



Diputació
Barcelona

Recull de bones pràctiques de Responsabilitat Social Empresarial

**Recull de bones pràctiques
de Responsabilitat Social Empresarial**



**Diputació
Barcelona**

Projecte Ressort (2004-2007)

L'objectiu del projecte Ressort ha estat sensibilitzar i promoure pràctiques de responsabilitat social empresarial (RSE) entre la petita i mitjana empresa dels territoris participants al projecte i, al mateix temps, realitzar actuacions a favor de territoris i organitzacions socialment responsables.

El projecte s'ha cofinançat per la Iniciativa Comunitària Equal del Fons Social Europeu, la qual lluita contra les discriminacions de tota mena en el mercat de treball. El projecte s'emmarcava en l'eix d'adaptabilitat als canvis de les empreses.

Al llarg del projecte s'han fet actuacions de diferents tipus: sensibilització i identificació de bones pràctiques en RSE, capacitat a tècnics dels ens locals i a les pimes, elaboració d'eines d'RSE i actuacions directes amb les pimes per implementar mesures d'RSE.

- Relació de socis del projecte Ressort:

- Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat
- Ajuntament de Mataró-IMPEM
- Ajuntament de Sabadell-Promoció Econòmica de Sabadell, SL
- Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet – GRAMEIMPULS, SA
- Ajuntament de Terrassa – Foment de Terrassa, SA
- Comissió Obrera Nacional de Catalunya
- Consell Comarcal de l'Anoia
- Consorti per l'Ocupació i la Promoció Econòmica del Vallès Occidental
- SURT, Associació de dones per a la inserció laboral
- Unió General de Treballadors de Catalunya
- Universitat Autònoma de Barcelona

- Relació d'àrees Diputació de Barcelona

- Àrea de Desenvolupament Econòmic
- Àrea de Benestar Social
- Àrea d'Igualtat i Ciutadania
- Àrea de Medi Ambient
- Àrea de Presidència



© **Diputació de Barcelona**
Àrea de Desenvolupament Econòmic
Barcelona, 2009

Coordinació Servei de Teixit Productiu
Assistència tècnica Ideograma SA
 Consultores de desarrollo, conocimiento y sostenibilidad, SL



ÍNDEX

PRESENTACIÓ	5
1. INTRODUCCIÓ	7
2. PERFIL DE LES EMPRESES I ENTITATS ANALITZADES	9
3. DESCRIPCIÓ GENERAL DEL CONTINGUT DE LES ACCIONS DE RESPONSABILITAT SOCIAL DEL RECURS I LES SEVES MOTIVACIONS	11
4. ÍNDEX DE CLASSIFICACIONS	15
5. LLISTA D'EMPRESES I ENTITATS INCLOSES EN EL RECURS DE BONES PRÀCTIQUES	16
6. CLASSIFICACIÓ DE LES BONES PRÀCTIQUES PER DIMENSIÓ DE L'EMPRESA O ENTITAT	17
7. CLASSIFICACIÓ DE LES BONES PRÀCTIQUES PER SECTOR D'ACTIVITAT DE L'EMPRESA O ENTITAT	18
8. CLASSIFICACIÓ DE LES BONES PRÀCTIQUES PER ÀMBIT TEMÀTIC DE LES ACTUACIONS REALITZADES	19
9. FITXES DE BONES PRÀCTIQUES DE RESPONSABILITAT SOCIAL EMPRESARIAL	21

PRESENTACIÓ

La Diputació de Barcelona, a través de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic, proporciona suport als ens locals de la província de Barcelona per tal de contribuir a l'enfortiment i dinamització del seu teixit productiu, tot fomentant la creació de noves empreses i promovent la consolidació de les empreses ja existents en els 311 municipis que la conformen.

Així mateix, una de les prioritats de la Diputació en les seves polítiques de desenvolupament econòmic té a veure amb la definició i el desplegament de models territorials sostenibles que comptin amb la participació i contribució de tots els agents del territori, per tal d'avançar en la millora de la qualitat de vida de la població i de la competitivitat de les empreses.

És per això que des de fa ja uns anys hem mostrat un interès especial per la responsabilitat social, que tot i implicar els diferents agents que intervenen en el territori, ara com ara ha trobat en la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) l'àmbit de major expansió. Aquesta RSE ha de ser entesa sobretot com un lligam de compromís amb el territori per part de les empreses i, en conseqüència, com un element que redunda en la qualitat de vida de les persones i que actua com a factor de competitivitat empresarial i de projecció externa, tant de les empreses que adopten polítiques d'RSE com dels territoris que les acullen.

Des de la Diputació, doncs, hem promogut la identificació, valoració i recopilació en el present Recull d'experiències d'empreses que ens resulten properes, per tal de generar un efecte demostració al conjunt de petites i mitjanes empreses que conformen, de manera fonamental, el nostre teixit productiu.

Espero, doncs, que aquest Recull sigui una bona eina tant per a les pròpies pimes com per als serveis de suport al teixit empresarial dels nostres ens locals, per tal d'avançar en l'assumpció d'una major responsabilitat social en les actuacions dels agents del territori.

Teo Romero Hernández
President delegat de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic
Diputació de Barcelona

I. INTRODUCCIÓ

Ressort és un projecte per a la promoció i acompanyament de la responsabilitat social de les pimes per a la millora de la qualitat de l'ocupació en el territori. Una de les actuacions previstes en el projecte, en l'àmbit de l'acompanyament en el diagnòstic i la implementació de pràctiques concretes de la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) a les pimes, és la identificació i valoració d'experiències sobre l'RSE en 36 pimes.

La realització d'aquest recull de bones pràctiques té fonamentalment uns objectius il·lustratius i d'arrossegament, partint del fet que, d'antuvi, el tema de l'RSE pot semblar molt allunyat de les pimes. L'objectiu il·lustratiu té per propòsit mostrar molt concretament com i per què determinades empreses realitzen accions relacionades amb la responsabilitat social, sovint en qüestions molt específiques i vinculades a les seves particulars característiques i tarannà. L'objectiu d'arrossegament té per propòsit facilitar a altres empreses el coneixement d'aquestes pràctiques i, eventualment, promoure-hi la identificació i posada en marxa d'accions.

Incentivar la mobilització de recursos destinats a la realització d'accions en responsabilitat social empresarial per part de les pimes ha de ser una de les prioritats dels organismes públics. Es tracta d'accions que generen beneficis per a les entitats que les assumeixen i per a la societat en general, incidint tant en la competitivitat de les empreses com en la qualitat de vida de les persones. Ens trobem, doncs, davant d'un conjunt d'exemples pràctics que poden esdevenir un punt de referència per a les entitats interessades a incentivar aquest tipus de projectes, com els ajuntaments, els consells comarcals o les organitzacions empresarials i sindicals, i que, alhora, ajuden a mostrar les potencialitats d'aquestes pràctiques. Es pretén, per tant, contribuir a transmetre els encerts i ajudar a prendre consciència dels punts en què cal incidir.

El recull de bones pràctiques que es presenta no constitueix ni pretén ser un estudi de les pràctiques que es desenvolupen a les pimes sobre l'RSE. Les empreses i entitats escollides no són representatives de totes les que realitzen bones pràctiques en responsabilitat empresarial. Han estat identificades per un procés que ha comptat amb la recomanació de les administracions locals i les organitzacions empresarials i sindicals participants en el projecte i/o per haver estat premiades o destacades en l'àmbit.

És molt possible que la selecció d'aquestes 36 pràctiques sigui, per tant, esbiaixada en un o altre sentit respecte al conjunt del teixit empresarial, però es tractava precisament de recollir les accions més innovadores però alhora factibles i reals. L'alta presència de pràctiques realitzades per entitats no pròpiament mercantils (cooperatives, fundacions, associacions...) o la presència proporcionalment elevada d'algun àmbit territorial s'expliquen directament pel procés de selecció seguit i pels objectius que s'han esmentat.

La metodologia emprada per a la realització de la fitxa ha estat, en general (un cop contactada l'empresa o entitat), realitzar una entrevista *in situ*, elaborar un primer esborrany de fitxa que havia de validar l'empresa o les entitats i el soci o sòcia del projecte que hi estava relacionat, i elaborar posteriorment les fitxes definitives.

Per tal d'identificar amb més claredat les característiques de les diferents bones pràctiques i descobrir patrons d'aplicació entre els promotors i promotores de les experiències, és convenient una descripció i classificació, la qual es planteja en aquest breu informe, que estructurari els diversos apartats.

Les experiències o bones pràctiques es poden classificar amb diferents criteris: pel tipus d'empresa promotora, per les característiques de l'experiència en si o per les opinions i visions subjectives de les persones promotores. Cadascuna d'aquestes classificacions pot ser també ordenada segons diferents criteris. En un primer apartat, presentem la descripció de les empreses i entitats promotores en relació amb un conjunt de variables que ens semblen prou significatives: l'activitat econòmica que realitza l'empresa, el

volum de la seva facturació, el nombre de treballadors i treballadores, la ubicació geogràfica o la forma legal de l'empresa o entitat (cooperativa, SL o SA).

En un segon apartat, presentem unes classificacions que tenen més a veure amb el tipus d'experiència, utilitzant com a referència els àmbits temàtics definits pel projecte Ressort (aquests són: 1. Igualtat i conciliació, 2. Gestió de la diversitat, 3. Qualitat de les condicions laborals, 4. Medi ambient, 5. Salut i seguretat i 6. Mercat, transparència i acció social), la duració de l'experiència, els objectius, causes, conseqüències, beneficis o despeses.

En aquest mateix apartat comentarem i analitzarem allò que podríem anomenar una classificació més subjectiva, com són les motivacions dels diferents promotors de les experiències o la percepció personal de l'RSE. Aquests criteris poden ser tant o més importants que els criteris objectius, ja que sovint determinen a nivell bàsic com són les persones que han implantat aquestes accions, i els seus objectius.

Per últim, en els darrers apartats es descriuen les classificacions emprades finalment i es presenten les llistes de pràctiques descrites conformes a elles mateixes.

Totes les experiències de responsabilitat social estan necessàriament condicionades, i en bona mesura també explicades, per factors generals que no són singularment de cada empresa com a unitat econòmica, notablement, per la creixent pressió general sobre determinats temes (medi ambient, conciliació, seguretat a la feina...) i les actituds d'ordre estrictament personal (voluntats, experiències de vida...) dels empresaris i empresàries i directius i directives de les empreses. En això, la responsabilitat social segueix un procés relativament equivalent al que han anat seguint, a l'interior de l'empresa, temes com la qualitat o la innovació.

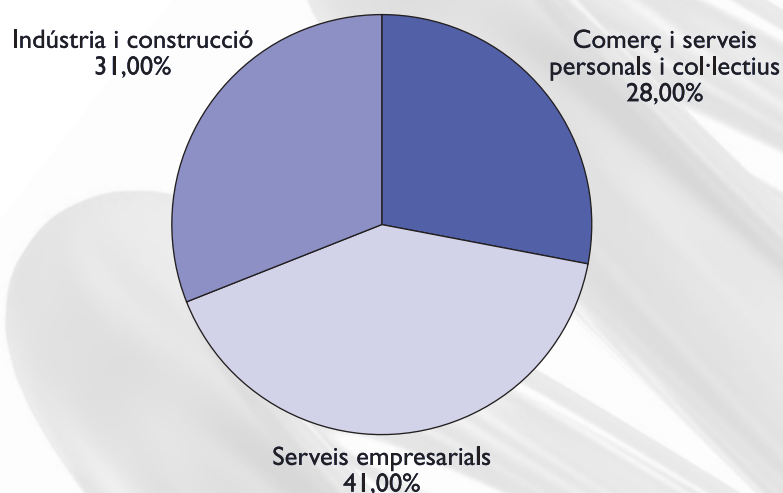
Hem de subratllar que, tot i que l'administració promou aquestes accions, és l'empresa la que decideix implantar-les o no, és un acte voluntari. I d'això es tracta, que la responsabilitat social empresarial sigui singularment un concepte de baix cap a dalt, en què l'origen, la iniciativa, sigui l'empresa, l'empresari o empresària o gerent, i que la seva aplicació generalitzada porti beneficis a tota la societat. Considerem aquest enfocament la clau de l'èxit de l'RSE, i la funció del sector públic ha de ser il·lustrar, desfermar i, en el seu cas, fer d'acompanyament, divulgador i altaveu dels beneficis que aporta tant a l'empresa com al seu entorn.

Això es podria explicar pel fet que l'RSE és difícil de mesurar i comptabilitzar. Aquest és un detall molt important per donar sentit a aquest projecte: com més difícil de mesurar i comptabilitzar és un projecte, més petites i concretes han de ser les seves accions perquè hi pugui haver uns resultats clars, per això aquest projecte tracta experiències concretes a pimes.

Es tracta, ni més ni menys, de com les empreses es fan càrrec d'un bon govern global que com més va més ens ha d'implicar a tots.

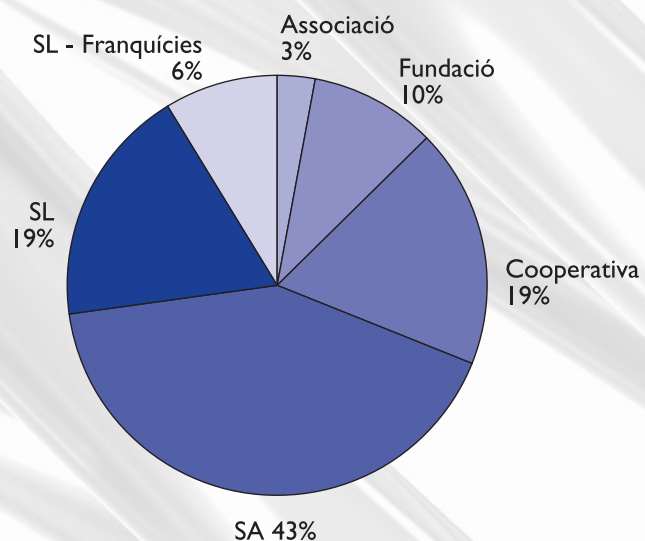
2. PERFIL DE LES EMPRESES I ENTITATS ANALITZADES

Presentarem a continuació les principals variables descriptives de les 36 empreses i entitats que han estat analitzades. Pel que fa al sectors d'activitat, hem procedit a agrupar els principals sectors econòmics en els tres que es mostren en el següent gràfic:



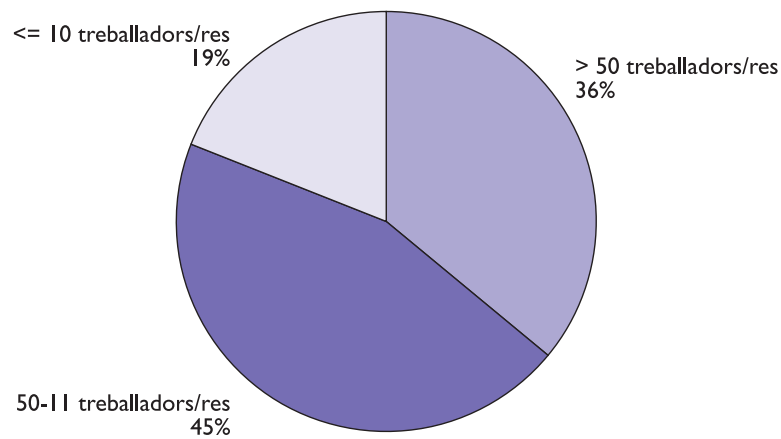
La distribució sectorial és molt uniforme entre indústria i construcció, comerç i serveis personals i col·lectius, i serveis empresarials, sent aquest últim el sector més representat, amb un 41 % de les entitats entrevistades. En concret, 15 entitats de serveis empresarials, 11 d'indústria i construcció i 10 de comerç i serveis personals i col·lectius.

Un altre tipus de classificació és la que es fa segons la forma legal de les entitats entrevistades.



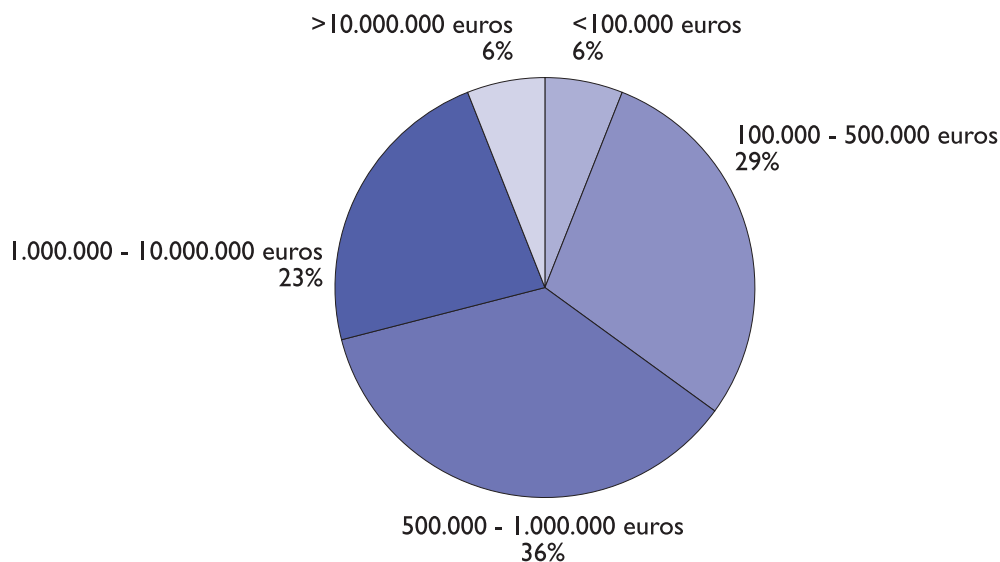
En aquest gràfic observem que les societats privades del tipus SA i SL representen el 68 % de les empreses, i que les cooperatives i altres entitats no mercantils suposen una part important de les entrevistes realitzades.

El tercer tipus de dades que es poden exposar són les referents a les dimensions de les entitats segons el nombre de treballadors i treballadores.



La majoria de les entitats entrevistades tenen menys de 50 persones en plantilla, per tant són clarament pimes. A més, 7 de les entitats tenien 10 o menys treballadors i treballadores, i 13 en tenien més de 50, de les quals 9 en tenien més de 100.

Si n'examinem la dimensió pel volum de negoci, el gruix de les empreses o entitats (un 65 %) es troba en la franja entre 100.000 euros i 1 milió d'euros, i gairebé el 30 % supera aquesta darrera xifra de negoci.



La majoria d'empreses i entitats entrevistades són del Vallès Occidental. Això és lògic si tenim en compte que 5 dels socis del projecte Ressort són ajuntaments i entitats públiques d'aquesta comarca. Per altra banda, les poblacions més representades són Sabadell, Mataró i Santa Coloma de Gramenet.

Per comarques	Nombre d'entitats	Socis per comarca
Vallès Occidental	11	5
Barcelonès	8	1
Maresme	5	1
Garraf	4	
Anoia	2	1
Vallès Oriental	2	1
Alt Penedès	1	
Baix Llobregat	1	1
Garrotxa	1	

Per municipis	Nombre d'entitats
Mataró	5
Sabadell	5
Santa Coloma	5
Barcelona	3
Terrassa	3
Vilanova i la G.	3
Igualada	2
L'Hospitalet de Ll.	2
Altres	10

3. DESCRIPCIÓ GENERAL DEL CONTINGUT DE LES ACCIONS DE RESPONSABILITAT SOCIAL DEL RECULL I LES SEVES MOTIVACIONS

Les accions

La primera classificació que podem fer és per àmbit de treball de l'RSE, segons es defineixen en el projecte Ressort. Hi ha, com hem dit al principi, 6 àmbits diferents:

1. Igualtat i conciliació
2. Gestió de la diversitat
3. Qualitat de les condicions laborals
4. Medi ambient
5. Salut i seguretat
6. Comunicació i transparència

Introduïrem un últim àmbit, General RSE, per a aquelles entitats que han treballat en més d'un àmbit. A continuació hem fet un quadre en què es recullen les entitats o pimes per àmbit treballat:

Per comarques	Nombre d'entitats
Igualtat i conciliació	2
Gestió de la diversitat	0
Qualitat de les condicions laborals	1
Medi ambient	3
Salut i seguretat	0
Comunicació i transparència	7
General RSE	23

Observem que la majoria d'empreses han treballat en més d'un àmbit a la vegada i que, per tant, seria interessant estudiar més detalladament les experiències de les diverses actuacions efectuades. En concret, són 89 accions o experiències repartides en els 6 àmbits i en les 36 entitats (2'5 accions per entitat):

Per comarques	Nombre d'accions segons àmbit
Igualtat i conciliació	18
Gestió de la diversitat	10
Qualitat de les condicions laborals	17
Medi ambient	17
Salut i seguretat	7
Comunicació i transparència	20

Com mostren els quadres anteriors, la presència d'accions en tots els àmbits és força equilibrada, i potser és l'àmbit d'accions de mercat, transparència i acció social (7 entitats i 20 accions) el que concentra més pràctiques ressenyades. La causa d'això és que la majoria d'empreses entrevistades són de serveis,

i aquestes empreses han realitzat accions sobretot en aquest àmbit. S'observa així una certa interrelació entre l'activitat econòmica de l'empresa i un o altre àmbit d'actuació. Si presentem les accions per àmbit i sector econòmic, obtenim com a resultat els següents quadres:

Per entitats entrevistades	Comerç i serveis personals i col·lectius	Indústria i construcció	Serveis empresarials	Total
Igualtat i conciliació	1	0	1	2
Gestió de la diversitat	0	0	0	0
Qualitat de les condicions laborals	0	1	0	1
Medi ambient	0	3	0	3
Salut i seguretat	0	0	0	0
Comunicació i transparència	3	1	3	7
General RSE	7	10	6	23
TOTAL	11	15	10	36

Per accions realitzades %	Comerç i serveis personals i col·lectius	Indústria i construcció	Serveis empresarials	Total
Igualtat i conciliació	23%	17%	24%	20%
Gestió de la diversitat	14%	10%	12%	11%
Qualitat de les condicions laborals	23%	19%	16%	19%
Medi ambient	9%	29%	12%	19%
Salut i seguretat	5%	10%	8%	8%
Comunicació i transparència	27%	17%	28%	22%
TOTAL (excloent-ne General RSE)	100%	100%	100%	100%

Com podem observar, la indústria i la construcció dediquen preferentment els seus recursos en RSE al medi ambient, mentre que els serveis i el comerç semblen prioritzar accions en els àmbits de mercat, transparència i acció social i igualtat, conciliació i gestió de la diversitat.

Dels 6 àmbits, en realitzarem una descripció i en citarem algunes de les accions més representatives. Algunes de les característiques que les defineixen són la duració de l'experiència, els objectius, causes, conseqüències, beneficis o despeses, i en altres casos haurem d'entrar més en matisos.

Pel que fa a la **igualtat i conciliació**, les accions se centraven sobretot en la conciliació de la vida laboral i personal. Un exemple és el cas de la reducció de la jornada laboral al matí. Amb això s'ha aconseguit que el personal s'impliqui més i que la productivitat sigui major, ja que hi ha menys hores de treball però són més intenses. El cost és que l'empresa ha restringit el seu negoci al servei empresarial (no a particulars) i les seves possibilitats de creixement s'han reduït. La igualtat de gènere no ha estat gaire tractada per les entitats, segurament perquè en el sector industrial la mà d'obra oferent és majoritàriament masculina i en el sector dels serveis personals és femenina; per tant, l'especialització fa que aquest concepte sigui de difícil aplicació.

En l'àmbit de la **gestió de la diversitat**, dues són les accions més comunes. Una és la col·laboració en formació per part de persones expertes de l'empresa a minories desfavorides, amb la possibilitat de contractar alguns dels alumnes; l'altra és més característica d'empreses grans que tenen filials a països en vies de desenvolupament i consisteix en la contractació de mà d'obra estrangera a la central de Catalunya, on el treballador pot aconseguir una experiència personal i professional molt enriquidora.

En l'àmbit de la **qualitat de les condicions laborals** destaquen les accions de participació i comunicació entre els diferents estaments de l'empresa. Obrint canals de comunicació entre totes les parts que hi treballen, com reunions per suggeriments, la gerència rep un retorn per part dels empleats i empleades que generen noves idees, i els treballadors i treballadores guanyen implicació i valoració del seu treball.

Pel que fa a l'àmbit de **medi ambient**, la majoria d'empreses han realitzat accions de reciclatge i reducció de residus. És difícil citar accions concretes de possible interès general, ja que es tracta d'accions lligades al procés productiu específic. No obstant això, és interessant citar que moltes empreses coincideixen en el fet que les noves maquinàries en molts sectors no només augmenten la productivitat, sinó que a més, ara, comporten una reducció de la quantitat de residus generats, així la inversió té un doble benefici. També ens han citat molts casos de certificacions, com l'ISO 14001. La creació d'índexs propis que mesuren el grau de contaminació d'un projecte propi també ha estat una acció molt comuna, sobretot en el sector de la construcció.

En l'àmbit de la **salut i seguretat**, és just esmentar el cas d'una empresa que ha fet grans esforços per reduir el risc d'accidents. A l'entrada de l'empresa faciliten un fulletó a tots els visitants, en el qual expliquen les normes de seguretat que cal seguir; també han fet una forta inversió per senyalar i pintar les zones de trànsit de persones i de vehicles, i a dins de la fàbrica també hi ha marcadetes les zones de risc.



En l'àmbit de la **comunicació i transparència**, la majoria d'accions se centraven en aquest últim concepte. L'acció social era el tema més aplicat i, com explicarem més endavant, es tracta d'una acció que els empresaris volen que formi part de l'estratègia empresarial. En general, no es tracta de donar diners a una ONG, sinó de buscar en quina part del negoci es pot invertir perquè algú millori les seves condicions de vida.

Les motivacions

Les entrevistes han donat un gran ventall de respostes sobre quines són les motivacions que tenen les empreses per seguir les polítiques sobre l'RSE.

Alguns casos posen de manifest que van ser socis del projecte Ressort els que van desencadenar el recursos per estructurar i organitzar una RSE més clara i més formalitzada.

Relacionat amb això últim, molts comentaris fan referència al fet que l'RSE era part de la cultura empresarial dels gestors i gestores de manera implícita. Es comenta que no tenien formalitzat cap tipus de codi ètic ni de bones pràctiques, i que les pràctiques analitzades les han anat aplicant des dels principis de l'empresa. En gran part es tracta de principis personals de la gerència, de maneres de fer, ser i treballar. Per tant, era una qüestió més de tipus cultural que no pas econòmica, amb independència dels arguments que diuen que l'RSE aporta productivitat.

No tots els entrevistats i entrevistades opinen igual, però les bones pràctiques recullen un bon nombre d'empreses i entitats que tenen una motivació doble, la personal i la econòmica, ambdues assenyalant cap a les RSE, perquè d'una banda augmenta la productivitat i per l'altra els permet aplicar el seus principis personals i ètics. En alguns casos s'assegura que la gerència ho tenia molt assumit i estaven molt conscienciats de la necessitat d'aplicar les accions de l'RSE, sobretot en qüestions mediamientals.

Resultats, beneficis i difusió

Les persones entrevistades expressen els resultats i beneficis de les accions efectuades de diverses maneres segons l'àmbit de l'RSE que es tracti. Les accions en qualitat de les condicions laborals i igualtat, conciliació i gestió de la diversitat es tradueixen en un increment de la fidelitat dels treballadors i treballadores a l'empresa i a la vegada en un increment de la productivitat. Les accions en medi ambient comporten la millora de la imatge de l'empresa cap a l'exterior i, en molts casos, la inversió en nova maquinària o la introducció de nous processos que són a la vegada més productius, com és el cas d'algunes indústries. En el cas de la salut i seguretat, les accions comporten un benefici per a l'empresa en el sentit d'una major productivitat, ja que hi ha menys despeses a causa d'accidents i també menys incertesa en la producció. Per últim, en l'àmbit de mercat, transparència i acció social, s'assoleix un augment de confiança per part del consumidor, que veu aquestes accions com un valor afegit i també com un tret característic de l'empresa. L'acció social aporta, a més, bona imatge.

