debe ser un elemento diferenciador dentro del sector y con la competencia. Lo que nos hace destacar no es lo que hacemos, sino cómo lo hacemos. Por eso, hoy más que nunca, creo que la RSC puede determinar que un usuario o cliente te elija como empresa a la hora de contratar determinados servicios o que una persona te escoja para trabajar contigo.

### ¿Qué objetivos se marca para esta etapa?

Me gusta mucho hablar del concepto de RSC colaborativa. El gran reto para un departamento de RSC es recoger e impulsar todas las iniciativas y proyectos, que seguramente ya existen dentro de la empresa, y aunarlos, influyendo y aportando la visión de RSC y, sobre todo, direccionándolos a los mismos objetivos. La mayoría de las iniciativas cobran más fuerza juntas e integradas en un mismo "para qué" y esto es lo que queremos hacer con el plan de RSC en ALD, establecer unas directrices y objetivos comunes. Si la RSC la construimos entre todos, despertaremos más interés y conseguiremos involucrar e impactar a un mayor número de personas.

### ¿Cómo es la RSC de una empresa de automoción?

Es evidente que si creemos en la RSC como parte de la estrategia de una empresa, esta debe estar alineada con el negocio y objetivos de la compañía. El hecho de ser una empresa del sector automoción, especializada en renting de vehículos, nos obliga a marcar objetivos específicos como convertir a ALD en un referente en movilidad sostenible o, también, en temas como seguridad vial. Tenemos que ser conscientes de que tenemos una flota de más de 100.000 vehículos, lo que implica 100.000 conductores. Ellos, junto con los empleados, proveedores y *partners*, son el alma de ALD y el objetivo es hacerles sentir orgullo por formar parte de esta empresa.

### ¿Qué tipo de iniciativas desarrollan?

ALD siempre ha sido una empresa muy activa, por lo que se me ocurren muchas y muy distintas acciones. Pero por destacar alguna reciente, este año hemos desarrollado, junto con los departamentos de

Calidad, Recursos Humanos y Marketing, un plan de seguridad vial bastante completo.

A nivel interno, desde RRHH han trabajado en ofrecer formación teórica y práctica sobre seguridad vial a empleados, ponencias de concienciación y diversas actividades como simuladores de conducción. Desde Calidad han renovado la certificación ISO 39001 de seguridad vial. Hemos patrocinado el proyecto EDWARD (organizado por la Comisión Europea para reducir los accidentes de tráfico) invitando a todos nuestros colectivos de influencia a la firma del protocolo del proyecto desde su compromiso individual. Marketing comunica constantemente sobre esta temática y gestiona también nuestra Escuela de Conducción, donde ofrecemos cursos de conducción segura a nuestros clientes. Por otro lado, sumamos la organización del ALD Family Day que se realizó en colaboración con Fundtrafic- Asociación Día (fundación volcada en la ayuda a las víctimas de tráfico), y entre todos los empleados hemos elegido por votación un proyecto del Hospital de Toledo para colaborar con ellos. Me siento especialmente orgullosa de este proyecto ya que ha sido un trabajo en equipo, con colaboración de distintos departamentos y la involucración de todos nuestros grupos de interés. A priori puede parecer que son acciones aisladas, pero no es así, todo ha estado enfocado a un objetivo común que se ha trabajado desde diferentes partes. Creo que es un buen ejemplo de la colaboración que mencionábamos antes y de que diversas acciones agrupadas bajo el mismo objetivo cobran más fuerza y aumentan su impacto.

### ¿Cómo consiguen esa involucración?

Escuchando. Prestando atención a nuestro alrededor, atendiendo a todas las partes y haciéndoles partícipes. Tenemos que escuchar e integrar, tanto interna como externamente, a todos los que formamos ALD; solo de esta forma podremos implementar una política de acciones real y actual que responda a las necesidades e inquietudes de todos y cada uno, y que despierten interés e involucración.

Por poner otro ejemplo, a la hora de realizar el plan de RSC, realizamos distintas entrevistas presenciales, acercándonos a escuchar y hablar en primera persona, tanto a diversos segmentos de clien-

tes, como a talleres, concesiones, canales indirectos y, por supuesto, a empleados. Todos los testimonios recogidos forman parte de nuestro plan. Solo desde la colaboración es posible construir un plan, útil, y ajustado a la demanda y situación actual.

### ¿Cómo afrontan en ALD, desde el punto de vista medioambiental, toda la controversia generada en torno a la contaminación de ciertos vehículos, y las medidas que toman ciudades como Madrid?

Pues, sinceramente, lo afrontamos como una oportunidad. El sector está en proceso de transformación; ya no hablamos de diésel o gasolina, sino del concepto de movilidad en el más amplio de los sentidos. Por lo menos, nuestro reto es ese, ser capaces de ofrecer una solución de movilidad para empresas y personas. Más allá de abordar políticas ambientales y acciones de compensación, que también, creo que forma parte de los departamentos de RSC hablar de movilidad sostenible. Ser partícipes del cambio y promover nuevas soluciones, productos y medidas que reduzcan el impacto medioambiental, pero, sobre todo, que sean soluciones útiles y beneficiosas para todos. Creo en la Responsabilidad Social Corporativa como parte de la estrategia de la empresa, porque creo también que el único desarrollo posible es un desarrollo sostenible ■