Respecte a aquest últim valor s'ha d'especificar que moltes empreses no volen ser vistes com una ONG, ja que són empreses privades que busquen el benefici econòmic i l'acció social és part de la seva estratègia empresarial. En això coincidien moltes empreses: l'acció social ha d'estar integrada dins de l'activitat empresarial. Posem com a exemple el cas d'una empresa que elabora cafè: l'empresa podia haver invertit part del seu benefici en una escola al Brasil, però no obstant això va decidir que l'acció social havia d'estar integrada al seu negoci. A partir d'aquí van començar a buscar productors i productores de cafè que garantissin una producció justa i equitativa gràcies a la qual els recol·lectors i recol·lectores de cafè de les plantacions dels països subdesenvolupats rebessin una part justa dels beneficis obtinguts. És així com van integrar l'acció social, i és així com aquesta acció s'ha convertit en part del valor afegit de la seva marca.

Una darrera característica que cal comentar és la poca difusió i comunicació que fan les entitats de les seves bones pràctiques. La gran majoria no dona cap tipus d'informació al públic en general, mostrant així que no és una qüestió d'imatge, sinó de compromís social. Els pocs casos en què ens van comentar que sí que realitzaven accions específiques de difusió va resultar que eren actuacions en l'àmbit del medi ambient i l'acció social. Algunes entitats introduïen certificacions o simplement les accions a l'etiquetatge del seu producte. Un altre mitjà de difusió de les seves bones pràctiques és aquell en què les entitats han fet divulgació no per etiquetatge sinó mitjançant la participació en conferències i jornades d'acció social o de qualitat i conciliació laboral, convidades per algun altre organisme o entitat.

4. ÍNDEX DE CLASSIFICACIONS

Finalment, s'ha optat per presentar les bones pràctiques recollides en un triple índex de classificació que pot permetre al lector dirigir-se més directament a les pràctiques del seu interès.

En primer lloc, trobareu una classificació per dimensió de l'empresa, que distingeix entre microempreses, petites empreses i mitjanes o gran empreses.

En segon lloc, trobareu una classificació per sector d'activitat de les empreses, que agrupa la indústria i la construcció, els serveis empresarials i el comerç i els serveis personals i col·lectius.

En tercer i darrer lloc, trobareu una classificació a partir de la temàtica de les accions realitzades per les empreses en les 6 grans àrees temàtiques que ha utilitzat el projecte Ressort. A diferència de les dues anteriors classificacions, en aquesta les empreses poden figurar en més d'una classificació, en la mesura que la seva bona pràctica ha incorporat més d'un àmbit temàtic.

Totes les classificacions es presenten per ordre alfabètic i amb un número de referència que figura en la llista inicial de les 36 bones pràctiques.

5. LLISTA D'EMPRESSES I ENTITATS INCLOSES EN EL RECULL DE BONES PRÀCTIQUES

EMPRESSES I ENTITATS	Fitxa núm.	Pàgina
ADEG Associació d'Empresaris del Garraf, Alt Penedès i Baix Penedès	1	23
Aiguasol Enginyeria, SCCL	2	31
Assessoria Mompart	3	35
Bitlonia.com	4	41
Cactus Disseny	5	45
Cafès Novell	6	51
Casas	7	57
CETEMMSA	8	61
Circuitor	9	67
Cooperativa70 SCCL	10	73
Deco	11	77
Escola de Música Freqüències	12	81
Estamp SA	13	87
Filtros Anoia	14	91
Genebre	15	97
Gràfiques OLSA	16	101
Grup Qualitat	17	105
Gumà Assegurances i Serveis	18	111
Gutmar SA Mecànica de Precisió	19	115
Home Personal Service	20	121
KH Lloreda	21	129
L'Apòstrof SCCL	22	135
La Fageda	23	139
La Tarantella INEMSA	24	145
Limpiezas Lucinet	25	149
Mercaconsult	26	153
Movies-blues	27	157
Plating Brap	28	161
Residència i Centre de Dia BETSAN	29	165
Residència Laia	30	169
Salas Serveis Immobiliaris – Fundació Salas per l'Accessibilitat	31	173
Set Avet	32	177
Torribera Complex Esportiu – Sport BID	33	181
Transportes Daví	34	185
Vertisub	35	189
VIENA (Establiments Viena SA)	36	193

6. CLASSIFICACIÓ DE LES BONES PRÀCTIQUES PER DIMENSIÓ DE L'EMPRESA O ENTITAT

MICROEMPRESSES

	Fitxa núm.
ADEG Associació d'Empresaris del Garraf, Alt Penedès i Baix Penedès	1
Assessoria Mompert	3
Cactus Disseny	5
Cooperativa70 SCCL	10
Gumà Assegurances i Serveis	18
La Tarantella INEMSA	24
Limpiezas Lucinet	25

EMPRESSES PETITES (d'11 a 50 treballadors i treballadores)

	Fitxa núm.
Aiguasol Enginyeria, SCCL	2
Bitlonia.com	4
CETEMMSA	8
Escola de Música Freqüències	12
Filtros Anoia	14
Gràfiques OLSA	16
L'Apòstrof SCCL	22
Mercaconsult	26
Movies-blues	27
Plating Brap	28
Residència i Centre de Dia BETSAN	29
Residència Laia	30
Salas Serveis Immobiliaris – Fundació Salas per l'Accessibilitat	31
Set Avet	32
Torribera Complex Esportiu – Sport BID	33
Transportes Daví	34

EMPRESSES MITJANES (>50 treballadors i treballadores)

	Fitxa núm.
Cafès Novell	6
Casas	7
Circuitor	9
Deco	11
Estamp SA	13
Genebre	15
Grup Qualitat	17
Gutmar SA Mecànica de Precisió	19
Home Personal Service	20
KH Lloreda	21
La Fageda	23
Vertisub	35
VIENA (Establiments Viena SA)	36

7. CLASSIFICACIÓ DE LES BONES PRÀCTIQUES PER SECTOR D'ACTIVITAT DE L'EMPRESA O ENTITAT

INDÚSTRIA I CONSTRUCCIÓ

	Fitxa núm.
Aiguasol Enginyeria, SCCL	2
CETEMMSA	8
Circutor	9
Deco	11
Estamp SA	13
Filtros Anoia	14
Genebre	15
Gràfiques OLSA	16
Grup Qualitat	17
Gutmar SA Mecànica de Precisió	19
KH Lloreda	21
La Fageda	23
Plating Brap	28
Set Avet	32
Vertisub	35

SERVEIS EMPRESARIALS

	Fitxa núm.
ADEG Associació d'Empresaris del Garraf, Alt Penedès i Baix Penedès	1
Assessoria Mompert	3
Bitlonia.com	4
Cactus Disseny	5
Gumà Assegurances i Serveis	18
L'Apòstrof SCCL	22
Limpiezas Lucinet	25
Mercaconsult	26
Salas Serveis Immobiliaris – Fundació Salas per l'Accessibilitat	31
Transportes Daví	34

COMERÇ I SERVEIS PERSONALS I COL·LECTIUS

	Fitxa núm.
Cafès Novell	6
Casas	7
Cooperativa70 SCCL	10
Escola de Música Freqüències	12
Home Personal Service	20
La Tarantella INEMSA	24
Movies-blues	27
Residència i Centre de Dia BETSAN	29
Residència Laia	30
Torribera Complex Esportiu – Sport BID	33
VIENA (Establiments Viena SA)	36

8. CLASSIFICACIÓ DE LES BONES PRÀCTIQUES PER ÀMBIT TEMÀTIC DE LES ACTUACIONS REALITZADES

IGUALTAT I CONCILIACIÓ

	Fitxa núm.
Aiguasol Enginyeria, SCCL	2
Assessoria Mompart	3
Bitlonia.com	4
Cactus Disseny	5
CETEMMSA	8
Estamp SA	13
Genebre	15
Gumà Assegurances i Serveis	18
Home Personal Service	20
KH Lloreda	21
La Tarantella INEMSA	24
Limpiezas Lucinet	25
Mercaconsult	26
Residència i Centre de Dia BETSAN	29
Residència Laia	30
Vertisub	35
VIENA (Establiments Viena SA)	36

GESTIÓ DE LA DIVERSITAT

	Fitxa núm.
Aiguasol Enginyeria, SCCL	2
Cactus Disseny	5
Genebre	15
Gràfiques OLSA	16
La Tarantella INEMSA	24
Limpiezas Lucinet	25
Vertisub	35
VIENA (Establiments Viena SA)	36

QUALITAT DE LES CONDICIONS LABORALS

	Fitxa núm.
Aiguasol Enginyeria, SCCL	2
Bitlonia.com	4
Cactus Disseny	5
Casas	7
CETEMMSA	8
Escola de Música Freqüències	12
Estamp SA	13
Filtros Anoia	14
Genebre	15
Gràfiques OLSA	16
Gutmar SA Mecànica de Precisió	19
Home Personal Service	20
KH Lloreda	21
La Fageda	23
Limpiezas Lucinet	25
Mercaconsult	26
Movies-blues	27
Residència i Centre de Dia BETSAN	29

MEDI AMBIENT

	Fitxa núm.
Aiguasol Enginyeria, SCCL	2
Cactus Disseny	5
Casas	7
CETEMMSA	8
Circuitor	9
Deco	11
Estamp SA	13
Filtros Anoaia	14
Genebre	15
Gràfiques OLSA	16
Grup Qualitat	17
KH Lloreda	21
La Fageda	23
Movies-blues	27
Plating Brap	28
Transportes Daví	34

SALUT I SEGURETAT

	Fitxa núm.
Cactus Disseny	5
Casas	7
Circuitor	9
Estamp SA	13
Filtros Anoaia	14
Gutmar SA Mecànica de Precisió	19
Home Personal Service	20
KH Lloreda	21
Plating Brap	28
Transportes Daví	34
Vertisub	35

COMUNICACIÓ I TRANSPARÈNCIA

	Fitxa núm.
ADEG Associació d'Empresaris del Garraf, Alt Penedès i Baix Penedès	1
Aiguasol Enginyeria, SCCL	2
Bitltonia.com	4
Cactus Disseny	5
Cafès Novell	6
Circuitor	9
Cooperativa70 SCCL	10
Deco	11
Escola de Música Freqüències	12
Estamp SA	13
Gràfiques OLSA	16
Gumà Assegurances i Serveis	18
Home Personal Service	20
KH Lloreda	21
L'Apòstrof SCCL	22
Mercaconsult	26
Movies-blues	27
Salas Serveis Immobiliaris – Fundació Salas per l'Accessibilitat	31
Set Avet	32
Torribera Complex Esportiu – Sport BID	33



**9. FITXES DE BONES PRÀCTIQUES
DE RESPONSABILITAT SOCIAL EMPRESARIAL.**

ASSOCIACIÓ D'EMPRESARIS DEL GARRAF, ALT PENEDÈS I BAIX PENEDÈS (ADEG)

*“Cercant la coherència
i l'exemplaritat davant
l'empresariat”*

Sector d'activitat

Serveis

Activitat de l'empresa

Oferir serveis a les empreses
associades

Localitat

Vilanova i la Geltrú (Garraf)
Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)

Plantilla

6 (2006)

Facturació anual

750.000 euros (2005)

Pàgina web

www.adeg.cat

Promotor de l'experiència

Josep Anton Matas, president (2002-2006)

Xavier Cardona, president (2006-)

Isidre Also, secretari general

adeg@adeg.cat

Àmbit Ressort

Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

L'Associació d'Empresaris del Garraf, Alt Penedès i Baix Penedès (ADEG) és una organització empresarial de base associativa, de règim assembleari i de lliure afiliació que representa el conjunt de l'empresariat del seu àmbit intercomarcal.

L'ADEG té més de mil empreses associades.

Si bé moltes d'elles provenen del Garraf, espai originari, avui ja formen un gran nombre les que són de les altres comarques d'aquest territori conegut com a Gran Penedès.

L'Associació és independent i té un caire multisectorial i plural. L'àmbit territorial d'actuació coincideix amb el de les comarques de l'històric Gran Penedès, a cavall de les províncies de Barcelona i Tarragona.

L'ADEG té com a objectiu fonamental el foment de l'activitat econòmica i el desenvolupament del teixit empresarial de l'entorn. Amb el desenvolupament constant de nous serveis i avantatges i la producció d'actuacions continuada, l'Associació afavoreix els corrents d'informació, modernització i lliure competència de les empreses afiliades i, en conjunt, del teixit empresarial del Penedès i el Garraf.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Any Temàtic 2006: L'ètica empresarial i les bones pràctiques

Data o període de l'experiència

La bona pràctica que hem seleccionat és la celebració d'un any dedicat a la Responsabilitat Social de les Empreses, sota el títol de "L'ètica empresarial i les bones pràctiques".

Malgrat la focalització en un esdeveniment, el compromís de l'organització és permanent, com es veurà en les accions, i la celebració no ha estat més que una bona oportunitat per a aprofundir en la reflexió i fer-ne una millor divulgació.

Objectius

L'objectiu d'aquest Any ha estat aprofundir en l'RSE i poder conèixer uns models de gestió empresarial més ètics i de major compromís amb l'entorn.

Impacte empresarial

Sovint, s'afirma que les associacions empresarials són una de les parts interessades o *stakeholders* de les empreses, en la mesura en què comparteixen uns interessos i inquietuds.

En massa ocasions, però, algunes organitzacions es limiten a proveir serveis i, per tant, a ser una empresa més dins del mercat. D'altres, poden optar pel vessant més reivindicatiu o de *lobby* per fer prevaldre els interessos comuns del sector.

Tanmateix, una associació d'aquestes característiques, donada la posició que ocupa, està en condicions de fer una altra funció: generar impactes en les empreses associades per tal de promoure el seu dinamisme i la seva competitivitat, per mitjà de la transferència d'idees i de models o l'impuls de relacions, entre d'altres.

Més concretament, una associació d'empresaris té la capacitat potencial d'induir els seus associats a un millor comportament envers la societat, el medi i la comunitat; fet que revertirà en la imatge del conjunt de l'empresariat i alhora en les condicions de vida i de desenvolupament del territori.

Motivacions

La celebració d'un any temàtic centrat en l'RSE és sens dubte una bona pràctica per part d'una associació empresarial. Això no obstant, allò que volem fer evident és el compromís permanent d'aquesta organització amb la promoció de les pràctiques responsables entre les seves empreses associades més enllà de la focalització en un període concret, en què, grà-



cies a la concentració d'accions, s'ha focalitzat de manera específica en aquesta sensibilització.

En la pròpia filosofia de l'ADEG es destaca el compromís amb el seu entorn social i econòmic i el fet que entén com a prioritari el progrés del territori, en tant que beneficia el conjunt de la ciutadania i les entitats que hi conviuen i garanteix el futur de les activitats que s'hi desenvolupen.

Aquest compromís amb el territori ha portat aquesta organització a defensar el teixit empresarial i el seu desenvolupament, alhora que ha promogut un aprofundiment en l'RSE, emfasitzant les apostes per la qualitat i la innovació al costat de la implicació en la comunitat i la inclusió social.

A més, la manera de fer d'aquesta organització l'ha portada a desenvolupar un sentit de la coherència gens fàcil de trobar i a mirar de predicar amb l'exemple en aquells postulats en què creuen. Així doncs, no només promouen la qualitat o l'RSE, sinó que progressivament han anat adscriuint-s'hi, entenent que aquesta és la millor manera de comunicar-ne la importància a les empreses associades i alhora tenir un major proximitat cap a les eines i els recursos per poder assessorar-les amb un major coneixement de causa.

Accions, fases del procés i participants

Per organitzar l'Any Temàtic es va crear una Comissió, però prèviament l'ADEG va estar treballant en la implantació de la Norma SA8000, de la qual ja en té la certificació.

Aquesta norma entra dins de l'RSE i té un marcat caràcter laboral. Un dels aspectes que la fa més interessant per a les empreses de països desenvolupats és l'exigència que planteja als proveïdors i, en la mesura del possible, als proveïdors dels proveïdors, en una cadena on es vol vetllar per les condicions ètiques en tot el procés de producció.

Malgrat que els efectes per a una organització com l'ADEG fossin mínims, aquest era un pas rellevant de cara a comunicar una inquietud, una coherència i una consistència del discurs, i de cara a mostrar com funciona la norma en concret. Aquest mateix pas s'havia fet amb la norma de qualitat 9001, essent la primera i única associació empresarial que disposa d'aquesta doble certificació.

Així, a final del 2004, l'ADEG assumeix el repte d'aplicar un Sistema de Gestió Integrada que engloba els sistemes de Gestió de la Qualitat i de Responsabilitat Social, d'acord amb les Normes UNE-EN ISO 9001:2000 i SA 8000, com a eines de gestió i d'implantació dels objectius adquirits amb els seus associats. Entre els compromisos, s'estableix: promoure en tot moment la gestió de la qualitat i de la responsabilitat social, implicant tota l'entitat; assegurar que les empreses col·laboradores apliquin els mateixos principis de gestió; comunicar a la societat la seva constant preocupació per la qualitat i la responsabilitat social; defensar, salvaguardar i transmetre l'ètica i la transparència en totes les operacions de l'entitat; comunicar aquesta política a tot el personal i col·laboradors, així com a tothom qui la sol·liciti.

Certificació SA8000
L'ADEG és la setena empresa amb la certificació SA8000 a Catalunya, però la primera organització empresarial del món a aconseguir aquesta certificació. En el seu cas, no ho han fet tant per necessitat sinó per exemplaritat davant les empreses associades.

Arreu del món, només 572 companyies han pogut obtenir la certificació de responsabilitat social SA8000, en un total de 45 països.

“Ens comprometem a promoure en tot moment la gestió de la qualitat i de la responsabilitat social, implicant tota l'entitat”

[Durant l'any han tingut lloc un seguit d'actes]

- Jornada de treball sobre «Riscos laborals, l'actitud preventiva».
- Conferència sobre la «Responsabilitat Social de les empreses» a càrrec de Carles Campuzano, diputat al Congrés.
- Acte sobre «L'empresa inclusiva. Experiències empresarials i nous projectes» amb representants d'empreses reconegudes en el camp de la inclusió laboral de persones amb discapacitats psíquiques, com la Fundació Santa Teresa del Vendrell i la Fundació Ave Maria de Sitges.
- Conferència sobre «Ètica i empresa» a càrrec de Daniel Arenas, d'ESADE.

A més, en les sis edicions d'enguany de la revista *Perspectiva*, han inclòs una separata que tracta específicament l'RSE, amb articles i reflexions pròpies, agenda d'activitats i col·laboracions externes d'experts com Rodríguez Suárez o Josep Maria Canyelles.

Es va crear un apartat nou al web, que inclou agenda específica, enllaços a articles i notícies d'interès, la separata *Models*, i altres enllaços d'interès.

[Compromís social] Entre els diversos compromisos socials de l'ADEG, volem destacar-ne dos. El primer fa referència a les pràctiques de mòbing, ja que a l'inici del 2006 l'ADEG va posar en marxa un apartat al seu portal amb informacions diverses sobre aquest fenomen laboral que tant preocupa.

En segon lloc volem destacar la seva adhesió al Manifest per promoure l'empresa inclusiva, promogut per la Plataforma Ciutadana per l'Empresa Inclusiva de Catalunya. El Manifest pretén integrar entitats, famílies i professionals convençuts que cal impulsar decididament la inserció laboral de les persones amb discapacitat en el mercat de treball «ordinari».

L'ADEG, amb la seva adhesió al Manifest, vol col·laborar a promoure una formació, de base i continuada, de persones amb discapacitats que els permeti el seu màxim desenvolupament com a persones adultes, actives i professionalment valorades, i garantir els suports necessaris per a una bona orientació professional; per a la recerca del lloc de treball més idoni i adequat a les seves preferències, expectatives i competències; per a la igualtat d'oportunitats en l'accés al món laboral; pel manteniment del lloc de treball i per la seva promoció professional. L'objectiu és contribuir activament en la incorporació al món laboral de les persones amb alguna discapacitat.

La concreció d'aquesta inquietud pren forma en el projecte *Timol*, on es treballa per la inserció de les persones discapacitades al món laboral. El Centre de Formació Ocupacional de Vilanova i la Geltrú s'encarrega de portar a terme les diferents fases del projecte. Ara per ara el projecte està en la seva fase inicial, en la qual es preparen els àmbits d'acció tot fent la captació i selecció dels participants, la seva acollida, l'assessorament a les famílies, la selecció de l'alumnat i la captació d'empreses interessades en el projecte.



Espai dedicat al mòbing al portal de l'ADEG



En la segona fase s'iniciarà la formació i el desenvolupament de competències amb els i les participants, i en la darrera se cercarà la contractació dels participants, fent paral·lelament el seguiment de la inserció i la sensibilització de les empreses i de la societat en general. Altres òrgans implicats en el projecte són tots els ajuntaments de la comarca del Garraf, el Consell Comarcal del Garraf, la Mancomunitat de Minusvàlids Psíquics de la Comarca del Garraf, la Plataforma Ciutadana per una Escola Inclusiva, alguns Instituts d'Ensenyament Secundari i les famílies dels usuaris i usuàries del Projecte.

[Decàleg de l'Ètica Empresarial] D'altra banda, al llarg de l'any s'ha elaborat un «Decàleg de l'Ètica Empresarial» que fou presentat a final d'any i que es pretén que sigui un model per a les seves empreses:

Una empresa actua d'acord amb l'ètica empresarial quan, a més a més de generar riquesa (valor afegit) i de vetllar per la seva continuïtat, ho fa amb actituds i maneres que garanteixen una missió en què els valors i els objectius prioritaris són:

1. Considerar que el més important són les persones. Respectar en tot moment la seva dignitat i seguretat, sense discriminació de cap mena, ja formin part dels públics interns de l'empresa, dels públics que hi estan en contacte o dels públics de l'entorn.
2. Promoure la integritat, l'honestedat i la justícia. De les persones dins de l'organització, pel que fa al seu tracte amb treballadors, clients, proveïdors o d'altres persones, així com pel que fa a la relació amb d'altres organitzacions. Promoure especialment la motivació, la fidelització, l'aprenentatge i la formació permanent de tots i cadascun dels individus.
3. Complir amb rigor i puntualitat els compromisos. Els adquirits amb treballadors, clients, proveïdors i d'altres persones, així com amb les administracions i d'altres organitzacions, mitjançant el manteniment d'un sistema viu de qualitat global.
4. Mantenir una comunicació i una informació transparent i verídica. És la base de la confiança entre persones, marca la diferència en la capacitat de interdependència i és l'essència del treball en equip. Ha de ser la que calgui, per a cadascun dels agents econòmics i socials interessats, entre els quals hi ha accionistes, creditors, clients, treballadors i Administració Pública.
5. Superar els mínims que exigeix la legislació. Complir les lleis, els reglaments i les normes que siguin aplicables, tant a l'empresa com pel que fa als seus productes i/o serveis, superant els mínims en seguretat i sostenibilitat, tant o més per convicció que per obligació.
6. Realitzar publicitat comercial verídica i responsable. Sense enganys que falsegin les prestacions reals dels productes i/o serveis. Observar una política de continuïtat i de prestigi a llarg termini, per sobre del benefici immediat a curt termini.

7. Respectar i defensar els drets humans. Com a comportament responsable de l'empresa, tot fomentant les activitats educatives i la integració de les persones més desfavorides de la comunitat.
8. Observar el màxim compromís amb l'entorn. No degradar-lo i respectar el medi ambient, sense perdre mai de vista la continuïtat de la vida en el nostre planeta.
9. Assegurar la continuïtat de l'empresa. Oferir un veritable servei que contribueixi al bé comú i alhora promoure la creativitat compartida, traduïda en innovacions rendibles.
10. Crear riquesa suficient. Generar riquesa (valor afegit) per retribuir adequadament els treballadors (treball) i els propietaris (pel capital i el risc assumit) i atendre els deures fiscals, així com col·laborar en el progrés de la societat civil (país) on està arrelada i viu l'empresa.

Visió i vinculació estratègica

Quan l'ADEG es refereix a la seva filosofia indica que manté un compromís amb el seu entorn social i econòmic i que entén com a prioritari el progrés del territori, en tant que beneficia el conjunt de la ciutadania i entitats que hi conviuen i garanteix el futur de les activitats que s'hi desenvolupen.

A més, l'ADEG és una organització conscient del valor dels seus compromisos, els quals no han de quedar devaluats en un seguit de formalitats que després no generen cap conseqüència.

És per això que volen ser coherents en la seva línia de treball i atorgar-li un sentit clarament estratègic. Precisament perquè creuen que l'RSE és important per a l'empresa d'avui, volen incorporar-la en qualitat d'associació d'empresaris i ser tan exemplars com puguin perquè entenen que aquesta serà la millor manera de transmetre-ho als seus associats i a la societat.

RESULTATS OBTINGUTS

Per a l'organització i les empreses associades:

Disposen d'un Codi Ètic propi, de la certificació en una norma, de mecanismes de reconeixement, de compromisos i marcs de treball en algunes matèries específiques d'RSE, de reflexió sobre la matèria, però sobretot disposen d'un major convenciment sobre la necessitat social i empresarial d'avançar pel camí de l'RSE amb unes pràctiques adequades.

Els seus compromisos d'RSE, concretats en l'aplicació d'una norma laboral, un codi ètic i també una norma de qualitat, són un esperó per a millorar cada dia la relació amb les seves parts interessades, la plantilla, la clientela, els col·lectius usuaris, i millorar també, per mitjà dels processos de compra i proveïment, la societat, el medi i la comunitat.



Per a la societat i la comunitat:

El seu compromís continuat i l'esforç d'aquest any temàtic han afectat diferents parts interessades, tot i que no disposem de dades d'impacte quantificables.

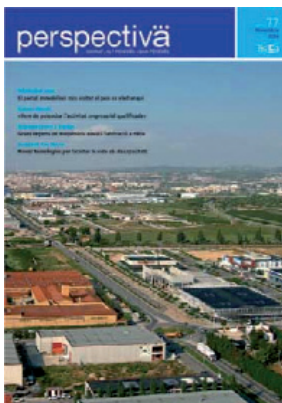
- Han establert marcs de col·laboració amb institucions diverses, públiques, no governamentals i empresarials, i mantenen vies de diàleg per a l'enriquiment mutu i l'aprofundiment.
- Cadascuna de les empreses sòcies, i en menor mesura també altres de no sòcies del territori, ha rebut l'impacte de les activitats, la qual cosa implica un coneixement bàsic i una sensibilització sobre aquest enfocament de gestió.
- A mesura que els compromisos sobre l'empresa i les fases de treball vagin avançant, les persones amb disminucions i les seves famílies també se'n veuran beneficiades.

DESPESES

Donat que l'organització d'un any temàtic és de caràcter periòdic no es pot considerar una despesa extraordinària sinó que està integrada en el pressupost global de les seves accions. El compromís que va suposar una despesa específica fou la certificació en SA8000.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

La comunicació de l'any temàtic i, més en general, del seu compromís, es fa efectiva a través de tres mitjans propis:



a) El web, en el qual hi ha un apartat específic.

b) El fax de l'ADEG, una tramesa electrònica setmanal o quinzenal amb 2.500 destinataris, i que incorpora l'agenda de l'associació i notícies d'interès empresarial.

c) "Perspectiva", revista bimestral pròpia, que durant tot l'any ha incorporat una separata dedicada a l'RSE. Se n'editen 1.500 exemplars i, a banda dels col·lectius associats, s'envia també a empreses, entitats financeres, estaments oficials, entitats gremials i patronals, i mitjans informatius del Garraf, Alt Penedès i Baix Penedès. "Models" és el nom de la separata que s'insereix a les sis edicions anuals de "Perspectiva" i que ofereix articles, notes d'agenda i informacions d'aquelles empreses que deixen petjada amb les seves actuacions i bones pràctiques.

També cal afegir els mitjans de comunicació, especialment els locals, que han fet difusió de les diferents propostes i activitats de l'ADEG sobre la matèria en qüestió.

Finalment, cal destacar que la celebració anual dels Premis ADEG inclou una categoria de Responsabilitat Social, de manera que cada any poden reconèixer públicament una empresa del territori que hagi excel·lit per les seves pràctiques d'RSE.

ADEG - www.adeg.cat

ADEG'06 Ètica i Bones Pràctiques - www.adeg.es/any06/index.htm

Models (separata RSE) - www.adeg.es/any06/models.htm

Observatori del Mobbing - www.adeg.es/observatoridelmobbing/index.html





AIGUASOL ENGINYERIA, SCCL

*“El valor
de les persones”*

Sector d'activitat
Enginyeria tèrmica

Activitat de l'empresa
Desenvolupament, disseny
i implantació de sistemes avançats
d'energia solar tèrmica, a més
de serveis de consultoria tèrmica

Localitat
Barcelona

Plantilla
14 (2006)

Facturació anual
1.000.000 euros (2006)

Pàgina web
www.aiguasol.com

Promotor de l'experiència
Tots els socis i sòcies

Àmbit Ressor
Igualtat i conciliació, Gestió de la diversitat
Qualitat de les condicions laborals,
Medi ambient, Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Aiguasol Enginyeria neix el 2002 a Barcelona. Es tracta d'una innovadora empresa d'enginyeria organitzada en forma de cooperativa autogestionada i no jeràrquica. Està especialitzada en el desenvolupament, disseny i implantació de sistemes avançats d'energia solar tèrmica, així com també en l'anàlisi del comportament tèrmic d'edificis i la participació en equips de disseny integral d'edificis, sota el rol de consultora tèrmica.

L'equip d'Aiguasol Enginyeria està format per enginyers, arquitectes i físics, així com per doctors i doctores en enginyeria tèrmica i ciències físiques.

Aiguasol Enginyeria planteja una nova forma de treballar la concepció i el disseny dels edificis, que passa per la incorporació d'una nova figura d'influència transversal: la consultoria energètica. Aquesta es converteix en una branca més de l'equip de disseny, juntament amb l'arquitectura i l'enginyeria d'instal·lacions.

La col·laboració plantejada es materialitza en diferents graus d'abast i profunditat, que van des de la concepció general de l'edifici fins a la definició dels sistemes de generació i distribució energètica, o des de l'assessorament qualitatiu fins als càlculs més avançats.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Gestió democràtica i promoció de valors socials

Data o període de l'experiència

Des del seu començament, Aiguasol Enginyeria ha integrat la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) tant en el sistema de gestió intern com en la projecció exterior de l'empresa. D'aquesta forma aconseguen integrar igualtat, conciliació, qualitat i ètica.

[Participació] Totes les decisions es prenen en l'assemblea del Consell Rector, on tothom participa i té vot. En aquestes assemblees es decideixen des de temes relacionats amb la gestió diària fins a la planificació estratègica de l'empresa.

[Igualtat] Pel que fa a la paritat de sexes, intenten apropar-s'hi al màxim, tot i que reconeixen que treballen en sectors amb una major tradició masculina que fa impossible una paritat al 50%. En qualsevol cas, intenten afavorir la incorporació de dones, sempre i quan no es discriminin les capacitats personals i professionals dels candidats i candidates al lloc de treball.

[Conciliació] Els treballadors/res i socis/es s'autogestionen la seva jornada laboral dins uns paràmetres força amplis (entre les 8:00 i les 20:00 amb jornades de 8 hores), i també realitzen un dia a la setmana de teletreball. La intenció és ampliar a dos dies de teletreball setmanals.

Una altra pràctica, en termes de conciliació, és la possibilitat d'interactuar financerament entre l'empresa i el personal treballador/soci. És a dir, si un treballador o treballadora necessita finançament per a un projecte personal pot acudir a l'empresa, que, en la mesura del possible, li donarà un crèdit a un tipus d'interès per sota del del mercat. En la direcció contrària, si l'empresa necessita un finançament puntual recorrerà en primera instància als seus treballadors/socis per tal de demanar-ls-hi un crèdit amb un tipus d'interès per sobre del del mercat.

Entre les accions futures en termes d'RSE que pretén desenvolupar l'empresa, hi ha la de possibilitar una sèrie de beneficis extrasalarials per als seus treballadors i socis, entre els quals hi ha la possibilitat de reducció de jornada, serveis d'assessorament legal i fiscal, avantatges diversos de participació en associacions o xecs restaurant/guarderia. Té previst gestionar-ho fent una enquesta de satisfacció a la seva plantilla per tal d'adaptar aquests beneficis extrasalarials.

[Projecció Exterior] En la projecció exterior de l'empresa, a Aiguasol Enginyeria fan valer l'ètica a través del Consell Rector. Així, el Consell Rector decideix sobre empreses proveïdores, clientela i col·laboració/participació amb diferents organismes.



“Un col·lectiu de treballadors i treballadores amb uns objectius comuns, on es treballi amb motivació, participació, coordinació i harmonia”

RSE.COOP és un programa cofinançat pel Fons Social Europeu per a la implantació de l'RSE en el món cooperatiu. La finalitat és afavorir el desenvolupament sostenible d'aquesta fórmula empresarial.

[Medi ambient] En tractar-se d'una empresa de serveis amb una plantilla reduïda i, per tant, amb poc impacte mediambiental i poca capacitat d'impacte en els col·lectius desfavorits, intenta incidir en aquests aspectes mitjançant la contractació de les seves empreses proveïdores. Així, en la mesura del que és possible, contracta empreses proveïdores del món cooperatiu que redueixen l'impacte mediambiental o que treballen amb persones discapacitades. Amb aquesta finalitat, per exemple, contracta els serveis de missatgeria amb Trèvol, la recollida de paper amb Femarec SCCL i el material amb Abacus, entre d'altres.

Quant a clients i clientes, no accepten aquells que no són èticament responsables –especialment en termes mediambientals–.

Finalment, en termes de projecció exterior, destinen el 5% dels beneficis a projectes solidaris que seleccionen a través del Consell Rector.

Objectius

Aconseguir retenir el talent, formar un bon equip de treball amb perspectives de desenvolupament i, en definitiva, estar en condicions d'oferir un servei de qualitat i desenvolupar nous productes i serveis.

Motivacions

Formar un col·lectiu de treballadors i treballadores amb uns objectius comuns, on es treballi amb motivació, participació, coordinació i harmonia.

Visió i vinculació estratègica

L'RSE està totalment integrada a l'estratègia, des del moment en que tots els treballadors/res intervenen en les decisions de gestió i planificació estratègica. Tanmateix, Aiguasol Enginyeria està dins el programa RSE.COOP per tal d'integrar formalment l'RSE a la gestió i estratègia empresarials.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

[Empresa] Aconsegueix retenir els treballadors i treballadores talentosos, crea cohesió social, implicació i treball en equip. Això, en definitiva, es tradueix en un treball de major qualitat.

[Empleats] A més dels beneficis directes en forma d'autogestió, teletreball o finançament, participen en les decisions empresarials, treballen motivats i gaudeixen d'un bon ambient de treball.



Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] Obté els beneficis directes de les accions de projecció exterior, com el 5% de beneficis destinats a projectes socials, l'impuls de les activitats que redueixen l'impacte en el medi ambient, el cooperativisme i la integració de col·lectius desfavorits.

[Parts interessades] Particularment les empreses proveïdores que integren el cooperativisme i la responsabilitat social en la seva missió estratègica tenen un client que prioritza aquests valors als que són estrictament de mercat.

En resum: "Treballen amb goig, ofereixen un servei de qualitat i incideixen en els valors socials."

DESPESES

Els costos directes de les bones pràctiques descrites no són especialment significatius (5% dels beneficis, sobrecost de proveïdors/es i tipus d'interès del finançament intern).

Destaquen que el cost més elevat té relació amb el funcionament de l'assemblea del Consell Rector; però que en qualsevol cas forma part de la idiosincràsia i estratègia de Aiguasol Enginyeria.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

No realitzen una difusió específica de l'RSE, però sí que col·laboren a nivell general amb diferents organismes per tal de transmetre coneixement i intercanviar experiències. Col·laboren amb l'Associació de Professionals de les Energies Renovables de Catalunya, Federació Europea de la Indústria Solar Tèrmica i l'Associació de Productors d'Energies Renovables, entre d'altres.

Associació de Professionals de les Energies Renovables de Catalunya - www.aperca.org

European Solar Thermal Industry – www.estif.org

American Society of Heating, Refrigerating and Air-Conditioning Engineers (ASHRAE) – www.ashrae.org

Asociación de la Industria Solar Térmica – www.asit.solar.com

APPA: Asociación de Productores de Energías Renovables – www.appaes

ASIF: Asociación de la Industria Fotovoltaica – www.asif.org

HELIOS: Asociación de Fabricantes e Instaladores de Energía Solar de Andalucía – www.solar-helios.com





ASSESSORIA MOMPART

*“Calia plantejar
la solució als problemes
d’una altra manera”*

Sector d’activitat

Serveis

Activitat de l’empresa

Assessorament laboral, fiscal
i comptable

Localitat

Lliçà d’Amunt (Vallès Oriental)

Plantilla

4 (2006)

Facturació anual

180.000 euros aprox. (2006)

Telèfon

93 860 70 02

Promotors de l’experiència

Maria Teresa Mompарт, gerent
laboralm.mompарт@factorfi.com

Àmbit Ressor

Igualtat i conciliació

DESCRIPCIÓ DE L’EMPRESA

L’Assessoria Mompарт SLU és una assessoria laboral, fiscal i comptable de petita dimensió creada ara fa vint anys.

Es tracta d’una societat limitada unipersonal on treballa un equip de quatre persones que actua principalment al municipi de Lliçà d’Amunt i a la comarca del Vallès Oriental.

Impacte empresarial

Els horaris habituals del sector, de jornada partida i fins a les set del vespre, dificulten la dimensió personal i la vida familiar dels treballadors i treballadores de la majoria de les assessories catalanes. A tot estirar, algunes assessories tanquen el divendres a la tarda.

A més, el servei que ofereix aquest tipus d’establiments ve marcat per una temporalitat acusada, ja que en determinades èpoques de l’any el volum de feina es dispara i cal accentuar la dedicació per tal de fer front a tancaments mensuals i semestrals, fet que comporta una forta dosi d’estrès. En el cas de les persones centrades en el servei laboral, aquesta càrrega encara és més gran, fins al punt que acostuma a comportar un esgotament i una rotació laboral en moltes assessories similars.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Conciliació feina-família en una petita assessoria local

Data o període de l'experiència

Cap a l'any 2001, quinze anys després d'haver estat creada, l'empresa va fer un salt endavant en el model de funcionament, passant a efectuar una política horària que facilités la conciliació de la vida laboral i la vida personal.

Objectius

L'objectiu que es va plantejar l'empresa va ser disposar d'un horari d'atenció al públic únicament de matins i flexibilitzar els horaris laborals per tal de millorar la conciliació de la vida laboral amb la vida familiar de l'equip humà.

Motivacions

El fet desencadenant fou la voluntat per part de la titular del negoci, en plantejar-se la necessitat d'atendre millor la seva filla petita.

Tanmateix, la reflexió la va portar a no cercar una solució específica per al seu cas sinó a plantejar un nou model horari que permetés una millora de vida de tot l'equip, atesa la circumstància afegida que sempre ha estat integrat plenament o majoritàriament per dones.

Accions, fases del procés i participants

Inicialment van estar fent alguns intents i proves sobre com es podien combinar dedicacions per tal de fer possible la conciliació, sense obtenir, però, el resultat i la qualitat desitjats. Calia plantejar-ho d'una altra manera.

La decisió transcendent, des del punt de vista comercial i de relació amb els clients, va ser establir un nou horari, de les 8 a les 15 hores, tancant a les tardes i deixant d'oferir el servei habitual fins a les 7 del vespre.

Aquest plantejament alternatiu comportava no solament un canvi intern sinó la necessitat de saber-ho explicar a la clientela i de demanar-li una modificació també en els seus costums.

Al començament no va ser fàcil i calia trobar maneres de solucionar els problemes. Per tal d'evitar situacions irresolubles per a la clientela, es van arbitrar mesures facilitadores, evitant així també que se'n poguessin perdre per una manca de servei adequat. Tenint en compte la realitat contextual (dimensions del poble i del servei) no es va fer difícil cercar solucions a mida per als casos determinats, els quals van tenir un caràcter puntual.

Entre les reflexions i la manera d'abordar l'actuació que ens fa Maria Teresa Mompert, volem ressaltar les següents:



“El secret rau a explicar a la clientela per què ho fas. Cal fer entendre sense miraments que volem estar amb la família. Segurament a nosaltres ens ha estat més fàcil de fer-ho comprendre, pel fet de ser dones. Els homes, sovint, encara ho tenen més difícil per a fer prevaldre explicacions d'aquestes davant la clientela i fer que tothom respecti la seva decisió.”

El secret rau a explicar a la clientela per què ho fas. Cal fer entendre sense miraments que volem estar amb la família. Segurament a nosaltres ens ha estat més fàcil de fer-ho comprendre, pel fet de ser dones. Els homes, sovint, encara ho tenen més difícil per a fer prevaldre explicacions d'aquestes davant la clientela i fer que tothom respecti la seva decisió.

En definitiva, tot és qüestió de costums, i el costum vigent no és positiu, no funciona bé. Vam anar prenent consciència que calia afrontar-ho de ple quan vèiem que algun client o clienta ens venia a veure després de plegar de la feina i havent passat per casa seva a dutxar-se. No tenia sentit estar a l'oficina esperant que vinguessin, quan després hem observat que igualment poden venir a les vuit del matí sense cap problema, i de vegades amb un estat de concentració millor per totes les parts, que no pas després de tota una jornada laboral.

[Flexibilitat horària] A més a més de l'horari d'atenció matinal, la seva aposta es combina amb una màxima flexibilitat horària, ja que tenen horaris i dedicacions horàries diferents en funció de les necessitats particulars, fent així possible que algú treballi només els matins, o bé que algú es quedi dues tardes, per exemple.

A banda d'això, tenen horaris de dedicació interna sense clients ni trucades, a partir d'unes rotacions durant l'horari d'oficina. La gerent sempre hi és de 3 a 6 de la tarda, amb una dedicació interna que abans li era difícil de portar a terme adequadament. La clientela, per tant, sap que si es produeix una urgència hi pot accedir, sempre i quan sigui respectuosa i no faci ús d'aquest recurs si no està justificat.

Pel que fa a l'equip, si s'han de fer horaris extraordinaris en virtut de la temporalitat del servei, per descomptat es fan sense cap problema, o s'estableixen les combinacions que el volum requereixi. La diferència amb d'altres empreses del sector i de la situació laboral, on hi ha moltes persones "cremades", afavoreix aquesta major satisfacció i una manera positiva d'afrontar les necessitats del servei.

Tanmateix, a banda dels períodes de grans tancaments, no els cal fer ús de les dedicacions extraordinàries. De fet, ara per ara, fins i tot les declaracions de renda dels particulars es fa en horaris de matí, malgrat que si en algun cas haguessin de plantejar una excepció ho farien.

Tot plegat ha millorat la capacitat de treball en equip, cosa que en aquesta feina és essencial per ajudar-se mútuament quan hi ha volums excessius en una àrea. L'excel·lent clima laboral afavoreix el treball en equip i l'esperit col·laboratiu.

[Impacte en les parts interessades: clients, equip...] Pot ser que hagin perdut algun client --només els en consta un-- o que hagin deixat de guanyar-ne, però l'objectiu no era créixer a costa de la qualitat de vida. I l'extensió horària no té per què ser un factor fonamental en la seva proposta comercial, fins al punt que entenen que la millor manera de compensar la clientela és a partir d'una atenció excel·lent. I ara precisament afirmen que estan en condicions de poder aportar una millor qualitat laboral i humana.

L'equip està plenament motivat i satisfet amb la mesura presa; la fidelització i implicació empresarial és alta, i en els darrers temps no s'ha produït rotació laboral. Se senten 'equip' més que no 'unes contractades'. I, sens dubte, això és molt rendible per a l'empresa i també per a cadascú, ja que amb el sou no n'hi ha prou per estar a gust en un lloc.

Tenen la certesa que altres persones del sector estarien encantades de poder-hi treballar. No dubten que en el cas de les dones encara valoren més, per necessitat, la compensació que suposa tenir aquests avantatges horaris.

Cal fer notar també una certa reflexió per part de la titular de l'empresa, sobre la necessitat que la mateixa societat civil prengui el protagonisme en certs canvis socials i que no es deleguin a l'administració pública. Considera que massa sovint el sector públic genera mecanismes de participació formals que, sense dubtar que han estat necessaris, no aporten la força dels canvis necessària actualment. Per això, la seva acció empresarialment compromesa també pren aquest valor de mostrar la capacitat d'exercir el compromís des de l'empresa sense tuteles ni retòriques poc efectives.

Visió i vinculació estratègica

La política descrita es va implantar com a resultat d'una necessitat, però va suposar una nova definició d'un model de negoci respecte la relació amb la clientela i l'equip humà, fins al punt de considerar-lo actualment una fortalesa.

Per coherència amb aquest model, poden haver de renunciar a una certa expansió o creixement, però a canvi ofereixen una bona qualitat d'atenció a la clientela que deixa en segon terme la manca de servei de tarda.

Ahora, també poden haver de renunciar a alguns serveis en la seva cartera, com ara les assegurances a particulars, que els condicionarien molt més a haver d'obrir a les tardes. Per contra, es dediquen més a les empreses.

En qualsevol cas, la seva pràctica es limita a la descrita i no tenen previst incorporar altres conceptes al voltant de la Responsabilitat Social de l'Empresa.

RESULTATS OBTINGUTS

[Per a l'organització i l'equip] El primer beneficiat és, sens dubte, l'equip humà, per la possibilitat de millorar la seva dimensió personal i la vida personal. Però l'empresa també se'n beneficia molt directament com a conseqüència de la millor qualitat de vida de les persones, la major satisfacció laboral i la vinculació a l'empresa amb una implicació més forta.



[Per a la clientela i la comunitat] La clientela està habituada al format de la prestació del servei i l'accepta sense trobar-hi cap dificultat, alhora que es veu beneficiada per una relació més atenta de l'equip humà de l'assessoria.

Si bé la comunitat associada directament a la millora és minsa –les famílies respectives- sí que hom pot considerar l'impacte social que aquestes pràctiques tenen com a exemples d'èxit i com a models necessaris per a avançar en el canvi general de model horari en el nostre país.

DESPESES

Aquesta pràctica és un bon exemple de com una decisió d'RSE no té per què comportar despeses, sinó que un cas com aquest és només una manera diferent d'afrontar els problemes i de repensar l'organització.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

La comunicació que practiquen és purament funcional: quan ve un client o una clienta, el primer que li expliquen és com funcionen, per tal que després no s'endugui sorpreses. I, en general, avui dia s'entén perfectament.

No consideren que els calgui haver d'anar explicant la seva pràctica més enllà i veuen difícil que la seva competència els segueixi els passos a curt termini, però en el seu cas els funciona i n'estan satisfetes, i els agrada fer-ho notar a qui els ho demana.



BITLONIA.COM

*“El principi rector
sempre ha estat
fer les coses bé”*

Sector d'activitat
Serveis empresarials

Activitat de l'empresa
Màrqueting a Internet

Localitat
Mataró

Plantilla
15 (2007)

Facturació anual
1.000.000 euros (2007)

Pàgina web
www.bitlonia.com

Promotor de l'experiència
Josep Lluís de Gabriel, gerent

Àmbit Ressor
Igualtat i conciliació,
Qualitat de les condicions laborals,
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Bitlonia.com neix a Mataró el 1999, en plena efervescència d'Internet. Inicialment es componia de dues persones que es dediquen exclusivament al disseny de pàgines web, però de seguida decideixen anar més enllà i desenvolupar un projecte empresarial més ambiciós.

Actualment són un equip multidisciplinar de 15 persones i ofereixen serveis integrals de màrqueting per Internet, diferenciats en tres línies de negoci:

1. Desenvolupament d'estratègies per posicionar amb èxit pàgines web en els principals cercadors i atreure visites d'interès.
2. Disseny de la presència a Internet i campanyes de la seva clientela.
3. Gestió integrada de tots els mitjans que ofereix Internet per a les seves campanyes, i audició dels resultats amb tecnologia puntera de desenvolupament propi.

En els seus vuit anys de funcionament ja compten amb l'experiència de més d'un centenar de projectes realitzats en la majoria de sectors econòmics.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Responsabilitat interna entre les persones i responsabilitat externa amb les necessitats socials

Data o període de l'experiència

A Bitlonia.com entenen la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) com una part més de la gestió i estratègia empresarial. Així, l'RSE ha crescut paral·lelament amb l'empresa abordant directament i personalment cada àmbit, situació, necessitat i iniciativa que ha sorgit en aquest camp.

[Conciliació] Ajusten la jornada laboral a les necessitats personals de cadascú. D'aquesta forma i sense unes directrius preestablertes, tracten personalment amb cada treballador/a per ajustar la seva jornada laboral i compatibilitzar-la amb estudis o altres circumstàncies personals.

En aquest àmbit, també procuren planificar allò que ells denominen *Career Plan* de cada treballador/a. Cada any, el director es reuneix amb cada membre de la plantilla per tal d'analitzar el perfil, les inquietuds i necessitats del mateix, i com compatibilitzar això amb les necessitats i estratègies de l'empresa. En aquest marc també es recullen les necessitats formatives dels qui treballen a l'empresa.

[Participació i transparència] La transparència interna i la participació configuren els valors en què es fonamenta el funcionament de Bitlonia.com. Així, realitzen dues reunions anuals amb tot l'equip que denominen dies "B", amb dues finalitats ben determinades. Per una banda, es tracta que tots coneguin i siguin partícips dels objectius establerts, de les línies estratègiques, de les repercussions de l'activitat realitzada i del creixement de l'empresa. Per altra banda, també realitzen activitats de grup per tal de fomentar la participació i cohesió de l'equip.

Quant a l'estructura, tenen establerts una sèrie de comitès (comitè d'innovació, comitè de projectes, comitè d'ONG, etc.), de manera que cada treballador/a forma part almenys d'un comitè.

Pel que fa a sou i categories professionals, tenen unes relacions i itineraris establerts que es recullen en un dossier de lliure accés per a qualsevol treballador/a.

Anualment realitzen una enquesta a tota la plantilla per tal de conèixer la seva situació envers el grup i la seva percepció sobre el futur de l'empresa.

[Acció Social] Les persones que treballen a Bitlonia.com assumeixen el compromís de contribuir en el desenvolupament sostenible de les Tecnologies de la Informació i Comunicació, en benefici de tota la societat. Amb aquest propòsit, l'empresa destina l'1% dels beneficis a finançar projectes tecnològics de caràcter solidari.



Masde55.com és un portal desenvolupat per Bitlonia.com amb l'objectiu d'aconseguir un somriure i de donar suport a la gent gran.

La **Fundación APALCE** centra la seva activitat principal en la neurorehabilitació i el recolzament a les famílies. Bitlonia.com ha realitzat una campanya de *cibermarketing* per a la fundació.

Fundació per la Pau és una ONG que té per finalitat la instauració progressiva d'una cultura de pau. Bitlonia.com ha desenvolupat el portal de la fundació.

L'**Associació de Familiars de malalts d'Alzheimer de Barcelona** disposa d'un nou portal que els serveix d'instrument de comunicació i coordinació via Internet. Es tracta d'un projecte cofinançat per Bitlonia.com i Microsoft.

El **Codi Ètic Internacional Natural SEO** consisteix a posicionar una pàgina web amb accions orientades a l'activitat que realitza l'empresa en qüestió. D'aquesta manera, es pretén la captació de clients i clientes potencials interessats en aquesta activitat, enlloc d'una simple difusió indiscriminada.

Dintre de l'estructura de comitès, el Comitè ONG s'encarrega de gestionar l'activitat de l'empresa amb les ONG. La voluntat de Bitlonia.com és oferir el desenvolupament i l'allotjament gratuït de la pàgina web d'aquelles ONG que vulguin potenciar la seva presència a Internet.

D'aquesta manera, aporten coneixement i recursos, sempre i quan els treballadors i treballadores acceptin participar voluntàriament i sense ànim de lucre.

Sota aquest marc de col·laboració, Bitlonia.com ha desenvolupat projectes amb Masde55.com, Fundació per la Pau, Fundación Ayuda para los Lesionados Cerebrales (APALCE) i l'Associació de Malalts d'Alzheimer de Barcelona.

[Mercat] La relació de Bitlonia.com amb la seva clientela es basa en l'ètica, la innovació i la transparència. Així, assumeixen i apliquen el Codi Ètic Internacional Natural SEO per a la indexació de webs de la clientela; disposen d'un Comitè d'Innovació que avalua i aporta idees a cada projecte i, per tal d'oferir la màxima transparència, han desenvolupat un sistema propi per a mesurar amb detall els resultats obtinguts en les campanyes a Internet.

Pel que fa a la interacció amb la competència, des de Bitlonia.com fomenten una actitud basada en el diàleg. Per això formen part de GENTIC, una associació comarcal a favor del desenvolupament de les noves tecnologies que realitza accions en què col·laboren empreses competidores, però que alhora serveix de fòrum d'intercanvi d'experiències.

Objectius

Créixer conjuntament i aprofitar les sinèrgies entre necessitats-inquietuds del personal i les necessitats-estratègies empresarials per avançar en la direcció correcta amb un creixement sòlid i sostenible.

Motivacions

Crear un espai de conciliació, participació i realització personal, per donar cabuda als valors professionals, personals i socials.

Visió i vinculació estratègica

A Bitlònia.com consideren l'equip humà l'element clau per gestionar amb èxit els seus projectes i, per tant, la responsabilitat interna de les persones és una peça clau en la seva estratègia.

Per altra banda, també reconeixen que el funcionament i l'activitat que realitzen està estretament vinculada amb l'entorn i l'aposta de la ciutat per les noves tecnologies. Així, incorporen la responsabilitat externa amb les necessitats socials com a mecanisme per assegurar la sostenibilitat de l'activitat.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

[Empresa] Tenen i estan formant un gran equip de professionals sobre el qual es fonamenta la gestió amb èxit dels projectes.

[Empleats] Desenvolupament professional i participació en l'èxit empresarial.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] Es beneficia de la col·laboració i l'impuls de les activitats de les entitats sense ànim de lucre.

[Parts interessades] Els clients obtenen uns serveis de qualitat amb una base ètica i amb la màxima transparència, i els competidors gaudeixen d'un espai de diàleg i un tracte cordial.

En resum: "Han ideat un espai on cadascú pot treballar en allò que li agrada i on se sent bé amb si mateix i amb l'entorn."

"Tenen i estan formant un gran equip de professionals sobre el qual es fonamenta la gestió amb èxit dels projectes"

DESPESES

Les despeses o costos derivats de les accions relacionades amb l'RSE corresponen a l'1% del benefici i als costos d'organització del funcionament dels comitès i dels dies "B". En qualsevol cas, no representa un sobrecost elevat i està totalment integrat en el pressupost ordinari de l'exercici.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Bitltonia.com realitza la difusió explícita de les seves activitats en RSE mitjançant la seva pàgina web.

Per altra banda, també realitza xerrades i conferències a escoles i universitats sobre temàtiques puntuals relacionades amb l'activitat de l'empresa.

Masde55 - www.masde55.com

Fundación APALCE - www.apalce.net

Associació de malalts d'Alzheimer de Barcelona - www.afab-bcn.org





CACTUS DISSENY

*“Responsables
i solidaris”*

Sector d'activitat
Serveis empresarials

Activitat de l'empresa
Disseny gràfic i web

Localitat
Sabadell

Plantilla
4 (2007)

Facturació anual
120.000 euros (2007)

Pàgina web
www.cactus-disseny.com

Promotora de l'experiència
Ariadna Albareda, sòcia, directora d'art
i cap de producció

Àmbit Ressort
Gestió de la diversitat
Qualitat de les condicions laborals,
Medi ambient, Salut i seguretat,
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Cactus Disseny és un estudi de disseny gràfic que es crea el 2004 a Sabadell per iniciativa de dos joves professionals amb una contrastada experiència en el món del disseny gràfic i la gestió de projectes de petites i mitjanes empreses.

Ofereix serveis que abasten des del disseny de logotips i imatges corporatives, passant pel disseny d'elements de comunicació (díptics, tríptics, catàlegs, rètols), elements de promoció (imatges corporatives aplicades) fins a la comunicació digital (pàgines web, disseny de correus electrònics). De la mateixa manera, ofereix la gestió i producció d'impremta de tots aquests elements, oferint, així, un projecte “claus en mà” al client, tot assegurant la qualitat del disseny i del producte final.

El plantejament estratègic de Cactus Disseny contempla el desenvolupament de l'estudi com empresa de comunicació per convertir-lo en una “eina que els clients tinguin a la seva disposició per millorar llur comunicació, imatge de marca i posicionament en el mercat, de manera que millori la percepció de la clientela respecte l'empresa”.

Tots els dissenys realitzats a l'estudi són individuals, singulars i aplicats d'una manera única a cada client. Cada projecte s'identifica amb cada client/a i no es repeteix ni s'aplica per segona vegada. Els valors intrínsecs de Cactus Disseny passen, entre d'altres, per desenvolupar un disseny de qualitat i oferir a la clientela un servei i un producte atractius, tant a nivell de costos com de qualitat final.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Minimitzar impactes, qualitat laboral i acció social

Data o període de l'experiència

La filosofia i estratègia de l'empresa, sempre seguint els valors que la caracteritzen, s'alinea amb la responsabilitat social (RSE) de forma clara i definida, contemplant els vessants de conciliació personal i professional, solidaritat, medi ambient i sostenibilitat i igualtat d'oportunitats.

[Flexibilitat i conciliació] L'equip que conforma Cactus Disseny és equilibrat, ja que està format per dues dones i dos homes. L'horari per als treballadors és intensiu, de 9:00 a 15:00, cosa que permet dedicar les tardes als aspectes personals.

Les hores d'entrada i de sortida de l'empresa són obertes: es poden desplaçar les hores al final de la jornada o a un altre dia, cosa que permet un horari totalment flexible.

Durant les èpoques de molta feina l'horari passa a ser de 9:00 a 17:30 i el personal es pot quedar a dinar a l'estudi, ja que hi ha nevera i microones. Així mateix, també compten amb la possibilitat de partir l'horari, segons convingui. Actualment l'empresa està condicionant una sala separada per tal que els treballadors puguin fer-hi pauses i dinar sense haver de fer-ho al mateix lloc de treball.

Les hores extres sempre són remunerades de dues maneres: remuneració econòmica o bé dies o hores lliures. L'elecció és lliure per al treballador/a.

En la planificació del calendari laboral intenten aplicar la lògica i prefereixen aprofitar ponts i dies que queden entremig de dies festius per allargar el descans dels treballadors i no generar jornades laborals aïllades que no tenen continuïtat. Així, si la càrrega de feina ho permet, procuren fer tots els ponts i compensen les hores en altres dies.

Per altra banda, tots els treballadors tenen l'opció d'un dia de festa al mes, sigui quin sigui el motiu i sense la necessitat de donar cap tipus d'explicació, i poden recuperar les hores quan vulguin.

Un dels socis aplica el teletreball i realitza les seves tasques des de casa, evitant, així, desplaçaments diaris de Barcelona a Sabadell.

[Gestió de la diversitat] Fins al moment no han tingut l'oportunitat de contractar cap persona amb discapacitat o amb origen cultural o nacional diferent. Tot i així, és un aspecte que tenen molt present i intenten incidir-hi positivament mitjançant la contractació amb les empreses proveïdores. Així, entre els seus proveïdors

“La filosofia i estratègia de l'empresa, seguint sempre els valors que la caracteritzen, s'alinea amb l'RSE de forma clara i definida.”

XALEST

És un centre de formació de secundària adaptada per a joves i adolescents a partir de 14 anys amb dificultats d'aprenentatge i d'integració social.



compten amb l'empresa XALEST (centre per a joves amb dificultats) per realitzar manipulacions i part dels projectes, sempre valorant econòmicament a preu de mercat la seva dedicació.

[Qualitat de les condicions laborals] El sistema d'incorporació de la plantilla es va fer a partir de la realització de pràctiques a empreses per a la convalidació de crèdits de la carrera.

Posteriorment a un període de prova d'aproximadament tres mesos, se'ls va realitzar un contracte laboral per tres anys que fos ajustat a les seves característiques professionals. Han previst un augment salarial del 10% anual que anirà acompanyat de l'assumpció de noves responsabilitats i la gestió integral de projectes.

Així mateix, es motiva la promoció personal de cadascú mitjançant accions de formació continuada pel desenvolupament professional. Paguen el 100% dels cursos que fan els treballadors i alguns cursos es fan dins l'horari laboral.

[Medi ambient] A Cactus Disseny són escrupolosos amb reduir l'impacte mediambiental.

En primer lloc, i especialment pel que fa a la seva activitat, realitzen un gran nombre d'accions destinades a minimitzar el consum de paper. Així, han desenvolupat un sistema informàtic que permet tant la gestió de cada projecte com l'avaluació i modificacions dels clients/es en pantalla. També reutilitzen al màxim el paper abans de reciclar-lo i només imprimeixen allò estrictament necessari i a doble cara. Per altra banda, tot el contacte amb la clientela i les empreses proveïdores es realitza mitjançant el correu electrònic.

Realitzen una gestió adequada dels residus separant i dipositant als llocs adequats; apliquen un criteri de selecció dels proveïdors per tal de que siguin respectuosos amb el medi ambient, minimitzen l'ús d'energia i utilitzen el màxim possible de recursos reutilitzables.

Tot i així, són conscients que causen un impacte ambiental i per això han mesurat el CO₂ que generen i s'han compromès a plantar cada any els arbres necessaris per compensar-ho. El 2007 han estimat que haurien de plantar 2,75 arbres per absorbir el CO₂ generat i han contractat la plantació de 4 arbres amb *Maderas Nobles de la Sierra de Segura, SA*.

[Salut i seguretat laboral] Consideren que una bona feina només es pot desenvolupar en un ambient de treball agradable i que compleixi els requisits adequats. Per aquest motiu, disposen de llocs de treball ergonòmics i adaptables a cada tipologia de persona, utilitzen llum natural en la mesura del possible, procuren que tot l'equip tingui moments de descans de forma regular i tenen organitzada la visita d'un fisioterapeuta per corregir els mal hàbits posturals.

Maderas Nobles de la Sierra Segura SA és una empresa de silvicultura ecològica per a la producció sostenible de fustes de valor elevat, la compensació d'emissions contaminants mitjançant l'absorció de CO₂ i la creació d'una barrera verda per fer front a la desertització i el canvi climàtic a la península Ibèrica.

[Projecció exterior de l'empresa] A Cactus Disseny són conscients de les necessitats socials i impulsen el model d'empresa solidària com a mecanisme per garantir la continuïtat, la serietat i qualitat de les col·laboracions i treballs solidaris. Creuen que, més enllà dels esforços i les col·laboracions personals i puntuals, les empreses han d'adquirir compromisos socials per avançar en aquest àmbit.

Sota aquesta perspectiva, col·laboren amb la seva oferta de disseny solidari (disseny gratuït valorat en hores de treball) amb:

- *La Protectora d'animals de Sabadell*, per a qui realitzen el disseny de la identitat corporativa i logotip, el disseny i la maquetació de la revista semestral, el disseny de samarretes i elements de *merchandising*, la cartellera d'esdeveniments i comunicats diversos.
- *Som-hi* (voluntariat), per a qui realitzen el disseny de la revista, la confecció i el manteniment de la pàgina web i els tríptics de promoció.
- *Punt Voluntariat*, per a qui realitzen el disseny de butlletins (apunts de voluntariat) mensuals i l'assessorament de l'aplicació de la seva imatge corporativa.



Objectius

Treballar amb goig i formar un equip de treball que doni cabuda a les necessitats i inquietuds de cadascú.

Motivacions

Incorporar la dimensió social l'empresa.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

[Empresa] Gaudeix d'una bona reputació, d'una xarxa de treball sòlida, de diferents canals de difusió i d'una fidelització de la clientela. Tot plegat contribueix a definir una estratègia sòlida i fonamentada que augmenta la confiança de la clientela.

[Empleats] Creix l'autoestima en el treball, participen del creixement de l'empresa, estan satisfets amb el treball que es realitza i algunes activitats d'acció social els serveixen per alleujar els treballs més pesats o xafogosos.



Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] Es beneficia de les bones pràctiques mediambientals i de l'impacte que té el disseny solidari en l'activitat de les entitats on col·laboren.

En resum: "Minimitzen l'impacte, gaudeixen al lloc de treball i contribueixen a les millores socials."

DESPESES

Les bones pràctiques en conciliació, condicions laborals i medi ambient no tenen un cost explícit més enllà del temps i l'esforç que comporta dur-les a terme.

Pel que fa a les col·laboracions amb el disseny solidari, sí que repercuteix un cost directe a causa del desviament de recursos. Una consultora externa l'ha quantificat en un total de 9.400 euros fins a l'actualitat.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

No realitzen una difusió explícita de les seves activitats en RSE, però sí que realitzen un *mailing* sobre les novetats de l'empresa al seu llistat de difusió, on afegeixen uns eco-consells al peu de pàgina per tal d'impulsar accions socialment responsables.



XALEST - www.terra.es/personal/xalest
 Maderas Nobles de la Sierra Segura - www.maderasnobles.net
 Som-hi - www.som-hi.org
 Protectora d'animals de Sabadell - www.protectorasabadell.org

NOVELL

CAFÈS NOVELL

“Hem aconseguit posar en una tassa el respecte pel medi ambient, el comerç responsable, el compromís social i, com sempre, el millor cafè”

Sector d'activitat
Alimentació (cafè)

Activitat de l'empresa
Venda de cafè (incloent processos de selecció, importació, torrefacció, sistemes de *vending* i franquícies)

Localitat
Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)

Plantilla
60 (2006)

Facturació anual
12.000.000 euros (2005)

Pàgina web
www.cafesnovell.com

Promotor de l'experiència
Ramon Novell, director general
cafesnovell@cafesnovell.com

Àmbit Ressor
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Cafès Novell és una empresa familiar dedicada, des de 1958, a la selecció, la importació, la torrefacció i la venda de cafè. La seu central està situada a Vilafranca del Penedès i compta amb delegacions arreu d'Espanya. La nova planta productora i les instal·lacions complementàries es van posar en marxa l'any 1990 i ocupen una superfície de 4000 m². La marca Cafès Novell es troba posicionada en el segment de mercat de l'alta hostaleria.

La imatge corporativa identifica aquesta empresa com a innovadora, amb visió de futur, orientada als consumidors i les consumidores i preocupada per oferir un servei professional. La seva missió és “*seduir els sentits de totes les persones amb una tassa de cafè perfecta, fruit d'una llarga experiència i un gran sentit de contribució a la cultura del cafè*”.

Com a valors corporatius, fan referència a:

- Satisfacció del/la client/a
- Il·lusió en el servei
- Actitud proactiva envers el mercat
- Equip fort i motivat
- Flexibilitat i adaptació



La gerència de Cafès Novell fa una planificació estratègica del negoci tenint en compte les noves tendències de mercat, com evoluciona el sector i les noves tecnologies. D'aquesta anàlisi en surten uns objectius concrets, sempre en termes d'innovació, que responen al Pla Estratègic Corporatiu. També s'aplica un pla per aconseguir el desenvolupament professional de la plantilla, tot fomentant el concepte d'empresa intel·ligent.

En resposta a la satisfacció necessària del client/a, l'empresa ha creat una línia directa d'atenció integral. Aquest sistema inclou la gestió i resolució de les queixes i és la base per identificar possibles millores dels productes i serveis. La certificació de qualitat ISO 9001 assegura el control de tots els processos, en un camí irrenunciable cap a l'excel·lència. Afirmen que l'empresa escolta la veu de tot l'equip humà i de la clientela.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Cap al cafè 100% responsable i de màxima qualitat

Data o període de l'experiència

S'inicia el 1999 tot i que formalment el pas més rellevant té lloc l'octubre del 2004, amb la certificació UTZ KAPEH, i planteja un desenvolupament progressiu fins arribar al 100% del cafè certificat en 10-15 anys.

Objectius

Augmentar progressivament el percentatge de cafè responsable dins el conjunt de les vendes sense afectar el preu ni la qualitat, millorant la confiança i la satisfacció de la clientela i obtenint el benefici d'un posicionament estratègic i singular.

Percepció general de l'RSE

Les persones amb qui hem mantingut l'intercanvi d'impressions ens mostren un gran convenciment en les pràctiques que estan desenvolupant i les vinculen clarament al model de negoci i a la seva estratègia empresarial. Remarquen amb contundència que no voldrien que se'ls associés a una acció de bona fe o caritativa: ja els està bé fer una acció positiva per a la societat, però pretenen que aquesta sigui un valor afegit, no l'atribut central del seu producte, el qual ha de ser, per damunt de tot, la qualitat.

Afirmen sentir-se una empresa i no cap altra cosa, però no neguen la satisfacció que els produeix saber que estan fent un model de comerç que indirectament produeix el bé alhora que satisfà el seu públic. No neguen que en les pràctiques de l'RSE algú pugui moure's més per interessos d'imatge però, en el seu cas, el compromís social i ambiental forma part d'un tot integrat que els ha de ser rendible i no ha de posar en perill la qualitat, de manera que no ho farien mai merament per imatge.



Impacte empresarial

Les indústries del sector cafeter han pres consciència del gran impacte que tenen en l'inici de la cadena, en la producció i en el seu entorn social i ambiental. De fet, el cafè és el segon producte més important per a l'exportació dels països en vies de desenvolupament, després del petroli. Alguns països en són molt dependents i la seva venda és fonamental per al sosteniment de 25 milions de persones, i les seves famílies, dedicades a l'agricultura.

Des de l'any 1997, els preus internacionals del cafè verd s'han reduït dràsticament i han arribat a ser els més baixos, en termes reals, dels darrers 40 anys, cosa que ha provocat que els ingressos hagin caigut a la meitat. Els beneficis d'aquest negoci es reparteixen de manera injusta i desigual, ja que les grans corporacions paguen uns preus sovint per sota del cost de producció. A banda de l'impacte econòmic i social, determinats models de plantacions també són poc sostenibles des del punt de vista de l'impacte ambiental.

Motivacions

L'entrada de Cafès Novell en el món del cafè responsable va venir donada per una decisió empresarial, no com a resultat de pressions externes ni d'una orientació filantròpica. Cal dir que la motivació per part de la direcció no és recent; feia temps que tenia la voluntat de fer alguna cosa en aquest sentit i, tractant-se d'aquest sector, es fa prou evident quina línia de treball pertoca. "Per descomptat —ens diu el director general— també podríem haver canalitzat aquesta sensibilitat mitjançant una aportació o col·laboració a alguna escola del Brasil, per exemple, però enteníem que havia de ser una aposta més integrada, més sostenible i ens ho vam plantejar com una oportunitat."

En aquest sentit, "el primer que fas és aixecar la vista i mirar què s'està fent, com ara les botigues de comerç just", però lamenta que en aquest model es pretén vendre només a partir del compromís solidari dels consumidors i consumidores, deixant en un segon terme la qualitat del producte i establint un preu per sobre del mercat.

El criteri de responsabilitat empresarial de la direcció es manifesta clarament quan afirma que qualsevol decisió ha de tenir en compte el risc que pot comportar per a la seva clientela d'hostaleria, defugint qualsevol operació que pugui posar en risc els èxits i beneficis.

Per això, el seu compromís ha estat el d'avançar cap a un producte sostenible condicionat a poder:

- a) oferir la mateixa qualitat
- b) oferir el mateix preu
- c) oferir una garantia sobre la sostenibilitat

En aquest sentit, creuen que la diferència de cost, si n'hi ha, s'ha d'assumir al llarg de la cadena, inclosos ells mateixos, per tal que no afecti el consumidor final. Existeix un impacte inicial de cost que s'ha anat assumint i, en tot cas, hi ha un cost afegit, que és el de la pròpia certificació, però que no té una rellevància significativa en el cost final. Quant a la garantia, creuen que han de

“Feia temps que teníem la voluntat de fer alguna cosa en aquest sentit..., però enteníem que havia de ser una aposta més integrada, més sostenible i ens ho vam plantejar com una oportunitat”

basar-se en una certificació independent per tal de tenir una major credibilitat per sobre dels compromisos que com a empresa poguessin comunicar.

Aquestes condicions, segons el seu punt de vista, es van complir fa tres anys, motiu pel qual van optar amb determinació per aquesta línia de treball, amb el producte “Cafè Novell Responsable” i actualment amb la nova línia “Filosofia Q”.

Accions, fases del procés i participants

L'any 1999 es va iniciar la primera fase del projecte. Es va començar fent un projecte intern amb l'objectiu d'identificar organitzacions. En aquell moment es van succeir els contactes amb FairTrade, Intermon Oxfam, Setem, Tropical Farm Management, Coffee Kids, RainForest Alliance i UTZ KAPEH.

Cap al 2002 van iniciar els tràmits per a la certificació i a l'octubre del 2004 van obtenir la certificació UTZ KAPEH (que vol dir “bon cafè” en llengua maia) per al “Cafè Novell Responsable”. Van ser la primera empresa de la península a obtenir aquesta certificació i l'única fins ara. Des de la formalització d'aquest acord, el creixement de les vendes ha estat espectacular i per al període 2006-2007 s'espera consolidar entre un 10% i un 15% de les vendes de cafè responsable.

A la segona fase del projecte, Cafès Novell va signar un acord de col·laboració amb Intermon Oxfam. A partir de l'any 2003, Cafès Novell va crear una oferta de productes i serveis de vending responsables per a introduir el Cafè Responsable a la feina tot adequant l'oferta a qualsevol dimensió d'empresa o institució, des d'una oficina a una fàbrica.

La tercera fase va iniciar-se el 2005 amb la voluntat d'aconseguir una producció 100% responsable. Actualment estan llançant un nou producte sota la denominació “Filosofia Q”, que ha obtingut la certificació FairTrade que atorga Intermon-Oxfam. Aquesta nova marca es diferencia de la imatge tradicional de Cafès Novell, ja que està pensada per aquells comerços que no es volen identificar amb una determinada marca d'empresa.

Com afecta altres parts interessades, proveïdors, etc.

Per aconseguir avançar en els objectius marcats, la resta d'empreses proveïdores amb els quals treballa Cafès Novell s'han de certificar amb UTZ KAPEH fins a aconseguir un cafè responsable al 100%.

Per la seva banda, els ajuntaments, en tant que centres de treball on acostuma a haver-hi màquines expenedores de cafè i que tenen un interès manifest en promoure accions de comerç just, també esdevenen un client i un aliat rellevant.

Visió i vinculació estratègica. Com preveuen que la seva empresa incorporarà RSE en el futur

La pràctica correspon a una aposta estratègica d'empresa, que l'afecta plenament pel que fa al seu producte. Malgrat això, ni el redactat de la seva

El programa de certificació UTZ KAPEH es basa en un Codi de Conducta que presenta normes socials i ambientals per a la producció de cafè de manera responsable i per a la gestió eficient de la finca. Certificadores independents verifiquen anualment si els productors compleixen amb els requeriments del Codi.

Els productes amb el segell Fairtrade es comercialitzen segons els estàndards internacionals de Comerç Just, que impliquen: un salari digne per als grups productors del Sud; una millora de les condicions de treball, que respectin els drets humans i conservin els ecosistemes; una millora de les condicions de vida de les persones productores del Sud per mitjà de les primeres destinades a fer inversions comunitàries; la garantia de l'origen just dels productes mitjançant controls regulars; i una especial atenció a la qualitat dels productes. Només els productes de qualitat, cultivats seguint mètodes artesanals, obtenen el segell Fairtrade.



Missió ni l'explicitació dels seus Valors Corporatius fan referència a aquest compromís, tret que no sigui el sentit proactiu envers el mercat. No disposen d'una política general de Responsabilitat Social en el sentit que no està explicitada en tota la seva amplitud i no elaboren memòria de sostenibilitat.

El seu compromís social pren altres derivades, com les accions per conciliar la vida professional i laboral en el cas dels i les comercials, la implicació amb l'associació de l'empresariat, el suport a iniciatives socials i esportives, però que tenen un caràcter més complementari i més allunyat de la dimensió estratègica i de model de negoci del seu producte responsable.

No s'aprecia, ara per ara, un posicionament definit sobre si l'enfocament RSE prendrà aquest mateix caràcter estratègic en altres àrees del negoci, tot i que manifesten que en la selecció d'alguns proveïdors comencen a mostrar alguna preferència per empreses més responsables o que afavoreixin el treball amb col·lectius de difícil inserció (per exemple, contactació de Centres Especials de Treball per a algunes tasques de jardineria o d'embalatge).

En aquest moment, amb una valoració positiva dels passos fets i l'acceptació per part del mercat, estan disposats a fer un nou salt endavant amb la intenció de comerciar exclusivament amb cafè certificat els propers anys. La seva previsió és que aquest procés de certificació total es pugui realitzar en 10-15 anys.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

Atès el seu caràcter central en el model de negoci, es fa difícil especificar en quin grau els beneficis empresarials hi mantenen una relació directa, però el principal valor estratègic és la major satisfacció i confiança per part dels consumidors i consumidores, fet que garanteix un millor posicionament de l'empresa i en garanteix més la sostenibilitat i el desenvolupament.

Beneficis per a la societat

L'aposta pel cafè responsable té un impacte positiu en les comunitats productores, tant a nivell econòmic com social i ambiental. La rellevància de l'aposta de Cafès Novell es percep en el fet que ara per ara el 15% de les seves vendes ja són de cafè responsable i que el volum de les vendes pròpies superen totes les altres juntes a nivell estatal.

DESPESES

El cafè certificat té un cost més car a banda del cost afegit de la pròpia certificació. Tot i així, aquest cost no és excessivament significatiu i l'han pogut absorbir al llarg de la cadena, de manera que no afecti en absolut la clientela final.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Des del punt de vista comunicatiu, i de manera plenament coherent amb el plantejament exposat, defugen una imatge centrada en la solidaritat i no voldrien que se'ls valorés com els apòstols d'una opció altruista. L'opció es focalitza en la qualitat, mentre que els aspectes responsables constitueixen un atribut del producte i s'expressen per mitjà de la paraula, amb el lema o amb la tipografia, sempre de manera que no passi per davant del referent de producte de qualitat.

L'empresa manifesta el convenciment que la clientela corporativa, ja siguin empreses o ajuntaments, ho valoren molt, ja que també forma part de la seva responsabilitat o sensibilitat social. Aquesta és, doncs, una decisió que es reforça per la fidelitat que crea al llarg de la cadena i esdevé una aposta social que no es limita a una acció solidària puntual en dates nadalenques, sinó que es duu a terme en el dia a dia i amb plena normalitat.

No esperen ajudes de ningú però sí que expressen la satisfacció pel suport rebut per part d'algunes institucions públiques a nivell de facilitar-los contactes i visites i d'haver començat amb les línies de lots responsables.

Entre els seus èxits destaquen especialment el cas de les monodoses de venda, les quals ja són totes certificades i al mateix preu que si no ho fossin. Però com a dada especialment significativa per posar en valor l'impacte real que té aquest compromís de Cafès Novell, cal esmentar el fet que des del primer dia que van sortir al mercat amb aquest producte han venut més cafè responsable a nivell estatal que tots els altres junts.

Tanmateix, és ben probable que el reconeixement que més valorin vingui donat per la satisfacció de la seva clientela, que pren un gran valor quan s'expressa per mitjà dels i les agents comercials, els quals no només obtenen un avantatge rellevant per fidelitzar i captar nova clientela sinó que tenen l'oportunitat de rebre de primera mà l'opinió favorable envers aquesta decisió empresarial que beneficia la societat.

La comunicació, en tant que pràctica responsable, no ha estat un element gaire remarcable, ja que precisament hi ha hagut una voluntat d'evitar ser valorats pel factor solidari pel fet que podia alterar el seu posicionament basat en la qualitat del producte. En tot cas, el seu web ha anat reunint més informació en aquest sentit i el llançament del nou producte "Filosofia Q" incorpora una línia comunicativa de màrqueting que compta amb valors d'RSE.

Entre els reconeixements rebuts cal esmentar el Diploma a la Responsabilitat Social amb què Cafès Novell va ser distingida en els premis ADEG 2006, atorgats per l'Associació d'Empresaris del Garraf, Alt Penedès i Baix Penedès, en reconeixement als esforços de l'empresa en aquesta matèria.

CASAS
GRUP SARBUS



CASAS

*“Solidaritat interna
i responsabilitat
amb l’entorn”*

Sector d’activitat
Transport de viatgers per carretera

Activitat de l’empresa
Transport regular i discrecional

Localitat
Mataró

Plantilla
132 (2007)

Facturació anual
7.000.000 euros (2006)

Pàgina web
www.grupsarbus.com

Promotor de l’experiència
Anselmo G. Ruiz Zapatero, gerent;
Antonio Fernandez Tafalla, delegat cap
d’exploració; Susanna Vidal, qualitat
i atenció al client; Cecília Puyol i Bosch,
serveis jurídics

Àmbit Ressort
Qualitat de les condicions laborals,
Medi ambient, Salut i seguretat

DESCRIPCIÓ DE L’EMPRESA

Casas és una empresa de transport de viatgers amb seu a Mataró amb una gran experiència al sector. Durant el 2008 celebrarà el seu 75è aniversari.

A mitjans del 1996 va ser adquirida per Grup Sarbus i va ser objecte d’un profund replantejament, basat en una nova filosofia i concepte del transport de viatgers per carretera des d’una òptica d’empresa de serveis.

Aquest replantejament comporta una important renovació de flota i un nou disseny dels serveis, itineraris, horaris, parades i sistemes d’informació de les línies regulars que donen servei a la comarca del Maresme, així com les que uneixen les principals poblacions de la comarca amb la Plaça Catalunya de Barcelona.

Així mateix, la seva entrada en el Grup Sarbus va significar una entrada amb força en el servei discrecional, ja que tenia una àmplia experiència en aquest tipus de servei.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Els avantatges d'un bon clima de treball i la reducció de l'impacte mediam-biental

Data o període de l'experiència

A Casas tenen cura de la seva responsabilitat social interna i externa, tot i no tenir actualment una política explícita d'RSE. És per això que més enllà de denominar-ho d'una manera o d'altra, realitzen nombroses pràctiques envers els seus treballadors/es i envers el medi ambient. Coneixen la importància d'aquests valors per garantir la sostenibilitat de l'empresa i de la seva activitat.

El primer que destaquen és el bon clima laboral i la cordialitat de les relacions que s'estableixen. Aquesta situació afavoreix que es pugui conciliar, no sense esforços, la vida laboral i personal dels seus treballadors/es.

En tractar-se d'una empresa de transports que ha d'oferir el seu servei regular de forma continuada i serveis discrecionals en les dates requerides, hi ha una important tasca d'assignment de torns. En aquest sentit, tracten personalment i directament les assignacions i canvis de torns, i tenen constància de les possibilitats en la conciliació que el bon clima i el tracte directe proporcionen.

Un fet revelador és el 0% de rotació de plantilla que han enregistrat el 2007.

El clima cordial i solidari que han aconseguit l'atribueixen, en primer lloc, a les persones que componen la plantilla, però en una empresa de més de 100 treballadors/es això no s'aconsegueix si no hi ha una voluntat empresarial clara i definida en aquesta direcció. Amb aquest propòsit, han creat la figura del *responsable d'acollida*. Es tracta d'un conductor/a més, però que per el seu carisma ha estat designat per integrar i ensenyar les noves incorporacions. A més, Casas disposa d'una nova ubicació i infraestructures que serveixen de lloc de trobada i faciliten la interacció entre els treballadors/es.

Un altre factor determinant és la confiança i seguretat que transmeten al seus conductors/es. Així, han implantat un sistema de caixes negres que recullen tot el que succeeix a cada vehicle durant la jornada laboral, per tal de clarificar les condicions externes i internes del vehicle en cas d'accident.

Pel que fa a la igualtat de sexes, sempre han tingut una actitud proactiva i han procurat incorporar el major nombre possible de conductores i participants en programes amb aquesta finalitat, com el FECAP de la Generalitat.

Editen semestralment una revista de difusió interna que recull les novetats de les empreses del grup per tal d'afavorir la transparència interna.

Amb l'ànim d'explicitar i potenciar les pràctiques en RSE descrites, actualment estan desenvolupat un pla per a la igualtat d'oportunitats que explicitarà pràctiques en termes de formació, conciliació, comunicació i transparència. Aquest pla es desenvolupa mitjançant un programa de subvenció de la Generalitat.



La Norma ISO 9001 especifica els requisits per implantar un sistema de gestió de la qualitat i millora continuada.

La Norma ISO 14001 sorgeix el 1996 aplicant els criteris de l'ISO 9001 a la gestió mediambiental.

EN 13816 és una normativa europea per a la qualitat dels serveis de transport públic de passatgers.

“La Responsabilitat Social Empresarial crea valor afegit i, en definitiva, riquesa per a l’empresa”

[Medi ambient] Casas s’ha caracteritzat sempre per la seva conscienciació en temes mediambientals i el seu avantguardisme en la incorporació de normes ambientals ISO, més enllà de les obligacions legals. En el seu moment va aconseguir l'ISO 9001, el 2005 van ser la primera empresa del grup i una de les primeres del sector en aconseguir l'ISO 14001, i tenen previst certificar l'EN 13816 el 2009.

Des de 2005 ha anat incorporant el carburant biodièsel a la seva flota i actualment suposa el 70% del consum total.

Quant als nous vehicles, totes les noves adquisicions són de la categoria Euro5. Es tracta de vehicles que emeten menys quantitat de gasos contaminants ja que incorporen un nova tecnologia de filtre.

Objectius

Aconseguir un model de gestió sostenible que permeti avançar en la direcció correcta.

Motivacions

Realitzar una gestió adequada tant de les persones que componen l’empresa com de la incorporació dels models i les especificacions tècniques que regiran la sostenibilitat en el transport de persones per carretera.

Visió i vinculació estratègica

Veuen l’RSE com un valor afegit, un element que aporta riquesa. Tenen la convicció que, a més dels motius morals, la responsabilitat social respon a necessitats empresarials i de sostenibilitat de l’activitat que realitza l’empresa.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l’empresa

[Empresa] La implicació i solidaritat dels seus treballadors/es que, fruit del tracte i relació amb l’empresa, també faciliten els canvis de torn quan sorgeixen serveis especials o necessitats de darrera hora.

La incorporació planificada dels requeriments mediambientals que sens dubte marcaran el futur del transport per carretera.

[Empleats] Bon clima de treball, tracte personal, autoestima i sentiment de pertinença.



Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] Disminució de l'impacte mediambiental

[Parts interessades] Els clients reben un servei amb treballadors més motivats i implicats.

En resum: "Gaudeixen d'un bon clima de treball i són respectuosos amb el medi."

DESPESES

Les despeses relacionades amb la gestió interna difícilment es poden quantificar en termes monetaris o de espai-temps, tot i que són conscients de que hi ha un retorn d'aquestes activitats.

Quant a les certificacions o millores tècniques per reduir l'impacte mediambiental, destaquen que no els suposa un sobrecost significatiu. Varen aprofitar el canvi d'ubicació per incorporar les infraestructures necessàries i quan ha estat possible han anat introduint paulatinament els canvis, avaluant els costos directes com per exemple l'ús de biodièsel o dels vehicles Euro5.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

No realitzen una difusió directa de les seves activitats, però sí que atenen peticions d'assessorament d'altres empreses que es decideixen a seguir les seves passes en termes d'implantació de les certificacions ISO.

Grup Sarbus - www.grupsarbus.com

ISO (International Organization for Standardization) - www.iso.org

AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación) - www.aenor.es





CETEMMSA (Fundació Privada Cetemmsa)

“Cetemmsa és un exemple excel·lent de com una organització pot desenvolupar i incorporar amb una gran agilitat i senzillesa un model a mida de gestió de l’RSE”

Sector d'activitat
Serveis

Activitat de l'empresa
Centre tecnològic en l'àmbit de la recerca i el desenvolupament tèxtil

Localitat
Mataró (Maresme)

Plantilla
40 (2006)

Facturació anual
3.800.000 euros (2006)

Pàgina web
www.cetemmsa.es

Promotors de l'experiència
Albert Vidal, gerent
Ariadna Manent, adjunta al dir. financer i resp. d'RSE
cetemmsa@cetemmsa.es

Àmbit Ressort
Igualtat i conciliació,
Qualitat de les condicions laborals,
Medi ambient, Salut i seguretat

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

La Fundació Privada Cetemmsa es va crear l'any 1992 com a centre d'innovació i tecnologia al servei del teixit industrial i professional a la comarca del Maresme. Va ser resultat d'una iniciativa conjunta d'associacions empresarials i de diverses administracions públiques, després de la gran crisi del sector tèxtil, per tal de facilitar el procés d'innovació tecnològica i el desenvolupament empresarial, oferint suport en forma de serveis d'assessorament i la possibilitat de compartir recursos tècnics.

Durant els darrers anys, Cetemmsa ha anat ampliant les seves funcions i actualment actua en cinc grans àmbits: recerca i innovació, TIC i telecomunicacions, innovació i organització d'empreses, formació i projectes internacionals. És reconegut com a centre tecnològic de referència en l'àmbit de la recerca i el desenvolupament tèxtil, amb una cartera de serveis prou evolucionats per esdevenir un veritable centre de serveis integrals d'innovació.

Data o període de l'experiència

Malgrat que les pràctiques similars són prèvies, la incorporació del concepte de Responsabilitat Social no es produeix fins al 2005, moment en què s'inicia una reflexió més profunda sobre la matèria i se'n fa un procés de gestió.

Objectius

Cetemmsa ha pretès començar formalitzant el que feia en matèria de responsabilitat social i, posteriorment, anar introduint una o dues pràctiques noves per àmbit cada any.

És, doncs, un objectiu mesurat però carregat de sentit de progrés en el desenvolupament i que també està marcat per la participació i la implicació de les persones de l'organització en la concreció i el compromís.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

“Documentar les bones pràctiques internes per començar a posar en valor la pròpia Responsabilitat Social davant els equips interns i les altres parts”

Motivacions

La motivació inicial prové de la direcció, i malgrat que ja feia temps que es portaven a terme pràctiques equiparables, el fet desencadenant es va produir quan des de l'IMPEM (Institut Municipal de Promoció Econòmica de Mataró) van començar a plantejar l'interès de l'RSE. La proposta es va plantejar dins l'organització i ràpidament va ser compartida i assumida.

En una organització de serveis, focalitzada en el coneixement i que té en el personal el seu principal actiu, posar en valor la responsabilitat social té un retorn molt clar i havia de facilitar la corresponsabilitat de totes les parts i el sentit d'implicació a l'organització.

Cal dir que el personal de Cetemmsa és un equip professional expert i capaç de connectar amb les necessitats del sector empresarial gràcies a la seva formació universitària i al reciclatge continu del seu coneixement tècnic. La composició d'aquest equip s'ha anat incrementant contínuament.

Accions, fases del procés i participants

Des del primer moment, van decidir definir una política basada en quatre línies, i posteriorment elaborar un Manual, propiciant així un procés de gestió que s'ha desenvolupat al llarg del primer any.

[Política d'RSE a Cetemmsa] La política d'RSE a Cetemmsa s'estructura en quatre línies de gestió que fan referència a diverses parts interessades, i ve recollida en un document públic signat pel gerent de l'empresa a data de juny de 2005:



Cetemmsa és participada per les següents entitats:

Entitats privades:

Agrupación Española del Género de Punto. AEGP

Associació d'Empresaris de Gèneres de Punt de Mataró i Comarca. ASEGEMA

Fundació per a la innovació tèxtil d'Igualada. FITEX

Federació d'Associacions i Gremis Empresarials del Maresme. FAGEM

Gremi de Constructors i Promotors d'Obres de Mataró i Comarca

Gremi d'Hostaleria i Turisme de Mataró i el Maresme

Laboratorio de Ensayos e Investigaciones Textiles del Acondicionamiento Tarrasense. LEITAT

Unió de Botiguers de Mataró

Entitats i organismes públics:

Ajuntament de Mataró

Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial. CIDEM. Departament de Treball i Indústria. Generalitat de Catalunya

Consell Comarcal del Maresme

Fundació TecnoCampus

Universitat Politècnica de Catalunya. UPC

- Equip humà
“A Cetemmsa vetllem per un bon clima laboral tot executant polítiques que fomentin la conciliació entre la vida familiar i laboral, així com fomentant la formació contínua dels nostres professionals i preocupant-nos pel benestar professional de la persona dins l'organització.”
- Clientela/empreses proveïdores
“A Cetemmsa complim rigorosament les condicions preestablertes contractualment amb la seva clientela i empreses proveïdores seguint sempre una política de màxima transparència.”
- Retorn a la societat
“A Cetemmsa tenim consciència de la nostra comunitat, sobre la qual revertim els coneixements adquirits, oferint la nostra col·laboració mitjançant recursos humans i infraestructures de forma desinteressada, demostrant així el nostre compromís amb la societat”.
- Medi ambient
“A Cetemmsa tenim identificat l'impacte ambiental negatiu que generem i actuem en conseqüència amb l'objectiu de minimitzar-lo (paper, aigües residuals, contaminació acústica...)”

[Manual de Bones Pràctiques en RSE de Cetemmsa] L'empresa va elaborar un document per a l'any 2006 que recull totes les bones pràctiques (BP) específiques que s'estan realitzant dins de cadascuna de les línies de gestió esmentades. Vegem algun exemple de BP per a cada grup, tot indicant el nombre de BP que s'han determinat en cadascun:

- Equip humà:
 - 5 BP en flexibilitat laboral i conciliació (“es permet reduir la jornada laboral a conveniència”...)
 - 2 BP en suport professional (“s'ofereix suport professional per a la formació contínua”...)
 - 5 BP en serveis dins de l'empresa (“existeix un espai habilitat per al descans del personal”...)
 - 2 BP en contractació i retribució (“existeix la política de retribució variable lligada als beneficis de l'empresa”...)
 - 1 BP en suport econòmic (“possibilitat d'obtenir bestreta”...)
 - 2 BP en contractació (“procurar anar canviant la tipologia de contractes per passar d'Obra i Servei a Indefinit”...)
- Clientela/empreses proveïdores:
 - 3 BP (“es compleix rigorosament amb el pagament a les empreses proveïdores segons les condicions preestablertes contractualment”...)
- Retorn a la societat:
 - 3 BP en col·laboració amb organismes educatius (“s'ofereix la possibilitat de realitzar pràctiques als alumnes”...)

- 2 BP en cessió d'espais a la comunitat
- 2 PB en donacions econòmiques
- 1 BP en participació en organismes empresarials

A més, de cara al 2006 es van plantejar de donar equips informàtics obsolets a països subdesenvolupats, tot i que encara no s'ha arribat a realitzar.

- Medi ambient:

- 6 BP ("s'usen papereres per a reciclar el paper"...))

El Manual funciona com una relació de compromisos que es van gestionant i damunt els quals s'elaboren propostes i se'n van afegint d'altres. Com que es va partir d'accions que ja s'estaven realitzant, la seva posada en marxa no va comportar cap dificultat inicial, però ara han anat esdevenint unes matèries objecte d'observació, de presa de consciència i de compromís de manteniment i millora, alhora que s'han compromès a anar-les augmentant progressivament en cada exercici.

[Participació] De cara a facilitar la participació de la plantilla, han incorporat un gestor de propostes d'RSE dins l'aplicatiu informàtic amb què funcionen, i així es poden formular les idees, suggeriments o comentaris per mitjà d'un full de treball que és gestionat internament com un procediment més a través dels diferents canals i que, si s'escau, s'incorporen al Manual. Aquest mecanisme de *work-flow* ha canalitzat un total de 35 aportacions durant l'any 2006.

Tanmateix, el diàleg més aprofundit es produeix en el marc d'un Comitè de Participació que està integrat per 10 persones de tots els departaments i sense responsabilitats directives, i que mensualment aborda diferents aspectes de l'empresa amb caràcter consultiu.

[R+D] A banda de les BP relacionades en el Manual, també observem altres accions que clarament podríem incorporar dins una concepció àmplia de l'RSE, com ara l'esforç en R+D que es pot connectar a necessitats socials.

Cal dir que la recerca i el desenvolupament conformen una de les línies de treball de Cetemmsa, alhora que també és suggerent fer notar que en el marc de la Unió Europea, quan es parla de l'RSE també es fa referència a l'R+D per tot el potencial que aporta d'atendre els grans reptes de la societat i de satisfer necessitats reals de col·lectius específics.

En aquest sentit, destaca l'experiència que estan desenvolupant amb l'ONCE per tal de facilitar la identificació de materials a persones amb dificultats de visió.



Com afecta altres parts interessades, empreses proveïdores, etc.

En el plantejament inicial se n'ha fet una aproximació molt interna i basada en l'equip humà, fet que es veu complementat per algunes referències a l'impacte ambiental, a la relació amb les empreses proveïdores i alguna acció amb la comunitat.

Cap la possibilitat que el desenvolupament de futur vagi ampliant el seu sentit de l'RSE cap a altres parts interessades. Tot i així, en aquest moment no tenen previst exercir cap demanda a les seves empreses proveïdores.

Visió i vinculació estratègica

Per a una empresa de serveis i basada fonamentalment en el coneixement, factors com la implicació, la motivació o la satisfacció de l'equip humà són centrals per a la pròpia estratègia empresarial. De fet, ja abans de dir-ne RSE havien començat a desenvolupar bona part de les iniciatives que ara han recollit sota aquesta denominació genèrica, fet que indica l'arrelament als seus valors i la sintonia que prenen en la visió de l'organització.

“Per a una empresa de serveis i del coneixement, on l'actiu humà és central, l'RSE hi té un paper fonamental i ajuda a fer que les persones se sentin més part del projecte”

RESULTATS OBTINGUTS

El model de transparència que en general impera a l'organització i el marc de debat que el Comitè de Participació facilita són factors clau que han permès que l'equip humà se senti implicat a l'empresa i que s'entenguin molt millor totes les decisions.

L'aposta per la Responsabilitat Social, convertint-la en un compromís explícit i gestionat, ha millorat la satisfacció de les persones i l'orgull de sentir-se part de l'empresa. Posar per escrit pràctiques que ja es venien fent ha permès que es puguin valorar millor i que formin part d'un marc d'autoexigència mútua per esdevenir més responsables davant les parts interessades.

En el qüestionari anual que passen a tota la plantilla es demana què aporta l'empresa més enllà de la retribució, i majoritàriament es destaca el valor dels aspectes vinculats al clima humà, el tracte, l'ambient, la baixa rotació...

DESPESES

L'únic esforç ha estat el de documentar pràctiques que ja s'estaven fent, mentre que els nous compromisos formen part de la mateixa lògica de funcionament que ja teníem, només que ara ho són de manera més explícita i amb un grau d'exigència més gran. Per tant, no es pot atribuir una despesa directa ni rellevant a la seva política d'RSE.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

La comunicació que en fan és netament interna, tot i que manifesten que els agradaria poder comunicar d'alguna manera a les parts interessades el que estan fent, per tal que el seu compromís pugui ser exemple o font d'inspiració per a d'altres.

Recentment, la seva acció compromesa ha estat reconeguda en un recull de bones pràctiques empresarials d'RSE publicat per l'Ajuntament de Mataró.

Cetemmsa - www.cetemmsa.es

Bones pràctiques en RS a les pimes de Mataró - www.mataro.cat/...





CIRCUTOR

“A Circuitor fem nostra la preocupació per crear processos de qualitat, sostenibles per al medi ambient i respectuosos amb la seguretat i la salut ocupacional”

Sector d'activitat
Electrònica

Activitat de l'empresa
Tecnologia per a l'eficiència energètica elèctrica

Localitat
Viladecavalls (Vallès Occidental)

Plantilla
800 (tot el grup)

Facturació anual
91.000.000 euros (consolidat 2006)

Pàgina web
www.circuitor.cat

Promotor de l'experiència
Ramon Comellas, president
Ramon Pons, director gerent
central@circuitor.com

Àmbit Ressort
Medi ambient, Salut i seguretat
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Des de la seva fundació l'any 1973, Circuitor, SA ha centrat l'activitat en el disseny, fabricació i comercialització d'equips de protecció elèctrica industrial, mesura i control de l'energia, i compensació de l'energia reactiva, amb un gran esperit innovador i sempre en estreta col·laboració amb la clientela.

Circuitor és una empresa en expansió: van iniciar l'expansió a principis de la dècada dels 80, i ara per ara estan presents a més de 100 països, on exporten al voltant del 50% de la producció.

La missió del Grup Circuitor és:

- Proporcionar un ambient de treball segur i saludable, i gestionar tots els aspectes de manera que es protegeixi la salut i es garanteixi la seguretat.
- Gestionar tots els aspectes de manera que es minimitzi l'impacte ambiental i es conservin els recursos naturals.
- Proporcionar productes que en la seva totalitat aconseguixin, de manera conforme, els requeriments especificats per la seva clientela, pels requisits legals i reglamentaris i per l'organització.



Presentes en qualsevol procés de generació i consum d'energia elèctrica, els seus productes aporten solucions des de la generació, transport i distribució de l'energia elèctrica, fins al consum final, incloent-hi tot tipus d'indústries (automòbils, tèxtil, químiques, siderúrgies, etc.) i el sector de serveis (hotels, aeroports, edificis públics, etc.).

Data o període de l'experiència

Des del seu inici, l'any 73, ofereixen solucions que fomenten l'eficiència elèctrica. Pel que fa a l'aplicació de polítiques responsables de caràcter laboral o de relació amb la societat, també entenen que han format sempre part de la cultura de l'organització.

Altres mesures, com la triple certificació o les mesures de sostenibilitat en la construcció de plantes s'han incorporat més recentment.

Objectius

El fet que la Missió pròpia es vinculi de manera tan directa amb l'RSE de les empreses que formen part de la seva clientela, proporcionant-los-hi un ambient de treball segur i saludable, ajudant a minimitzar el seu impacte ambiental, i complint els requisits legals, entre d'altres, fa que l'objectiu no pugui ser un altre que continuar innovant per a desenvolupar millor les seves prestacions i satisfer les necessitats de la clientela i la sostenibilitat del planeta.

Quant a la Responsabilitat Social interna, és considera un element molt natural i cosubstancial a la identitat i cultura de l'empresa, fins al punt que algunes pràctiques que, en efecte, porten a terme, no les tenen del tot explicitades. Tot i així, no es plantegen objectius sobre la formalització de l'RSE (pràctiques de conciliació, models de transparència, memòries, etc...).

El Grup CIRCUTOR, està format per les empreses:

- Circutor, SA (Viladecavalls)
- International Capacitors (Sta. Perpètua de Mogoda)
- Instrumentación Industrial Zurc (Terrassa)
- SA de Construcciones Industriales (SACI) (Alcobendas, Madrid)
- Zez-Silko (Zamberg, Rep. - Circutor Sudamericana (Buenos Aires, Argentina)

A més, participa en el capital de:

- Scandinavian Electric (Noruega)
- National Meter (EUA)

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

“Esforç d'innovació per ajudar les empreses a millorar l'estalvi energètic”

Motivacions

Malgrat els anys que fa que fabriquen productes que milloren l'eficiència energètica, temps enrere podia ser que es valoressin molt els elements de seguretat i control i no tant l'eficiència. Ara, en canvi, la seva capacitat d'aportar solucions per millorar l'eficiència energètica de les empreses en un moment en què aquesta, des de tots els punts de vista, constitueix una necessitat de primera magnitud, ha adquirit una gran rellevància i els situa com una empresa que pot ajudar-ne moltes d'altres a millorar la seva eficiència i la seva responsabilitat davant la societat. Així, un concepte com el de sostenibilitat, que inclou la sostenibilitat del planeta i també la de l'empresa, pren un sentit creixent dins la seva projecció.

“l'estalvi energètic ara està de moda i és una necessitat, però abans ningú no en parlava”



Impacte industrial del consum elèctric

Per fer front als reptes ambientals però també a la mateixa competitivitat de cada companyia, l'eficàcia energètica està esdevenint la cultura de les empreses. Es tracta de disminuir l'energia consumida sense alterar el nivell de qualitat del resultat.

Amb les darreres constatacions sobre els efectes del canvi climàtic, la preocupació per la insostenibilitat i pels efectes en la vida de les persones i l'economia ha crescut i s'ha estès al conjunt de la societat.

El consum energètic industrial i domèstic continua incrementant-se tant als països desenvolupats com en aquells en procés de desenvolupament.

La Comissió Europea ha reaccionat amb una clara pretensió de lluitar contra el canvi climàtic amb diferents mesures, entre les quals, l'augment fins al 2020 d'un 20% l'eficiència en el consum. Tanmateix, les societats occidentals no compleixen adequadament els compromisos establerts fins ara, i acords com el Protocol de Kioto no estan rebent una atenció adequada. A Catalunya mateix, les emissions de gasos d'efecte hivernacle es van incrementar l'any 2004 un 37% respecte el 1990, i una tercera part d'aquest gasos emesos al nostre país corresponen a les 146 empreses del sector elèctric i grans indústries subjectes al protocol de Kioto.

L'eficiència energètica elèctrica és la reducció de la potència i l'energia elèctrica exigida a la xarxa sense que afecti les activitats normals realitzades en un edifici, indústria o procés de transformació. Aquesta eficiència ens permet ajudar la sostenibilitat del planeta, ahora que es millora la gestió tècnica dels sistemes de l'empresa i se n'obté un estalvi econòmic.

Tanmateix, la sensibilitat per l'RSE no solament prové d'aquest enfocament tan centrat en el producte, sinó que afecta tota l'empresa. En paraules del president de la companyia: "En el fons, l'assumpció de l'RSE acaba sent un tema de competitivitat, però no s'ha de fer només per això". En el seu cas, l'aplicació de mesures d'RSE respon a una lògica interna, de desenvolupament i de coherència, i per això no els ha calgut observar què fan altres empreses similars en aquesta matèria.

Accions, fases del procés i participants

La millora de l'eficiència energètica ja és, de fet, l'objectiu dels seus productes i l'objectiu fundacional de l'empresa. Però Circutor també ha desenvolupat i establert un seguit de polítiques que conformen la base del seu enfocament responsable davant les diferents parts interessades:

- Complir amb tota la normativa i legislació aplicables per a la Prevenció de Riscos Laborals, Gestió Mediambiental, Gestió de la Qualitat, i amb les expectatives de la clientela tant amb els productes com els serveis.
- Formar els equips perquè treballin de forma segura, assegurar que tots coneixen els possibles riscos i mesures preventives i els impactes mediambientals del seu lloc de treball, i perquè estiguin compromesos amb la qualitat.
- Reduir activament el risc i el perill en el treball i la contaminació ambiental.
- Treballar per una millora contínua del medi ambient, de la seguretat, de la salut i de la qualitat.
- Assignar responsabilitats en les activitats relatives a seguretat i salut, medi ambient i qualitat.
- El desenvolupament d'aquesta política és responsabilitat de la direcció, i cada persona del Grup ha de participar activament en la seva execució.

A més, Circutor disposa de triple certificació, com a mostra de la valoració que fan de la qualitat en el producte i en el servei, el respecte pel medi ambient i per la seguretat i la salut. El Sistema de Gestió integrat del Grup Circutor està basat en:

- La Gestió de la Seguretat i Salut Ocupacional: segons la Norma OHSAS 18001: 1999.
- La Gestió Ambiental: segons la Norma UNE-EN ISO 14001: 2004.
- La Gestió de la Qualitat: segons la Norma UNE-EN ISO 9001: 2000.

[Esforç d'Innovació] Principalment produeixen a les plantes ubicades a Catalunya, també a Madrid i, des de fa uns anys, a la República Txeca, fruit de la compra d'una empresa local. Disposen de 6 centres especialitzats de producció, amb una superfície de més de 32000 m², on es dissenyen i fabriquen més de 3000 productes. La planta txeca, que van comprar perquè hi feien altres productes tecnològics diferents dels que fan aquí, els ha permès un bon posicionament en els mercats de l'Est d'Europa, és a dir que els ha permès vendre-hi més i no pas deslocalitzar-se.

A causa del panorama empresarial, podria sorprendre el fet que no hagin optat per la deslocalització, però el seu model d'empresa, per tal de garantir-ne la competitivitat, es basa en un gran esforç d'innovació amb un important lideratge en el mercat. En

aquest sector cal una gran velocitat, ja que un producte electrònic pot tenir una mitjana de vida en el mercat de quatre anys.

Elaboren uns productes d'alta qualitat i innovació i, en el seu cas, el volum de producció no el mesuraríem en milions d'unitats, sinó en milers. Si fos una producció molt més massiva podria tenir sentit plantejar la deslocalització d'alguns productes, però no és el cas. Tenen coneixement que els seus productes són copiats il·legalment en alguns països, però amb una qualitat menor.

[Altres pràctiques] Han volgut fer un esforç de criteris de sostenibilitat en la construcció de les noves dependències centrals a Viladecavalls. Entre altres mesures, el jardí es rega amb aigua recollida de les pluges, l'aigua sanitària s'escalfa amb plaques solars, es disposa de màxim aïllament tèrmic i de molta llum solar...

Quant a la plantilla, no disposen d'una política explícita de conciliació de la vida personal i laboral, però consideren que d'una manera informal i no escrita l'estan portant a terme amb una gran flexibilitat i adequant-se a les demandes a mida.

La formació és un element fonamental, i el 2006 en van fer més de 15.000 hores. Disposen de sales de formació on s'imparteixen cicles de conferències i seminaris dirigits als diferents sectors amb què estan relacionats. Hi prenen part tant personal propi com personal distribuïdor i client.

En el camp de la relació amb la societat, disposen de vinculacions amb una base més professional i d'altres de caràcter merament filantròpic. Entre les primeres, trobem col·laboracions amb la UPC de Terrassa, amb la CECOT (concurso de formació professional) o amb els salesians, dels quals reben alumnes i els donen materials diversos. Pel que fa a la dimensió més desinteressada podem destacar la col·laboració amb l'ONG Vida i Pau, per mitjà de la qual van finançar una escola de fusteria a Guatemala. Amb motiu del Tsunami van fer una col·lecta entre la plantilla a la qual l'empresa va afegir els seus propis recursos per a doblar el compromís de l'equip.

Com afecta altres parts interessades, empreses proveïdores, etc.

Circuitor es basa en tres pilars: clientela, plantilla i empreses proveïdores.

Estableixen que el seu principal objectiu és la satisfacció de la clientela. Per això, un equip complet de comercials i tècnics/ques atenen les consultes i demandes dels usuaris/àries, oferint, en cada cas, la solució més adequada a cadascuna de les diferents aplicacions o necessitats.

Quant als treballadors i treballadores, hi ha una voluntat de mantenir una relació a llarg termini, de manera que els contractes temporals tendeixen a zero. De fet, només es fan a l'inici de la vida laboral a l'empresa, però de seguida que se supera aquesta etapa de prova ja es procedeix a la con-



tractació fixa i el resultat és que segurament més de la meitat de la plantilla únicament ha treballat en aquesta empresa. Des de la direcció, valoren aquesta com una opció corporativa, ja que no conceben que es pugui fer empresa d'una altra manera. Així, aconseguen que la gent no treballi merament a l'empresa, sinó que se'n senti part. I estan convençuts que la cultura organitzativa i el clima laboral tenen una clara repercussió en l'alineament als objectius i la competitivitat de l'empresa.

Pel que fa a les empreses proveïdores, creuen que el model de relació no es pot basar solament en veure com collar-los més, sinó que intenten construir unes relacions basades en la confiança i la col·laboració, trobant les maneres d'enriquir-se mútuament i desenvolupar una major consolidació i competitivitat dels projectes respectius.

Les empreses amb qui es relacionen a través de la cadena de proveïment són europees, amb una adequada gestió de la qualitat i els impactes ambientals i no tenen àrees de risc pel que fa a altres aspectes de responsabilitat social, com ara els laborals. És per això que en general no han desenvolupat un mecanisme d'exigència o control de l'RSE de les empreses proveïdores. En tot cas, quan ocasionalment han hagut d'encarregar algun motlle a empreses xineses sí que els ha preocupat disposar d'unes certes garanties, com per exemple que no hi hagués treball infantil.

Visió i vinculació estratègica

Quan van iniciar les activitats, l'any 73, s'havia promulgat un reglament d'instal·lacions elèctriques que cobria un buit en la legislació espanyola: potenciava la protecció diferencial domèstica i industrial. Els va interessar la segona, menys massiva però més interessant, per l'oportunitat de satisfer interessos de grans empreses en un moment en què la crisi del petroli motivava un major interès per l'estalvi energètic.

La visió de futur que van tenir en aquell moment ha guanyat avui en dia una major oportunitat de mercat en la mesura que l'eficiència energètica no és només una qüestió d'estalvi, sinó també de sostenibilitat i, cada cop més, de marc legal i d'imatge pública. Poder ajudar les empreses a millorar la seva gestió energètica i ambiental els facilita el seu posicionament en matèria de responsabilitat social.

A més, la privatització de les elèctriques també els ha suposat una oportunitat en la mesura que aquestes han estat més sensibles a la qualitat i a l'eficàcia.

RESULTATS OBTINGUTS

Per a l'empresa i les parts interessades

Fan una enquesta trimestral de clima laboral que mostra la satisfacció de la plantilla i a partir de la qual poden establir les línies de millora. En general, han aconseguit mantenir un clima d'empresa familiar malgrat les dimensions que ja tenen.



Per a la societat i el medi

L'empresa aporta un gran valor i resultats ambientals per als grans consumidors elèctrics (aceries, petroleres...) o per a les companyies que exigeixen una gran seguretat (aeroports, hospitals...).

"En el repte de la sostenibilitat de vegades no calen grans coses, sinó que és la suma de les petites la que genera un major impacte", reflexiona el president de l'empresa. Per exemple, substituint els 24 milions de comptadors mecànics, que consumeixen 2 vats, per altres d'electrònics, que en consumeixen 0,4, s'aconseguiria un estalvi en l'àmbit estatal de 250.000 barrils de petroli.

DESPESES

A banda de les despeses puntuals o de manteniment vinculades a la implantació de normes o a la introducció de criteris de sostenibilitat en les noves construccions de la companyia, l'esforç més important en una matèria vinculada a RSE seria l'I+D, concepte que, segons el Llibre Verd de l'RSE de la Unió Europea s'engloba dins l'RSE ja que promou la mateixa sostenibilitat de l'empresa i l'esforç per a generar tecnologies més eficients i respectuoses amb el medi.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Fins ara no han parlat gaire de "Responsabilitat Social de l'Empresa", tot i que per a l'organització algunes pràctiques formaven part de la manera de ser de l'empresa.

Així doncs, tampoc disposen estrictament d'una política comunicativa d'RSE, ja que no elaboren Memòria de Sostenibilitat.

Elaboren, però, una publicació en format revista periòdica per a la clientela, en la qual destaquen, lògicament, les millores en relació a l'impacte ambiental que els seus productes poden suposar.

Web de l'empresa - www.circutor.cat





coopsetanta

**COOPERATIVA70,
SCCL**

*“Posar ordre
a conceptes
assumits”*

Sector d'activitat
Cooperativisme de consum

Activitat de l'empresa
Procurar béns i serveis
per al consum o l'ús dels socis/es
i desenvolupar activitats per aconseguir una millor informació
i garantia dels interessos
dels consumidors/es

Localitat
Caldes de Montbui (Vallès Oriental)

Plantilla
6 (2007)

Facturació anual
600.000 euros (2007)

Pàgina web
www.cooperativa70.coop

Promotor de l'experiència
Oriol Molera, gerent
Rosend Sanglas, direcció de projectes
Cristina Sánchez, responsable RSE

Àmbit Ressor
Comunicació
i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Cooperativa 70 neix l'any 1970 com a cooperativa de consum i amb l'objectiu de crear, a Caldes de Montbui, una oferta comercial més avantatjosa per als consumidors i consumidoras. En les dues dècades posteriors, Cooperativa 70 experimenta un intens procés expansiu on destaca la inauguració, l'any 1991, de *MAXI*, el primer gran centre comercial creat per una cooperativa a Catalunya.

Després de 36 anys d'expansió, els canvis en el mercat de la distribució porten la cooperativa a reorientar llurs activitats. Així, el 2001 l'Assemblea General de Socis decideix abandonar l'activitat comercial i vendre el fons de comerç a diferents operadors del sector, com CAPRABO, CONDIS i Bon Preu.

Amb aquesta operació es conserva un important patrimoni, que és el que ha permès a la Cooperativa encetar una nova etapa amb força i ambició.

Actualment es centra en el foment del consum responsable, l'oferta de serveis diversos a les persones associades (com l'obtenció d'avantatges en el consum o l'oferta de consum cultural i de lleure) i en el foment de la reflexió i la formació al voltant de la cooperació. També assumeix noves activitats d'economia social, com la promoció d'habitatges, l'assistència a les persones i el foment d'empreses d'inserció laboral.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Integrar i sistematitzar la gestió al voltant dels valors socials

Data o període de l'experiència

La bona pràctica seleccionada és la integració de la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) com a eina de gestió. Així, el setembre del 2007 conclouen un període de 12-18 mesos d'anàlisi i implantació d'un model de gestió sostenible centrat en la Responsabilitat Social.

Objectius

L'objectiu ha estat fer de la Responsabilitat Social no només l'objecte final de la cooperativa, sinó també integrar-la a tots els nivells de gestió i estratègia.

Impactes del sector

Es tracta d'una cooperativa de consum que centra la seva activitat en la promoció dels valors cívics i socials i en la provisió de serveis als seus socis i sòcies, amb una gran diversitat de sectors. Si hi afegim el fet que la Cooperativa 70 no està classificada dins d'un sector en concret i que el seu objecte social s'emmarca en una temàtica abstracta que abraça una àmplia part de la nostra societat, el resultat és una clara dificultat per encaixar i definir, de cara a tercers, l'activitat que realitza.

Percepció general de l'RSE

Cooperativa 70 ha incorporat des dels seus inicis l'RSE, que en tot moment ha representat el nucli de la seva activitat. Ara bé, quan abandona la seva activitat comercial, se li presenta un nou repte: no només ha de fer les coses bé quant a RSE, sinó que ha d'aconseguir transmetre com ho fa i per què ho fa en un marc d'actuació més abstracte.

Quan es té una activitat definida, com per exemple la distribució alimentària, és més senzill donar a conèixer les actuacions en RSE que es realitzen, els impactes i beneficis que en repercuteixen i, en definitiva, les justificacions de portar-les a terme. Però quan desapareix el marc de referència, esdevé complicat delimitar els impactes i els beneficis i transmetre les justificacions amb la mateixa claredat.

Motivacions

Tot i que Cooperativa 70 fonamenta la seva política d'actuacions en l'assemblea general constituïda per tots els socis i sòcies, la gerència era conscient de les dificultats per aconseguir la transparència desitjada. Així, quan el 2006 se li presenta l'oportunitat de formar part del programa pilot RSE.COOP per a la implantació de l'RSE com a eina de gestió a les cooperatives, no dubta a participar-hi.

RSE.COOP és un programa cofinançat pel Fons Social Europeu per a la implantació de l'RSE en el món cooperatiu. La finalitat és afavorir el desenvolupament sostenible d'aquesta fórmula empresarial.



“Cooperativa 70 ha incorporat des dels seus inicis l'RSE, que en tot moment ha representat el nucli de la seva activitat”

Accions, fases del procés i participants

Durant el 2006, Cooperativa 70 inicia el procés d'integració conceptual dirigit per un consultor extern dintre del programa RSE.COOP. Al llarg del procés, revisen les seves activitats, la missió, la visió, els valors, la política de responsabilitat social, els objectius estratègics i els grups d'interès. També estableixen una bateria d'indicadors que els permetrà fixar els objectius del seu pla estratègic.

[Classificar les activitats] Comencen per classificar les seves activitats i defineixen tres línies d'actuació principals: Àrea de consum responsable, Àrea de civisme i cooperació, i Àrea d'habitatge i dependències.

[Definir la missió, visió i valors] Defineixen la seva missió i desenvolupen la visió que pretenen a partir dels valors de compromís, diversitat, arrelament i participació i d'una actitud activa i competitiva.

[Grups d'interès] Paral·lelament identifiquen els grups d'interès relacionats amb la seva operativa, fet que els permetrà fixar objectius específics i clarificar la seva política de responsabilitat social respecte als interlocutors naturals.

[Política de responsabilitat social] D'acord amb els principis de cooperativisme, reconeixement de l'RSE, amb la missió, la visió i els objectius, Cooperativa 70 estableix la seva política de responsabilitat social respecte els socis/es, els treballadors/es, la ciutadania i la societat, el món cooperatiu, la clientela i els patrocinadors/es, les empreses proveïdores, l'Administració, l'ètica i els drets humans.

Una constatació d'aquesta política és l'edició d'un manual de bones pràctiques mediambientals per als treballadors/es i socis/es envers les activitats de la cooperativa.

[Pla estratègic] En el marc d'aquest procés i a partir del treball realitzat s'ha desenvolupat un pla estratègic orientat a assolir la seva visió i els compromisos establerts en la política RSE.

[Memòria anual] Tot el procés s'ha recollit en una memòria que a partir d'ara es presentarà anualment.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

Per a la Cooperativa 70, la integració d'un sistema d'RSE ha suposat gaudir d'una major transparència en el funcionament intern i en la projecció exterior de les activitats que ja realitzaven. Actualment la cooperativa es coneix millor a si mateixa i això li permet encarar amb major seguretat el diàleg amb els socis i sòcies i altres parts interessades i/o implicades.



Beneficis per a la societat i les parts interessades

La societat s'assegura la continuïtat i la sostenibilitat de l'activitat de la cooperativa, i les parts interessades i/o implicades gaudeixen d'una major claredat i transparència en les seves relacions amb la cooperativa.

En resum, la Cooperativa 70 ha apostat activament per la sostenibilitat i la claredat en la gestió de la seva activitat.

DESPESES

El fet de tractar-se d'un projecte pilot subvencionat no ha requerit una despesa inicial i les posteriors accions que se'n puguin derivar estaran incloses en el pressupost ordinari de cada exercici.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Cooperativa 70 difon les seves pràctiques amb total transparència a través de la seva pàgina web i de l'edició d'un butlletí trimestral.



Programa RSE.COOP - <http://www.rsecoop.coop>





DECO

“Construcció responsable”

Sector d'activitat

Construcció

Activitat de l'empresa

Construcció d'edificis singulars
no residencials

Localitat

Barcelona

Plantilla

55 (2007)

Facturació anual

20.000.000 euros (2007)

Pàgina web

www.decosa.net

Promotor de l'experiència

Antonio Sánchez, gerent
Marian Corrales, responsable RSE

Àmbit Ressort

Medi ambient, Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Construccions Deco és fundada l'any 1967 per Antoni Canyelles. Al seus inicis comencen realitzant petites obres de reparació d'edificis, però aviat dirigeixen la seva activitat a l'obra completa, aprofitant el fort dinamisme del moment. S'especialitzen en la construcció d'edificis no residencials per a l'administració pública. Comencen treballant per al Ministeri d'Educació; amb el posterior trasllat de competències treballen per al Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya, i en l'actualitat treballen per GISA, que és l'empresa pública de la Generalitat per a la gestió d'infraestructures.

Tot i que Deco s'ha caracteritzat per mantenir una estreta relació professional amb l'administració pública, en l'actualitat aprofita aquesta dilatada experiència per traslladar el coneixement assolit al sector privat i oferir un producte de primer nivell.

L'activitat actual es centra en la construcció d'escoles, universitats, centres de recerca i esportius, hotels, indústries, biblioteques, remodelacions i rehabilitacions d'edificis antics...

Deco implementa un sistema de gestió orientat a garantir la qualitat i la responsabilitat social que pren com a referència les normes més rellevants de l'àmbit: ISO 9001:2000, ISO 14001: 1996, Reglament CEE 761/2001, OHSAS 18001:1999, SGE21.

A més, pot presumir de ser la primera empresa de la construcció en ser registrada a EMAS. Aquest registre reconeix les empreses que milloren contínuament el seu comportament mediambiental, i que avaluen periòdicament els sistemes i fomenten la participació activa del personal a l'empresa.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Responsabilitat Social Empresarial Integrada

Data o període de l'experiència

La bona pràctica de Deco està relacionada amb no tenir-ne prou amb complir les normatives i voler que la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) es tradueixi en fets reals.

Deco és una empresa registrada EMAS des del desembre de 2005. Com ja s'ha avançat, aquest registre l'acredita com a empresa que millora contínuament en termes d'impacte mediambiental. Però amb això no en tenien prou, i per aquest motiu es plantegen què vol dir millorar i, sobretot, com es poden quantificar les millores assolides quan cada obra respon a unes necessitats concretes amb les característiques tècniques, períodes i dimensions pròpies.

Amb la finalitat de poder quantificar i comparar les millores, el juny del 2006 es proposen posar en pràctica la idea de realitzar una auditoria d'impacte mediambiental per punts.

[Auditoria per punts] L'auditoria per punts es basa en puntuar una sèrie d'ítems, tant objectius com subjectius, que s'han objectivat atorgant criteris a les puntuacions. Tots els ítems s'avaluen semestralment, tot i que hi ha una selecció d'ítems més operatius i variables relacionats amb el transcurs de l'obra que s'avaluen cada dos mesos.

[Indica] El resultat de les puntuacions obtingudes dóna lloc a *Indica*, que és l'indicador que utilitzen per determinar l'evolució del comportament ambiental de la companyia. Aquest indicador consta d'una puntuació agregada i de puntuacions per a cada àrea d'interès que permeten fer un seguiment més detallat.

Així, el novembre de 2006 van dur a terme la primera auditoria completa.

El més significatiu és que, a partir de l'*Indica*, a Deco es poden plantejar fites i objectius en termes mediambientals, fet que abans era impossible de concebre en termes de quantitats totals o fent la comparativa entre els seus projectes.

[Indices] Satisfets amb el procés d'*Indica* i les millores que introduïa, quasi paral·lelament -el setembre de 2006- es plantegen estendre el procediment de l'auditoria per punts a la prevenció de riscos a les obres. D'aquesta manera desenvolupen l'*Indices*, que, a l'igual



La Fundació Vicente Ferrer és una ONGD (Organització No Governamental de Desenvolupament) compromesa amb el procés de transformació d'una de les zones més pobres i necessitades de l'Índia, Anantapur.

Construccions Deco ha finançat una escola a Kothakota, un llogaret de la regió on viuen 384 famílies. D'aquesta manera els nens i les nenes obtindran l'accés a l'educació, base fonamental del desenvolupament d'aquella comunitat. **A més, els treballadors i treballadores de Deco han apadrinat Roja, una nena del poblat.** Roja seguirà vivint amb els seus pares i els seus germans i, a través d'ella, tota la família millorarà la seva qualitat de vida.

Un cop inaugurada aquesta escola, i animats per aquesta primera experiència, ben aviat la Fundació Vicente Ferrer iniciarà la construcció d'una altra escola, finançada per Deco, al llogaret de Perú, a la regió de Bathalapalli (Anantapur).

“Han aconseguit gestionar el canvi que s’havien proposat amb el desenvolupament d’un sistema de monitoratge propi”

que el seu homòleg, consisteix en un indicador que recull la puntuació d'un conjunt d'ítems predefinitos. L'Índex permet comparar la gestió de la seguretat independentment del tipus d'obra, així com monitorar l'evolució de la prevenció de riscos a cada obra en particular i en conjunt.

[Acció Social] Conscienciada de l'RSE, l'empresa Deco col·labora amb la Fundació Vicente Ferrer en la construcció d'escoles a l'Índia. Dins d'aquesta col·laboració han assumit el compromís de destinar al finançament de les escoles una quantitat igual al 50% de l'estalvi (energètic, en el tractament de residus i per reducció de baixes laborals) aconseguit amb els objectius fixats. Alhora, els treballadors i treballadores tenen la possibilitat d'aportar diners, per compte propi, a l'apadrinament de nenes i nens a l'Índia i Deco també afegeix una quantitat igual al 50% d'aquestes aportacions per a la construcció d'escoles.

Objectius

Fer patent, amb fites i objectius concrets, l'evolució en termes mediambientals i de prevenció de riscos i, al mateix temps, donar-li un sentit integrat vinculant-la amb l'acció social.

Motivacions

No perseguir exclusivament el benefici empresarial, sinó que part de l'excedent generat per l'empresa es dediqui a aconseguir reduccions reals en l'impacte mediambiental, a incrementar la seguretat a les obres i a finançar accions socials.

Com afecta altres parts interessades, empreses proveïdores, etc.

El fet de ser pioners en certs àmbits els fa trobar-se amb les dificultats d'haver d'obrir camí, però en general les empreses proveïdores de Deco accepten ràpidament i practiquen els criteris mediambientals i de seguretat.

Visió i vinculació estratègica

El fet de tractar-se d'una empresa que treballa per al sector públic fa que tot allò referent a reducció dels impactes mediambientals i a l'increment de la seguretat tingui repercussions positives en la licitació dels concursos públics.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

[Empresa] Han aconseguit gestionar el canvi que s'havien proposat amb el desenvolupament d'un sistema de monitoratge propi.

[**Empleats**] Gaudeixen d'un bon clima de treball, com revela un estudi recent que han realitzat al respecte i, des de Deco, creuen que en part es deu a l'esforç que realitzen en fer les coses bé i responsablement.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[**Societat**] La reducció de l'impacte mediambiental.

[**Parts interessades**] L'Administració Pública és la primera interessada a contractar empreses que realitzin una construcció responsable i respectuosa amb el medi.

En resum: "S'esforcen per actuar responsablement i aconseguir resultats."

DESPESES

Les relatives a la contractació d'auditors externs per dur a terme l'auditoria per punts, així com també la desviació de recursos propis --personal i temps-- per donar suport a aquests auditors. Ara bé, en el poc temps que ha passat des de la implementació de l'Indica, han aconseguit un estalvi energètic i per reciclatge de materials que cobreix de bon tros la inversió en el desenvolupament i aplicació del sistema.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Han presentat l'indicador *Indica* davant el Director General de Qualitat Mediambiental i estan en tràmits d'aconseguir recolzament acadèmic amb la revisió de l'indicador pel Col·legi d'Aparelladors o per l'Escola d'Enginyeria de Terrassa.

També tenen pensat realitzar una presentació formal de l'*Indica* davant el Departament de Treball similar a la realitzada amb l'*Indica*.

Per acabar, cal afegir que ofereixen obertament el mecanisme d'auditoria per punts a qui el vulgui aplicar i estan oberts a possibles millores que es puguin introduir.

Fundació Vicente Ferrer - <http://www.fundacionvicenteferrer.org>

Club EMAS (associació d'organitzacions registrades EMAS a Catalunya) - <http://www.clubemas.cat>



ESCOLA DE MÚSICA FREQUÈNCIES

*“Incorporar
els valors UNESCO
com a filosofia
de l’escola
de música”*

Sector d’activitat
Ensenyament privat

Activitat de l’empresa
Escola de música

Localitat
Vilanova i la Geltrú (Garraf)

Nre. Professors/es
22 (2006)

Nre. Alumnes
243 (2006)

Facturació anual
244.191,73 euros (2006)

Telèfon
93 814 47 54

Promotor de l’experiència
Xavier Balfegó, director
Mònica Planas, responsable pro-
grama Unesco
monica@frequencies.cat

Àmbit Ressor
Qualitat de les
condicions laborals,
Comunicació
i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Freqüències és una escola de música constituïda l’any 1993 en forma de cooperativa que té la seva seu a Vilanova i la Geltrú.

Com a fruit de la pròpia idiosincràsia dels socis i sòcies, l’empresa ha incorporat un estil de direcció i un marc pedagògic basat en uns valors socials i democràtics que han marcat la relació amb totes les parts implicades.

Data o període de l’experiència

Les accions que es descriuen s’han anat desenvolupant en diferents moments, i la integració com a Escola associada a la UNESCO es va produir l’any 2001.

Objectius

L’Escola de Música Freqüències es va plantejar el repte ser una escola associada de la UNESCO, de cara a tenir un marc des d’on portar a terme l’estil educatiu i compromès amb la comunitat que les persones fundadores volien promoure.

Per coherència amb tota la filosofia subjacent al seu model educatiu i de negoci han anat desenvolupant objectius de millora en tots els àmbits, de relació amb la comunitat, de caràcter laboral o de qualitat educativa.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

“L'impacte més agraït és el clima humà, educatiu i organitzacional que genera”

Motivacions

“Volem tractar com ens agradaria ser tractats”. Convençuts que el sentit de la seva feina no és merament una transmissió d'habilitats tècniques sinó que desenvolupen una tasca integralment educativa, creuen que per a portar a terme aquesta funció els cal un clima que hi acompanyi: que tothom s'hi senti còmode, obert a la participació i amb formes democràtiques, i amb molts fluxos i canals per establir diàlegs...

“Si cal, es qüestiona tot”. L'escola té la vocació de durar en el temps, de ser sostenible com a institució. Per tant, vol fer front a tots els conflictes per mitjà del diàleg.

Els agrada i els motiva fer cada dia millor la feina. Expliquen que en una ocasió van rebre una carta que la Generalitat va enviar a totes les escoles de Catalunya per participar en el Pla d'Avaluació de Centres Docents de manera voluntària. Ells hi van trucar de seguida, tot i que no van poder acollir-s'hi perquè no eren una escola reglada. Però sempre han estat oberts al fet que els puguin indicar en quines àrees poden millorar.

Accions, fases del procés i participants

El programa d'escoles UNESCO els va motivar pels continguts i perquè hi van veure l'oportunitat de treballar pels valors en què creuen, tot col·laborant en una iniciativa amb altres organitzacions amb inquietuds comunes. D'altra banda, responia molt a la lògica de treball en xarxa per la qual Freqüències aposta, molt promoguda des de la base, sense gaire estructura, amb gent entusiasta.

Aquest tarannà els obligava a participar en actes, a establir uns objectius i unes metodologies, a elaborar una memòria anual. De fet, a l'Estat només són quatre les escoles de música que en formen part, ja que la majoria són escoles de primària i secundària. Les 200 escoles es reuneixen anualment en una trobada estatal on cadascuna explica un projecte innovador que ha dut a terme.

En el seu cas, s'han associat a la categoria de Patrimoni immaterial, que és el que correspon a la seva activitat musical. Això els porta a tenir un especial compromís amb peces musicals que han estat declarades Patrimoni de la Humanitat: La Patum de Berga i el Misteri d'Elx, alhora que també treballen altres expressions culturals tradicionals més properes, com les

El sector

A Catalunya hi ha 173 escoles de música autoritzades, de les quals una seixantena tenen titularitat privada.

Aquests centres estan majoritàriament associats en dues entitats: l'Associació Catalana d'Escoles de Música (ACEM) i les Escoles de Música d'Iniciativa Privada de Catalunya (EMIPAC). Fa cinc anys es va crear l'Escola Superior de Música de Catalunya (ESMUC) amb estudis equivalents a llicenciatura.

Per millorar la comprensió d'algunes de les pràctiques exposades en aquesta fitxa cal situar-se en la realitat del sector de l'ensenyament musical, el qual pateix algun dèficit crònic, tant per les dificultats que històricament ha tingut el seu reconeixement com per haver trigat a normalitzar les seves relacions professionals, on encara ara es donen situacions d'economia submergida.

Segurament, més enllà del fet de ser un ensenyament més, aquesta disciplina ha vingut marcada per la singularitat del mateix col·lectiu, en què la cultura del “caixet” ha pervingut als nostres dies i massa sovint s'han acceptat com a normals pràctiques que en la major part de les relacions empresarials i professionals ja havien quedat regularitzades.

Molt sovint, ensenyaments musicals eren fets en cases particulars sense cap reconeixement ni economia declarada. La manca de contractació i d'altres a la Seguretat Social han estat molt habituals. Tot plegat són conductes que, d'alguna manera, han marcat les maneres de fer i que fins i tot han acabat normalitzant una certa cultura de la precarietat.



El Pla d'Escoles Associades de la UNESCO va ser creat el 1953, amb l'objectiu de fomentar la cooperació i la pau internacionals a través de l'educació escolar.

Actualment hi participen 7.000 centres d'ensenyament de tot el món i de tots els nivells d'educació. Les escoles associades inclouen en el seu ensenyament els següents quatre temes:

1. Els problemes mundials i el paper de les organitzacions del sistema de les Nacions Unides en la seva resolució.
2. La difusió i el respecte dels drets humans.
3. El coneixement dels altres països i les altres cultures, a partir de la valoració de la pròpia.
4. L'anàlisi dels problemes ecològics.

D'altra banda, les escoles associades mantenen un viu intercanvi d'informació i activitats, i el 30 de gener celebren el Dia Escolar de la No-Violència i la Pau (DENIP), instituint en memòria de **Gandhi** i de **Martin Luther King**. La coordinació del Pla d'Escoles Associades l'exerceix la Divisió per la Promoció d'una Educació de Qualitat, que té la seu a París i que publica un **butlletí** i un **full informatiu**.

A Catalunya, les 55 escoles associades s'organitzen en una associació (Xarxa d'Escoles Associades a la Unesco de Catalunya) i participen en els següents projectes internacionals:

1. Linguapax
2. Mediterrani Occidental
3. Diàleg i Ajuda Nord-Sud (DANS)
4. Participació dels joves en la preservació i promoció del patrimoni mundial

comparses i altres mostres de les festes populars, fent-ho valorar musicalment i culturalment. Intenten que aquest treball tingui un caràcter transversal en tota l'escola, i en el seu PEC (Projecte Educatiu de Centre) es descriu l'interès per la conservació i difusió de tota obra musical independentment del seu estil o gènere.

Aquest compromís amb el programa els porta a marcar-se objectius de col·laboració que cada any concreten amb diferents accions, moltes de les quals generen continuïtat. Fan audicions regularment i, per mitjà de diferents acords i col·laboracions, ara ho fan en espais públics. Cada any fan un musical, que intenten que focalitzi els valors socials, culturals o ambientals que promou la UNESCO. També col·laboren en el Carnaval vilanoví acompanyant sa majestat Carnestoltes, en el Dia Internacional de la Música, o en el Dia de l'Esperança d'Intermon-Oxfam. Participen activament en diverses trobades i congressos i realitzen les crítiques musicals de la comarca per mitjà d'un espai que el Diari de Vilanova els cedeix setmanalment. Col·laboren amb diferents entitats locals, per exemple assessorant el Foment Vilanoví en la programació de concerts, donant suport a les Joventuts Musicals, programant concerts per a la Biblioteca-Museu Víctor Balaguer, i amb moltes altres entitats locals.

Coorganitzen el concurs *Posa-hi Lletra!!*, que promou la utilització del català en la creació de música moderna, amb un acord amb el Consorci de Normalització Lingüística al Penedès i Garraf i amb la col·laboració d'Ajuntaments, instituts de secundària i mitjans de comunicació. Freqüències compona les músiques per al concurs, del qual en la tercera edició n'han publicat un CD.

www.cpnl.cat/xarxa/cnlaltpenedes/noticies.html?!ID=391

[El professorat] Freqüències té el 100% de la plantilla amb contracte. Aquesta constatació, que podria semblar sobrer, cal fer-la si parlem d'un sector que històricament ha estat marcat per un gran nombre de situacions no regularitzades. Ara, a més, estan començant a fer contractacions indefinides.

Tenen el conveni d'ensenyament de les escoles privades, que no té en compte cap especificitat de les escoles de música. Reconeixen que sovint no els va ser fàcil transmetre el pas conceptual que va de rebre un caixet per hores a cobrar un salari per un tant per cent de jornada laboral.

L'any 2002 van proposar-se, des de la direcció, l'objectiu d'articular una representació sindical. Tot i que amb un col·lectiu de 25 persones podia ser innecessari, tant des del punt de vista legal com del de matèria de negociació es va considerar que aquesta aposta facilitaria els processos i que, a més, també significaria un manera de culturitzar el sector.

Tot el pas per esdevenir un sector professional més, complint tot el marc legal, ha suposat esforços de canvi de cultura i de trobar la sintonia amb el sector i els seus professionals. Per exemple, en el camp de la prevenció de riscos laborals, es va haver d'orientar l'empresa encarregada de la formació, ja que en els primers intents els tècnics en prevenció parlaven de les màquines per a referir-se als instruments musicals.

Hi ha havia ganes de crear una xarxa de relacions en tota la plantilla, cosa gens habitual en un sector que valora i explota la individualitat, amb tot el que això té de positiu (geni, creatiu...) però també de perjudicial (competitivitat, tractes diferents...). Van valorar que la seva força estava en l'equip i, per tant, van mirar de conformar un professorat que compartís els valors 'diferents' que l'empresa els proposava. Demanaven un perfil de persona motivada a col·laborar, amb un sentit d'implicació amb l'organització i amb la comunitat, obert a debatre i a millorar... En cap cas penalitzen ningú, però la gent –professorat i alumnat- ja van adonant-se de quin és l'estil de la institució i si hi combreguen o no.

Per a un professor o professora no obert a nous plantejaments, l'estil els podia semblar fins i tot confús. Evitar la burocràcia, no forçar l'aprenentatge, no emetre informes tipificats... Els informes tècnics quedaven a l'escola mentre que amb les famílies es feien reunions particulars per informar i valorar sense el tecnicisme d'un informe trimestral. Tot i així, aquesta manera de fer les coses diferents per intentar fer-les millor sempre tenia el risc de ser interpretada com a 'informalisme' per part de visions més acomodaticies.

La cultura organitzativa és transversal, es fica per tot arreu i afecta totes les parts. I la informació i la comunicació també flueixen. Les converses i diàlegs són constants, fet que els ha portat a considerar innecessari disposar d'una AMPA. Creuen que el formalisme no els hauria donat els resultats que obtenen per la via més informal però conscientment gestionada: ara mateix els pares i mares estan muntant unes colònies.

Destaquen que aquesta cultura organitzativa està clarament identificada internament, forma part de la identitat del centre i de les persones. Quan en alguna ocasió s'ha promogut alguna acció no alineada amb l'estil propi, de seguida s'ha vist que grinyolava. Expliquen que, en una determinada ocasió, coincidint que 'operaciones triunfo' estaven en el seu punt àlgid, havien de triar alumnes per a fer una representació i se'ls va ocórrer promoure un càsting. Un nen va postular-se per a un paper només pel fet que un company seu el volia. La mecànica competitiva que havien introduït l'hi portava. El nen va acabar renunciant-hi, però fent-los una reflexió de per què ho havia fet, i generant una situació que va fer evident que la proposta no havia estat l'adequada.

Aquest estil també es correspon amb la governança de l'organització. De cara a comptar amb una visió més àmplia, també tenen una mena de fòrum informal d'assessors/es, tot i que ells/es mateixos/es potser ni en siguin del tot conscients. Regularment es valen de l'opinió de certes persones que des de fora els transmeten els seus punts de vista. És una manera de mantenir sempre oberta la visió.

*“L'escola
té la vocació de
durar en el temps,
de ser sostenible
com a institució.
Per tant, vol fer
front a tots
els conflictes per
mitjà del diàleg”*



Visió i vinculació estratègica

Aquestes accions són una manera de fer compatible una activitat empresarial amb uns valors dels fundadors/es i d'integrar-los en la dinàmica de tota l'escola i tota la pròpia comunitat educativa.

No s'havien plantejat si aquesta era una acció de responsabilitat social, però en canvi tenien clar que formava part intrínseca del seu model educatiu i, en darrer terme, del seu model de negoci.

No és, per tant, un conjunt d'activitats complementàries a les quals es pugui renunciar, sinó que són part de la manera com formen part de l'entorn en el qual desenvolupen la seva activitat.

RESULTATS OBTINGUTS

Per a l'escola

L'impacte més agraït és el clima humà, educatiu i organitzacional que genera. Es palpa en l'ambient un respecte per la diversitat cultural, pels orígens de les persones, per les llengües, per la reflexió, pels valors democràtics, una sensibilitat per allò que afecta la societat.

Per a la comunitat i la societat

Quant a l'alumnat i el conjunt de la comunitat educativa, aconsegueixen treballar pels valors de la UNESCO a partir de la seva activitat musical, posant el seu gra de sorra en la construcció d'un món millor.

En l'àmbit sectorial, la seva acció podria ser un model per a altres escoles de música, tant pel seu compromís amb la comunitat i amb els valors de la UNESCO com per la millora en les relacions professionals que han estat promovent.

La comunitat se'n veu afavorida per mitjà de les diferents col·laboracions que mantenen amb entitats i organitzacions diverses, fent possible una major dinamització cultural i una transversalitat a través de la integració de la música dins altres expressions culturals i comunitàries.

Participar en trobades en l'àmbit espanyol és una manera d'ajudar a generar relacions cordials entre persones i organitzacions que tenen un gran respecte per la diversitat cultural i que estan disposades a compartir des del respecte a cada identitat.

DESPESES

No les tenen quantificades, cosa que d'altra banda els seria difícil, perquè en ocasions no es tracta de despeses directes sinó d'integrar-les en el que ja fan, i sobretot de posar-hi una gran dosi d'il·lusió i convicció en el que es fa i per què es fa.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Comunicació

No fan cap mena de comunicació més enllà de la derivada dels mateixos actes. Són conscients que això limita la comprensió de les motivacions i potser el mateix impacte social. Pot haver-hi un risc d'incomprensió.

Segurament es deu al perfil de les persones que ho han creat, que actuen amb una prudència que els porta a explicar els fets, les accions i les activitats, però no a fer bandera del fons, tot i que sigui el més rellevant.

És per això que creuen que aquest és un aspecte a millorar, ni que sigui per guanyar autoestima entre la mateixa comunitat educativa, però reflexionen que sovint en aquest país tenim la tendència a no explicar gaire les moltes coses que fem bé, possiblement perquè no ens va l'*autobombo*.

Unescocat - www.unescocat.cat

Unescocat. Escoles associades - www.unescocat.cat/ct/p2/

Unescocat. Normativa d'escoles associades - www.unescocat.cat/ct/docs/normacat.pdf





ESTAMP, SA

“La gerència està conscienciada i, a més, convençuda dels beneficis de l'RSE”

Sector d'activitat
Forja i estampació de metalls

Activitat de l'empresa
Estampació metàl·lica pel sector de l'automoció

Localitat
Terrassa

Plantilla
200 (2007)

Facturació anual
30 - 40 milions d'euros

Promotors/es de l'experiència
Roser Balagué, cap de Recursos Humans; Daniel Díaz, Gestió de la qualitat, Medi ambient i PRL)

Àmbit Ressort
Igualtat i conciliació,
Qualitat de les condicions laborals,
Salut i seguretat

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Estamp, SA va néixer l'any 1984 a Sabadell, però va acabar traslladant-se a Terrassa per motius personals de la gerència i per què la necessitat d'unes instal·lacions de major grandària.

Actualment a l'empresa hi treballen 200 persones de les quals unes 40 són dones.

És una empresa dedicada a l'estampació metàl·lica, i té com a clients més importants els del sector de l'automoció. Gran part del seu negoci va dirigit a l'estranger, sobretot a França, on un dels seus clients més importants és una empresa de l'automoció.

A causa del procés productiu concret del sector, l'empresa generava certs problemes ambientals i de l'àmbit laboral que s'havien de tractar des del punt de la Responsabilitat Social. Gràcies al fet que la gerència de l'empresa sempre ha tingut clar que l'aplicació de bones pràctiques en prevenció de riscos laborals i medi ambient era una necessitat i una obligació, l'empresa ha reduït molt les externalitats que això generava i ha col·laborat en activitats de caire social.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Responsabilitat Social Empresarial

Percepció general de l'RSE

La Responsabilitat Social Empresarial és quelcom que fins fa poc només les grans empreses aplicaven. Actualment, en l'àmbit de les pimes, l'RSE està poc desenvolupada i avança poc a poc, i els petits empresaris no en veuen els beneficis perquè no és fàcil de comptabilitzar. No obstant, des d'Estamp consideren que l'aplicació de les polítiques d'RSE aporta grans beneficis, sobretot pel que fa a augmentar la productivitat dels treballadors i treballadores.

Data o període de l'experiència

Les dates d'inici de les experiències són diferents per cada cas, si bé, com ja hem dit, la gerència va aplicar des del principi polítiques de reducció dels accidents laborals.

Motivacions

Des de la gerència sempre s'ha incentivat l'aplicació de les bones pràctiques, sobretot pel que fa a prevenció de riscos laborals i medi ambient. Una altra motivació que els obliga a tirar endavant en aquest àmbit són les auditories que fa la clientela per controlar els riscos laborals. Els clients/es coneixen l'efecte que els accidents laborals tenen sobre els preus de venda i per això volen que els seus proveïdors/es els redueixin per tal d'obtenir un preu més barat. Això demostra que no és només una qüestió de principis, sinó també de beneficis.

Accions, fases del procés i participants

Des de l'any 2000, Estamp aplica la llei de prevenció de riscos laborals. L'any 2003 van aplicar la Norma ISO 14000. Des de fa 2 anys apliquen la Norma OHSAS 18001 que es va acabar d'aplicar l'octubre del 2007, i que es revisa cada any per comprovar si s'han de fer canvis en la seva aplicació. En un futur pròxim volen tenir també el codi Forética. La Norma d'empresa SGE 21 és el primer sistema de gestió de la responsabilitat social europeu que permet, de manera voluntària, auditar processos i assolir una certificació en Gestió Ètica i Responsabilitat Social.

L'empresa va detectar que existia un alt grau d'absentisme laboral i que aquest podia haver sorgit de la impossibilitat de conciliar vida laboral i privada. Dins la direcció hi ha preocupació i les iniciatives dutes a terme no estan formalitzades de cap manera.

Les polítiques de formació que realitza l'empresa es poden incloure dins de les relacions laborals, com són els plans de formació interna i també, dins de l'acció social, la formació externa. Per una banda, l'empresa dedica el 1,5% dels sous a cursos formatius d'informàtica o idiomes pels tre-



balladors i treballadores que ho desitgin. L'empresa realitza enquestes entre el personal per veure quines mancances i necessitats formatives tenen. Gràcies a aquestes accions, la Cambra de Comerç de Terrassa va atorgar a l'empresa un guardó a la detecció de les necessitats formatives l'any 2003. Per l'altra banda, l'empresa participa al Consell de Formació Professional de Terrassa, on, a més de formar joves en el sector del metall, ofereixen visites a l'empresa.

En l'àmbit de l'acció social, l'empresa fa proves a nois i noies sense estudis per oferir-los feina.

En termes de Medi ambient, fa 4 anys que van aplicar l'ISO 14000. Per l'any vinent esperen haver aplicat la Norma EMES. Es tracta d'una norma voluntària i molt valorada a Europa per promoure una millora contínua del comportament mediambiental de qualsevol sector.

En gestió de residus, l'empresa els ha reduït gràcies a la compra d'una compactadora. Abans, la mateixa empresa proveïdora de metall era qui feia la recollida de la ferralla generada, però ara ho fa l'empresa.

“Hem fet mesures del soroll que produïm a l'exterior del recinte. Els resultats estan molt per sota dels límits, però tot i així tenim l'objectiu de reduir el soroll”

Dins l'empresa, el procés de producció genera inevitablement molt de soroll, i és per això que han fet mesurar els nivells d'afectació de soroll a l'exterior. Els resultats obtinguts són que el soroll és poc perceptible i que en qualsevol cas està per sota dels límits establerts per llei i també per sota del soroll que genera l'autopista limítrofa. Tot i així, un altre dels objectius que s'ha marcat l'empresa és la reducció del soroll dins l'empresa, ja que tot i les mesures de protecció que tothom ha de portar, hi ha un cert risc i sobretot una sèrie d'inconvenients per a la producció, com pot ser el fet que no poden parlar dins la fàbrica.

Objectius

Els objectius de l'empresa són una millora contínua de les condicions ambientals, com la reducció de la contaminació acústica i també la millora de la satisfacció dels empleats i empleades per les conseqüències directes que té això sobre l'augment de la productivitat i també una millora contínua en l'àmbit laboral. Pel que fa a l'acció social, no hi ha cap objectiu concret a part de continuar amb les col·laboracions al Consell de la Formació Professional de Terrassa.

Com afecta altres parts interessades, proveïdors/es, etc.

L'empresa té diverses certificacions, com ja hem dit, que els clients i clientes coneixen i també les empreses proveïdores. En el cas del proveïdor de metall, aquest s'ha vist afectat amb el fet que s'han eliminat els materials residuals i per tant ja no n'ha de fer la recollida, cosa que sí que feia abans. La clientela, més que veure's afectada, ha estat part implicada en el desenvolupament d'algunes de les polítiques. Com ja hem dit, la clientela ha auditat l'empresa per tal d'observar el risc d'accident dels treballadors i treballadores, coneixedora que això afecta el cost de les peces.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

[Empresa] Estan convençuts que les polítiques laborals que apliquen aporten beneficis a l'empresa per l'augment de la productivitat de la plantilla. Altres accions no tenen, potser, uns beneficis tan evidents, com poden ser les accions socials.

[Empleats] Són evidents i immediats, tant pel que fa a les accions de conciliació laboral com a les de formació.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] La reducció de residus mediambientals, la participació en el Consell de Formació Professional de Terrassa a través de l'assessorament sobre la Formació Professional i la contractació de joves sense estudis són les accions amb més beneficis per a la societat.

[Parts interessades] La clientela és la primera que es preocupa per les accions en RSE perquè en alguns casos aquestes van lligades a reducció de costos, com és el cas de les reduccions en accidents laborals.

DESPESES

La inversió en la nova maquinària de compactació de deixalles, les fortes mesures de seguretat amb el seu cost d'aplicació i el temps dedicat al Consell de Formació Professional de Terrassa són les despeses que han tingut per aplicar l'RSE.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Van participar al llibre blanc d'RS de la CECOT, en el qual apareixen. Premi de la Cambra de Comerç 2003 a la detecció de les necessitats formatives dels treballadors i treballadores.

Guia de la Responsabilitat Social a les pimes - <http://www.cecot.es/rsp/>
CECOT - <http://www.cecot.es>





FILTROS ANOIA

“Ha estat una decisió empresarial més lligada al model d’empresa que no pas al mercat”

Sector d’activitat
Paper

Activitat de l’empresa
Fabriquen papers de filtre amb usos analítics per a laboratori, papers tècnics per a ús industrial i per a d’altres usos especials.

Localitat
Sant Pere de Riudebitlles (Alt Penedès)

Plantilla
25 (2006)

Facturació anual
2.700.000 euros (2006)

Pàgina web
www.fanoia.com

Promotor de l’experiència
Enric Pérez, director

Àmbit Ressor
Qualitat de les condicions laborals,
Medi ambient, Salut i seguretat

DESCRIPCIÓ DE L’EMPRESA

Els precedents empresarials de Filtros Anovia, SA es remunten al 1897, any en què Josep Albet Quintana, un dels primers tècnics paperers d’Espanya, funda una societat per iniciar la fabricació de papers filtre a partir de draps de cotó.

La producció d’aquests papers filtre es realitzava de manera totalment artesanal. El procés s’iniciava amb la trituració de la matèria primera amb la finalitat d’obtenir les fibres de cotó. Posteriorment es barrejava amb aigua per a obtenir la pasta i finalment es fabricava el paper fulla per fulla, mitjançant l’ús d’un sedàs. El procés conclouïa amb l’assecat natural dels papers filtre en edificis ventilats.

Un aspecte molt important a tenir en compte en la fabricació dels seus papers filtre ha estat la utilització, en el procés de producció, d’aigua procedent de les deus, d’elevada puresa, situades a tan sols tres quilòmetres de la fàbrica.

L’any 1945 s’instal·la la primera màquina impulsada per energia elèctrica, amb una capacitat de producció encara escassa, ja que el procés de l’assecat del paper havia de realitzar-se mitjançant sistemes manuals. Ja en els anys 60 i a causa del fort increment en la demanda de papers filtre, tant industrials com analítics per a laboratori, instal·la una moderna màquina que li permet, en aquell moment, convertir-se en un dels fabricants de paper filtre més importants d’Europa.

En l'actualitat, Filtros Anoya, SA centra la seva activitat en la producció, manipulació i comercialització de papers de filtre tècnics, absorbents i analítics per a laboratori. Gairebé el 60% de la producció s'exporta, sobretot a mercats tan exigents com el dels EUA o l'uropeu. És l'única empresa que fabrica papers de filtre a l'estat espanyol i té empreses clientes a tot el món.

Data o període de l'experiència

Tot i que forma part d'una filosofia global, prenem com a punt de partida el 1998-99, que és quan s'implanten les Normes ISO 9000 i 14000.

Objectius

Els impactes en el seu sector tenen una especial incidència en matèria ambiental, i també en seguretat laboral. El concepte de Responsabilitat Social no els és gaire conegut però des de fa anys se senten que actuen de manera responsable, tant en referència als impactes ambientals com als laborals.

Creuen que el seu sector és difícil i que arrossega una mala fama, a causa de com es feien les coses anys enrere. Per això, Filtros Anoya vol ser exemplar en la manera de fer les coses i mostrar-les amb transparència, no per vanitat sinó per intentar millorar dia a dia.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Transparents en un sector difícil gràcies a un compromís ambiental, una reinversió de beneficis i bones pràctiques laborals

Motivacions

Les motivacions han estat bàsicament de caràcter personal, fins al punt que la mateixa introducció de les normes ISO ha estat una manera de donar força funcional a una decisió prèvia de fer les coses bé i causar el mínim impacte ambiental. Quan de vegades als operaris els podia costar d'entendre el perquè de certs procediments, recórrer a l'obligació imposada per la Norma era més fàcil d'entendre que no per una qüestió de valors...

Accions, fases del procés i participants

Cal tenir en compte que Filtros Anoya sorgeix de la reflatació d'una empresa anterior. L'ISO 9001 els va servir per posar ordre, i després la 14001 els va donar la tranquil·litat de fer-ho tot bé i no incórrer en riscos.

Manifesta un sentiment de solitud en aquesta recerca particular de l'excel·lència, ja que han trobat pocs suports externs, sovint ni tan sols en la mateixa administració pública. En algun cas, la resposta era de "finestreta", dient-los que la resolució del problema corresponia a la mateixa empresa i que cerquessin ells mateixos la millor solució. Per contra, també des-



taca com a col·laboració positiva un estudi que Indústria i Energia (Generalitat) els va fer sobre pèrdues d'energia. Els van dir allò que tenien malament i que fins i tot tramitaven un préstec per a la inversió. Els diners no els van caldre perquè ells prefereixen pagar sempre sense préstecs, però ens destaquen la bondat d'aquest model d'administració que presta l'ajut i dóna facilitats: “Després, la responsabilitat correspon a l'empresa, però hi ha una seguretat en el que fem ja que hi ha hagut un diàleg amb l'Administració i un suport per saber cap on hem d'anar”.

En un altra inspecció voluntària van afrontar un altre aspecte. Tenien una gran quantitat de colorants emmagatzemats a la nau industrial que eren restes pertanyents a l'empresa anterior. En el seu cas, com que no treballen amb tints, no els feien servir, i havien quedat allà sense cap destinació determinada. Per mitjà d'una inspecció van saber el perill que els tints comportaven i les seves propietats. És per això que van procedir a desfer-se'n pels mitjans apropiats.

El director manifesta el seu esperit crític i les inquietuds que el motiven. És per això que voldria fer molt més del que fan, tant en la millora de l'empresa com en la repercussió positiva respecte les parts interessades i els qui ho necessiten.

Les voluntats no són purament retòriques sinó que estan clarament documentades: repassant objectius d'exercicis anteriors observem com el 2003 es plantejava “adequar el terreny ajardinant-lo amb vegetació del tipus feta servir com a matèria primera”, o “disminuir el producte desin-crustant de la caldera”, “aprofitar l'aigua residual de l'osmosi per als WC” o “aconseguir tenir peixos vius a l'aigua de fabricació de paper”.

[Inversió i model d'empresa] Destaca que no reparteixen dividendes perquè tot es reinverteix. Per tant, estan creant un gran valor, tot i que els més perjudicats puguin ser les persones accionistes. No és un valor que aquestes perdin, ja que el tenen aquí dins, i el seu compromís hi és. Per la seva banda, i en justa correspondència amb aquesta opció, el director també practica la moderació salarial en la seva pell, ja que consideraria injust un comportament diferent.

Quan encara no hi havia tantes normatives ambientals, Filtros Anoia ja es va avançar en les mesures de control i millora, ja va considerar que no tenia cap sentit que l'aigua bruta es barrejés amb l'aigua que baixava neta pel riu. A banda d'això, era evident que tard o d'hora els acabarien obligant a fer-ho, amb la qual cosa una opció que d'entrada venia marcada per uns valors acabaria sent un avantatge competitiu.

Quant a les normes ISO, tenen clar que ho fan fer fruit d'una decisió empresarial, però més lligada al model d'empresa que no pas al mercat. És a dir, que no tenen una demanda explícita de certificació. Per aclarir el seu punt de vista, fins i tot manifesten sense ambigüitats que allò que els interessa és continuar amb un sistema de gestió normalitzada però que no els faria res deixar de pagar a les certificadores només pel fet de poder lluir una etiqueta.

[Pràctiques laborals] Pel que fa a la plantilla tenen una política de flexibilitat i bon tracte, tot i que no és una matèria documentada o explícita. Pel fet que és una empresa petita, resolen les circumstàncies amb la millor voluntat d'acord amb cada cas. Observem que hi ha jornades reduïdes a demanda de persones concretes.

“Les voluntats no són purament retòriques sinó que estan clarament documentades”

Un especial sentit d'implicació de la plantilla es dona a partir d'una pràctica molt especial que fa anys van posar en marxa: durant les vacances escolars contracten tots els fills i filles de treballadors i treballadores que vulguin i amb el mateix sou que les altres persones de la plantilla. Donada la dimensió de l'empresa això només vol dir uns tres contractes, però que tenen un alt valor per a les famílies i és una manera que aquests joves a partir dels setze anys ja tinguin l'oportunitat de treballar plenament en unes condicions dignes. També suposa, per tant, una contribució a la comunitat, en el cas d'un poble de petites dimensions.

Aquesta implicació amb la comunitat també es dona a partir del moment en què reflexionen sobre les poques oportunitats que hi ha d'ocupació femenina al poble. És per això que manifesten la inquietud d'oferir feines amb horaris reduïts que facilitin la conciliació per a aquelles dones a qui altrament els pugui ser difícil accedir a un lloc de treball remunerat al municipi.

[Qualitat i desenvolupament] Filtros Anoia té un concepte de qualitat que no consisteix tan sols a fabricar bé els productes, sinó que va més enllà d'aquest argument. Treballen la qualitat en tres vessants:

1. Compromís amb la qualitat total.
2. Respecte pel medi ambient: Els processos de fabricació de la indústria paperera, en alguns casos, poden suposar una forta agressió al nostre entorn ambiental. A Filtros Anoia han eliminat completament aquest risc a través de la implantació del sistema de gestió ambiental ISO 14001. D'aquesta manera, la fàbrica treballa amb un sistema totalment tancat on les aigües es reciclen en un 100% per a tornar a entrar de nou en el procés de producció. Quant a les pastes utilitzades, aquestes són elaborades a partir de plantacions controlades legalment. Les matèries primeres provenen de plantacions controlades dels EUA, França, Suècia i Espanya.
3. Respecte per la salut de les persones: Una part dels papers filtre elaborats s'empren en processos de filtració per a la producció d'aliments (olis vegetals, essències, vins d'alta gamma, grasses animals, margarines, etc.) i de productes que han d'estar en contacte amb les persones (cosmètics, fàrmacs...). Per aquest motiu, es comprometen a utilitzar les millors matèries primeres: fibres nobles de cel·lulosa, resines lligants de tercera generació, aigües de procés d'elevada qualitat, i per això, els papers filtre obtinguts compleixen amb les més recents normatives espanyola, alemanya i europea relatives a la puresa i qualitat dels materials que han d'estar en contacte amb productes alimentaris i de consum; entre altres: Directiva 90/128 EEC, Directiva 1999/91/EEC, EC Directiva 89/109 EEC 21 st/12/1998, Decret n.92/631 de/8 7/92 BID n.1995/3 i BGA n°36, BGW XXXVI/I així com amb les recomanacions de diferents organismes oficials i independents.

[Comunitat] En virtut de la seva passió per l'esport, patrocinen el seu propi equip d'alpinisme i aventura, Fanoia Team. A part d'aquesta

“Durant les vacances escolars contracten tots els fills i filles de treballadors que vulguin i amb el mateix sou que les altres persones de la plantilla”

L'aposta de qualitat també implica la investigació i el desenvolupament de nous productes, impulsat des del seu propi Departament de Qualitat i I+D.

Ha estat sempre una empresa innovadora, que ha invertit en maquinària d'última generació i desenvolupat el propi I+D.

Això li ha permès accedir als mercats mundials. Per a reforçar aquesta expansió, ha creat un consorci exportador amb quatre empreses més del sector, per mitjà d'una línia de suport de l'ICEX.



acció, no disposen d'una línia de col·laboració amb la comunitat o amb ONG, tot i que es manifesta que si disposessin de beneficis superiors als que necessita la reinversió en la pròpia empresa no dubtarien a fer algun tipus de mecenatge o inversió social, especialment per als països més necessitats, com els africans.

Accepten i promouen les visites escolars i han procurat fer-les més didàctiques, amb un material específic i fins i tot han plantat als seus jardins els arbres que en el seu cas serveixen per a l'obtenció de la pasta de cel·lulosa per fer paper.

Com afecta altres parts interessades, empreses proveïdores, etc.

La responsabilitat encara no és una demanda explícita en la majoria de relacions comercials del sector, sinó que el que es demana és qualitat. Per tant, les seves pràctiques, en general, no tenen cap efecte rellevant en les seves empreses clientes o proveïdores.

Objectius de millora

Alguns dels seus objectius de millora es veuen aturats per dificultats amb l'Administració.

Volen fer una estació de generació de 35 Kw d'energia solar en una parcel·la annexa de 700 m². Per part d'Endesa els donen la conformitat però no compten amb el permís municipal.

Al final del seu procés disposen d'un decantador on extreuen de l'aigua emprada les restes de fibres de paper que s'han anat escapant dels diferents filtres. Amb les restes voldrien preparar compostatge i, de fet, tenen una petita instal·lació on en ja fan amb caràcter particular, però que malauradament per impediments legals no poden comercialitzar.

També ens mostren el fracàs que han tingut en un producte que han llançat al mercat, que és el paper que es fa servir per posar damunt les llitres hospitalàries, en les visites mèdiques o per als massatges. Havent observat que tots aquests serveis utilitzen un paper que no reuneix les condicions de puresa ideals, van llançar al mercat un paper en rotlle obtingut amb garanties de puresa absoluta, ja que ha d'estar en contacte amb la pell. Tanmateix, no ha estat acceptat pel mercat a causa del seu preu elevat. El gerent de l'empresa comprèn la decisió dels hospitals per raons econòmiques però assegura que molts/es pacients no voldrien posar-se al damunt dels papers actuals si sabessin les impureses que poden haver intervingut en el seu procés d'elaboració.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

Per a la plantilla: qualitat i seguretat laboral i satisfacció tant per a la plan-

tilla com per a les famílies (flexibilitat, contractació fills/es...). Per a l'empresa: bon clima laboral i implicació en l'empresa.

Per a les persones i la comunitat:

Minimització de l'impacte ambiental i exemplaritat dins el sector.

DESPESES

Algunes despeses han anat vinculades a les implantacions i certificacions de les normes ISO, un servei de consultoria ambiental. Però les inversions més grans han estat en tota la maquinària i infraestructures, fet que els ha fet guanyar qualitat i tenir un impacte ambiental menor. Finalment, i donada la seva singularitat, també fem referència al còmic que han elaborat per millorar la tasca pedagògica de les visites (amb un cost de prop de 3 euros per visitant).

COMUNICACIÓ I ÈXITS

En general la gent no coneix les pràctiques de responsabilitat social que porten a terme. No tenen cap interès per comunicar-les ja que ho fan senzillament perquè volen que aquest sigui l'estil de l'empresa i que les persones que s'hi vinculen, ja sigui la plantilla o les empreses proveïdores, s'hi trobin còmodes.

Malgrat que no facin una difusió de les seves pràctiques, sí que es mostren de manera transparent, ja sigui amb l'administració com amb qui els vulgui conèixer. La seva empresa està oberta a visites escolars, per als quals l'any 2003 van editar un conte tipus còmic que explica tot el procés d'elaboració del paper.

Consideren que hi ha molts mites sobre el seu sector i per això, en el seu cas, tenen les portes obertes a tota persona que hi vulgui anar. Si és cert que anys enrere la planta podia estar en unes condicions no aptes per a visites, avui dia, la qualitat dels processos, la netedat i seguretat, la millora de totes les condicions laborals i la tecnificació han fet que la nau on fabriquen el paper sigui en tot moment un espai apte per acollir una visita des de professional fins a escolar, passant per les mateixes inspeccions industrials.

Com a mostra de transparència i voluntat de millora destaquen que van acceptar que l'organització CEPA els fes una inspecció voluntària. L'objectiu era saber què tenien malament i com es podia millorar i, per tant, va ser una experiència positiva de cara a ser més conscients dels elements i processos que podien ser objecte de millora.

Una manera clara de comunicar als visitants el nul impacte de les seves aigües és amb la piscina habitada per peixos que tenen a l'exterior de la pròpia fàbrica (uns exemplars –per cert– salvats d'una neteja d'un estany on haurien mort).

*“Afavorim la integració
i l’ experiència
dels immigrants”*

Sector d’ activitat
Fabricació de materials mecànics

Activitat de l’ empresa
Producció i comercialització
de vàlvules per a fluids

Localitat
L’ Hospitalet del Llobregat

Plantilla
120 (2007)

Facturació anual
60.000.000 euros (2007)

Pàgina web
www.genebre.es

Promotor de l’ experiència
Miquel París, president

Àmbit Ressor
Igualtat i conciliació, Gestió de la diversitat
Medi ambient

DESCRIPCIÓ DE L’ EMPRESA

Genebre, SA és una empresa familiar fundada el 1980. Actualment és l’ empresa líder a nivell nacional en la fabricació de vàlvules i accessoris per al control de fluids.

Amb seu central a l’ Hospitalet de Llobregat, compta amb una plantilla total de 120 persones, a més d’ una xarxa d’ agents comercials distribuïts pel territori espanyol, alguns països europeus i el continent sudamericà.

L’ activitat principal de Genebre és el disseny, producció i comercialització de vàlvules per a fluids tant al sector de la construcció (instal·lacions d’ aigua i calefacció), com al sector industrial. Els productes de Genebre es poden agrupar en quatre grans línies:

- Hidrosanitària: Vàlvules de llautó.
- Divisió Industrial: Vàlvules industrials.
- Divisió Aixetes: Aixetes domèstiques.
- Calefacció: Vàlvules de calefacció.

Factura uns 60 milions d’ euros anuals, dels quals prop del 40% provenen de l’ exportació. Tenen fàbriques instal·lades a Argentina i a la Xina i durant el 2007 van obrir una nova filial al Brasil. A més, estan projectant una nova seu corporativa a El Prat del Llobregat.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Responsabilitat Social Empresarial Integrada

Accions, fases del procés i participants

Fa anys que Genebre actua en certs àmbits de la Responsabilitat Social Empresarial, concretament en la gestió de la diversitat dels seus treballadors i treballadores, en la qualitat de les condicions laborals i també en el medi ambient.

Si tenim en compte que la Unió Europea considera la investigació i el desenvolupament i la qualitat dels productes com a Responsabilitat Social Empresarial, hem de dir que aquest és un aspecte important de l'empresa Genebre.

Genebre té implantat un sistema de gestió de la qualitat pel disseny i la producció de vàlvules pel control i regulació de fluids, aixetes i altres productes per l'ús de col·lectivitats.

La seva xarxa comercial s'ha caracteritzat sempre per estar en contacte directe amb els clients, i atendre'n les necessitats i les inquietuds. Però per una altra banda, volien tenir una idea, com més directa millor, de la percepció del servei de Genebre per part de la seva clientela, conèixer en quins aspectes els valora més el mercat i en quins apartats havien de millorar. A més, després de la consecució del Certificat ISO 9002 concedit per TÜV Rheinland i de ser una de les primeres empreses a aconseguir l'Eurocertificat, la internacionalització de Genebre i la competitivitat dels mercats europeus els demanava aconseguir noves fites de servei. Per aquesta raó, a finals de 1999, el Comitè de Direcció va decidir elaborar i enviar als seus clients i clientes una enquesta per mesurar llur satisfacció.

Les accions que van seguir a l'enquesta van ser els següents: difusió dels resultats dins de l'empresa, tant al comitè de direcció com a la resta de col·laboradors/res; lliurament als caps comercials i agents d'un informe amb els resultats parcials de les seves àrees de responsabilitat; creació d'un departament d'assistència tècnica al client; elaboració, amb els caps comercials i agents, d'un pla d'accions de millora de l'activitat; elaboració d'un pla logístic encaminat a reduir el termini de lliurament als clients i clientes; automatització del magatzem i, finalment, es va enviar un fax a tota la clientela (ja haguessin respost l'enquesta o no) on se'ls donava les gràcies i se'ls enviava còpia dels resultats.

En l'àmbit de la qualitat, l'any 2003 l'empresa va rebre el Premi a la Qualitat per part de la Generalitat de Catalunya i l'any 2002 el Premi a la Internacionalització de l'Economia Catalana. L'any 2006 va ser guardonada per la Generalitat de Catalunya, a través del CIDEM, amb el Premi a la Innovació en Màrqueting pel canvi de la seva imatge corporativa, la gestió comercial de clients i clientes, el disseny de nous productes que satisfan les necessitats del mercat i l'estratègia d'internacionalització, tots ells factors claus de la competitivitat empresarial.

Després de les accions per la qualitat, les accions en l'àmbit de la diversitat són les més treballades. Potser l'experiència més destacable és el pro-



jecte d'integració de treballadors i treballadores immigrants. A través de contactes amb les diferents filials que l'empresa té pel món i altres mitjans, Genebre contracta personal a països en vies de desenvolupament, com poden ser els països de l'est d'Europa, Equador, Uruguai o Argentina. L'experiència enriqueix totes les parts: la societat, perquè afavoreix la integració d'immigrants mitjançant contractes de treball signats en origen; els treballadors i treballadores, perquè els aporta coneixements nous i formació; i l'empresa, perquè obté un personal altament motivat i implicat amb l'empresa.

Altres àmbits de la Responsabilitat Social en què treballa l'empresa són la conciliació laboral i familiar i les polítiques de formació del personal. La gerència comenta que cada vegada és més difícil que en l'àrea de la logística, en referència a la gestió dels magatzems, la gent duri. Hi ha una enorme rotació. En canvi, la gent que van formant tendeix a ser més estable i això repercuteix positivament en el funcionament de la companyia. Amb aquestes accions l'empresa guanya en qualitat i estabilitat laboral.

Per acabar, comentar que Genebre també realitza accions en l'àmbit del medi ambient i concretament en la gestió de residus. En aquest sentit, actualment treballen en l'obtenció de la certificació ISO 14001.

Objectius

Com fins ara, l'empresa seguirà comptant amb l'opinió de tot el personal pel que fa al dia a dia i al futur proper, amb l'objectiu de seguir oferint la millor qualitat als seus productes i serveis amb un contacte directe amb els clients.

En l'àmbit del medi ambient es creu que les accions que s'estan prenent representaran beneficis a llarg termini, personals, empresarials i socials.

Com afecta altres parts interessades, empreses proveïdores, etc.

Aquestes polítiques de Responsabilitat Social asseguren un vincle molt estable tant amb la clientela com amb les empreses proveïdores i treballadors/es.

Visió i vinculació estratègica

Les bones pràctiques en RSE estan vinculades a l'estratègia empresarial, integrades dins l'activitat empresarial, ja que això és important perquè les accions disposin de continuïtat en el temps i tinguin un valor en sí mateixes.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

[Empresa] Augment de la qualitat del treball a causa d'una major fidelitat dels treballadors i les treballadores.



[Personal] Tenen més satisfacció de treballar en l'empresa per les millors condicions que se'ls ofereix, com la formació i les diferents accions en termes de conciliació laboral.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] Major integració dels immigrants gràcies a la contractació en origen i la reducció de l'impacte mediambiental gràcies a la gestió dels residus.

[Parts interessades] La qualitat augmenta i, per tant, la clientela i les altres parts interessades en surten beneficiades.

DESPESES

Moltes de les accions no tenen cap cost econòmic, com les de conciliació i gestió de la diversitat o de qualitat de les condicions laborals. El cost de la nova gestió de residus és la certificació i les accions que això exigia. No consta que ho hagin comptabilitzat.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

L'any 2003 l'empresa va rebre el Premi a la Qualitat per part de la Generalitat de Catalunya i l'any 2002, el Premi a la Internacionalització de l'Economia Catalana. L'any 2006 va ser guardonada per la Generalitat de Catalunya, a través del CIDEM, amb el Premi a la Innovació en Màrqueting.

També ha aparegut en diversos mitjans de comunicació, com la Televisió de l'Hospitalet, explicant les seves accions en RSE.

Premi a la Qualitat CIDEM

http://www.cidem.com/cidem/es/servicios/reducircostes/premios_2006/registro/premios2003/genebre/index.jsp

http://www.gencat.cat/treball/doc/doc_13768935_1.pdf

Resultats de les enquestes a clients (any 2000)

http://www.cidem.com/cidem/binaris/rq42_17_21_tcm48-6013.pdf





GRÀFIQUES OLSA

“Les bones pràctiques internes són una manera de ser i de fer amb tothom”

Sector d'activitat
Edició i Arts gràfiques

Activitat de l'empresa
Impremta gràfica

Localitat
Terrassa

Plantilla
18 (2007)

Facturació anual
1,5 - 2 milions d'euros

Pàgina web
www.grafiquesolsa.com

Promotor de l'experiència
Joan Solanella, gerent

Àmbit Ressor
Gestió de la diversitat, Medi ambient,
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Gràfiques Olsa és una empresa familiar fundada l'any 1960 a Terrassa que es dedica a l'edició gràfica.

Es tracta d'una empresa petita on la majoria de treballadors i treballadores porten molts anys en nòmina. La rotació de personal és poc significativa, cosa que fa que tot l'equip es conegui bastant bé.

La competència no para de créixer, no només perquè és un sector en expansió sinó també perquè cada vegada és més fàcil arribar a clients més llunyans i, per tant, ara no només competeixen amb empreses locals sinó que també ho fan amb nacionals i fins i tot internacionals. Per això, l'empresa ha de augmentar la seva competitivitat tot invertint en nova maquinària. La inversió en maquinària, com veurem després, ha esdevingut una de les accions amb responsabilitat social d'aquesta empresa.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Responsabilitat Social Empresarial

Percepció general de l'RSE

La Responsabilitat Social Empresarial és una barreja de principis morals i repercussions econòmiques en l'empresa. A vegades tots dos estan en un mateix costat de la balança i fan que la decisió d'aplicar una bona pràctica sigui més fàcil. D'altres, els principis morals i les repercussions econòmiques estan separats i és més difícil decidir. En general l'empresa creu que cada vegada les RSE tindran més importància i la seva aplicació serà més extensa.

Data o període de l'experiència

Les dates d'inici de les experiències són diferents en cada cas. En el cas de les relacions laborals, l'empresa ha aplicat l'RSE des del començament de l'activitat. Pel que fa al respecte pel medi ambient, l'any 2000 van canviar la maquinària per una de més ecològica, i pel que fa a l'acció social també es pot considerar l'any 2000 com a inici de l'experiència, amb l'ocupació, per part del gerent, de la presidència del Gremi d'Arts Gràfiques de Terrassa.

Motivacions

Les motivacions de totes aquestes accions són potser un 50% personals i un 50% econòmiques o empresarials, ens assegura l'entrevistat. En molts casos les dues motivacions coincideixen: hi havia motivacions morals personals i beneficis econòmics en una mateixa actuació. És el cas de totes les accions de caire laboral, on el caràcter personal incideix en la política empresarial i aquest estatus, segons ell, deriva en una major productivitat. També és el cas de les bones pràctiques en matèria de medi ambient, on la inversió en una nova maquinària no només ha reduït la contaminació sinó que també ha augmentat la producció total.

Accions, fases del procés i participants

Des de bon principi el promotor de l'experiència i gerent de l'empresa ens va comentar que, per ell, les pràctiques que es realitzen a la seva empresa no són bones pràctiques en Responsabilitat Social Empresarial, sinó tan sols unes polítiques normals que, considera, totes les empreses han de fer. No obstant això, després de l'entrevista ens va quedar clar que les accions d'aquesta empresa no eren comunes; l'empresa ha actuat o actua en tots els àmbits d'RSE.

Pel que fa a les relacions laborals, són diverses les accions que s'han dut a terme. Una d'elles és la mobilitat i polivalència del lloc de treball: cada treballador coneix més d'un lloc de treball, i amb això s'aconsegueix que el treballador tingui més formació, però també que l'empresa tingui un substitut en cada posició. També s'ha dut a terme un procés d'assumpció de responsabilitats i de participació. El fet d'incloure els treballadors en la presa de decisions fa que aquests agafin responsabilitat en el compliment



*“Des de 2001
fins a 2005
vaig ser president
del Gremi d'Arts
Gràfiques
de Terrassa”*

de terminis. A més, les decisions de l'empresa estan més contrastades, en ser els operaris i les operàries qui millor coneixen el rendiment que poden donar. Quant a la formació, l'empresa dóna suport als treballadors i treballadores que vulguin ampliar els seus coneixements gràcies a un acord amb la CECOT pel qual s'ofereixen diferents cursos d'informàtica i llengües. Pel que fa a les taxes d'igualtat de gènere, l'empresa afirma que no hi ha paritat dins l'empresa (15 homes i 3 dones), però que això es deu al fet que no hi ha rotació dins l'empresa i que la majoria de persones de la plantilla són les mateixes des de fa molts anys (majoritàriament són homes, abans de la incorporació de la dona al mercat laboral).

Les bones pràctiques en medi ambient vénen a partir de la renovació de la maquinària. L'antiga impremta, a més de ser menys productiva, generava molts residus. Ara l'empresa no genera residus i la producció ha augmentat.

Per últim, en l'àmbit de les accions socials, l'empresa és part del Gremi d'Arts Gràfiques dins la CECOT i forma part del Consell de la Formació Professional a Terrassa, on es debat sobre quins són els perfils professionals que es necessiten a Terrassa.

Objectius

No s'ha establert cap sistema per escrit pel que fa als objectius en relacions laborals. Com fins ara, l'empresa seguirà comptant amb l'opinió de tot el personal pel que fa al dia a dia i per al futur proper.

En l'àmbit del medi ambient es creu que les accions que s'estan prenent representaran beneficis a llarg termini, personals, empresarials i socials.

Tampoc en l'àmbit de l'acció social s'ha plantejat cap objectiu en concret, malgrat que cada dia n'hi ha de nous.

Com afecta altres parts interessades, empreses proveïdores, etc.

L'empresa no fa cap publicitat de la seva manera d'actuar, i tampoc té cap certificació, però les seves polítiques d'RSE li asseguren un vincle molt estable tant amb la clientela com amb les empreses proveïdores.

Visió i vinculació estratègica

Les bones pràctiques en RSE són una manera de fer i de ser amb tothom, tant dins l'empresa com a fora, i això es reflecteix en unes millors relacions.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

[Empresa] Considera que els beneficis són molts, tant a nivell econòmic com de funcionalitat i d'ambient de treball.

[Personal] És evident i immediat. Des del moment en què impliqués els empleats i empleades en la presa de decisions de l'empresa, aquests, lògicament, són més responsables en el treball.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] La reducció de l'impacte mediambiental és el benefici més evident.

[Parts interessades] Com ja hem dit, és més la manera de fer i de ser que no pas qualsevol tipus de actuació allò que genera beneficis per a les parts interessades.

DESPESES

Complir la normativa té un cost elevat. Si, a més, la filosofia empresarial té tendència a anar més enllà, el cost s'incrementa. Malgrat tot, la satisfacció personal i col·lectiva del grup mereix aquest esforç.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

No han fet cap publicitat i ni la clientela ni les empreses proveïdores coneixen les bones pràctiques de l'empresa.

Web de Gràfiques OLSA - <http://www.grafiquesolsa.com>
 CECOT - <http://www.cecot.es>



GRUP QUALITAT

*“Nous valors
per a la promoció
i la gestió immobiliària”*

Sector d'activitat
Construcció

Activitat de l'empresa
Promoció immobiliària

Localitat
Vilanova i la Geltrú (Garraf)

Plantilla
110 (2006) dels quals 37 en són socis
i sòcies

Facturació anual
42.200.000 euros (2005)

Pàgina web
www.grupqualitat.com

Promotors de l'experiència
Eduard Brull, director general
Rafel Florenciano, director de
màrqueting

Àmbit Ressort
Medi ambient

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Grup Qualitat és el primer grup immobiliari català de caràcter cooperatiu dedicat a la promoció immobiliària residencial i industrial, a la comercialització d'habitatges de segona mà i a la gestió de noves inversions en l'àmbit immobiliari.

Creada l'any 1989, aquesta empresa promou una gestió immobiliària basada en els valors de la responsabilitat, la garantia, la sostenibilitat i la innovació permanent, i ho fa des de la fidelitat al seu model cooperatiu, tot actuant amb transparència, limitant l'impacte ambiental, apostant per l'accessibilitat i implicant-se amb la societat catalana.

Formalment és una cooperativa de treball associat i els seus responsables expressen la seva missió corporativa en els següents termes: “Millorem la qualitat de vida dels nostres clients amb una oferta immobiliària de màxima garantia”.

Al llarg d'aquests 17 anys han tingut una trajectòria ascendent. Han promogut 50 actuacions immobiliàries, han lliurat més de 1.100 habitatges i en tenen 1.100 més en execució, i tenen reserves de sòl per a més de 1.300 habitatges en projecte. El 1995 van estendre les seves activitats per Igualada, Puigcerdà, Tortosa, Valls, Manresa, Vilafranca, Sitges, Tremp, Canet, Mataró. La segona expansió territorial tingué lloc el

2002 cap a la Seu d'Urgell, Vila-Seca, Cunit, Salou, la Molina. El 2001 van adquirir els terrenys de la seva operació més rellevant mai executada, l'Eixample de Mar, al cor de Vilanova i la Geltrú, en l'espai ocupat per l'antiga fàbrica de Pirelli.

Data o període de l'experiència

L'opció per la qualitat té un caràcter constituent com es pot apreciar en el mateix nom de l'empresa. Les polítiques de Responsabilitat Social Empresarial enteses més globalment s'han anat desenvolupant d'una manera gradual. El 1995 van començar amb l'edificació bioclimàtica i han anat desenvolupant diferents experiències, però el projecte Eixample de Mar, per la seva envergadura i afectació, és el més rellevant i s'està efectuant per fases des de l'any 2001.

Objectius

Grup Qualitat es planteja ser el grup immobiliari de referència a Catalunya per resultats i responsabilitat social corporativa, i treballa per la millora de la qualitat de vida dels seus clients amb una oferta immobiliària de màxima garantia.

Impacte empresarial

El sector de la construcció és estratègic per a Europa, ja que molts altres sectors de l'economia en depenen. Amb una massa laboral directa de prop de 12 milions, és el sector més gran en mà d'obra i representa un 10% del PIB europeu. Tanmateix, és una activitat que genera un gran impacte ambiental en el territori. Fa un ús intensiu de matèries primeres com cap altre sector fa i consumeix molts recursos naturals. La construcció, tot i ser un sector molt normativitzat, ha estat tradicionalment una activitat poc regulada pel que fa a la preservació del medi ambient, fins al punt que l'aplicació de criteris ambientals en el procés immobiliari ha depès més de la voluntat dels diferents agents que intervenen en els diversos processos que no pas d'una obligatorietat normativa.

El nostre país s'ha anat emplenant d'abocadors de runa i, malgrat que s'hagi posat fi a molt abocaments clandestins, el volum de materials d'enderrocaments i rehabilitacions creix impulsat per un sector en expansió fins ara imparable. A Catalunya, se'n generen set milions de tones anuals (una tona per persona i any), però només se'n reciclen entre 200.000 i 500.000 tones, és a dir, entre un 3% i un 6,5%, segons l'Agència de Residus de Catalunya.

Aquest sector també té un impacte en l'escalfament global del planeta i la necessitat que cada país redueixi les emissions de gasos d'efecte hivernacle suposa un repte de primera magnitud, ja que entre les mesures que podrien ajudar a complir amb el Protocol de Kyoto destaca el foment de l'eficiència energètica. Segons la Comissió Europea, el sector de l'habitatge i dels serveis, format majoritàriament per edificis, representa més del 40% del consum final d'energia a la Unió Europea. Amb l'aplicació de mesures d'eficiència energètica en edificis es podria estalviar l'emissió a l'atmosfera de 450 milions de tones de CO₂ anuals, és a dir, una vuitena part de les emissions actuals de l'UE.

Empreses participades:

Garraf Mediterrània (Grup Qualitat, Caixa Manresa i Caixa Sabadell); **Àmbit Equipaments** (Grup Qualitat, Caixa Manresa, Auris 4 Investments i Centre Corporatiu INI 6); **Galze, SL** (Grup Qualitat i Caixa Tarragona); **Balma Hàbitat, SL** (Grup Qualitat Caixa Sabadell); **Cruïlla Centre** (Grup Qualitat, Coop'70 i Caixa Manresa); **Qualitat Obres, SL** (Grup Qualitat i altres minoritaris).



Finalment, el sector és lamentablement notícia massa sovint per l'elevada accidentalitat laboral, fet que podria disminuir-se de manera rellevant amb una millor aplicació de les mesures de prevenció i de seguretat necessàries. Aquesta important sinistralitat va lligada habitualment a l'abús de la subcontractació per part de grans constructores, de l'excés de temporalitat en la contractació, a banda de l'existència també d'altres pràctiques laborals al marge de la legalitat vigent.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Motivacions

La filosofia inherent al propi model cooperatiu i a les persones que integren l'empresa els va portar d'una manera molt integrada i progressiva cap a la sensibilitat envers els diferents aspectes de la Responsabilitat Social Empresarial, especialment els relatius al medi ambient, ja que està relacionat amb el seu àmbit sectorial.

Però més enllà dels valors constitutius, també volen destacar el propòsit empresarial que expressen sota el lema de "fer empresa cooperativa", i que desglossen com una suma de "fer empresa" i de "fer cooperativa". Per a ells, aquest propòsit de "fer empresa" ja comporta un ideal de persecució de valors d'eficiència, de competir obertament en el mercat i d'aspirar constantment a fer-ho millor. Aquest esperit de desenvolupament i de competitivitat també els ha mogut a ser especialment proactius en aquest enfocament de gestió.

Accions, fases del procés i participants

Apliquen des de fa anys criteris de sostenibilitat, fet que implica realitzar una bona pràctica constructiva amb la intenció d'esmoreir l'impacte ambiental. Segons les possibilitats i la viabilitat del projecte, tenen en compte diversos paràmetres de sostenibilitat tècnica i ambiental, que afecten tant el disseny arquitectònic i l'elecció de materials com els equipaments dels edificis i la mateixa urbanització. L'aplicació dels conceptes de sostenibilitat a la promoció immobiliària comporta prendre en consideració criteris de reducció del consum energètic i d'aigua i en el tractament dels residus.

Però això no és tot, ja que a la preocupació ambiental també s'hi suma l'accessibilitat: procuren fer més confortable la vida de les persones tenint cura d'altres detalls i pensant els habitatges per a tothom. Les solucions arquitectòniques proposades estan concebudes per facilitar l'accessibilitat a les persones amb mobilitat reduïda, que necessiten un tipus d'habitatge que incrementi la seva qualitat de vida.

Fa onze anys que van començar a fer edificis bioclimàtics i han anat evolucionant de manera paral·lela al seu coneixement, la sensibilitat de la ciutadania i l'interès del sector públic. Però sens dubte, el principal pas, atinent a les seves dimensions i impacte, es va produir en una operació urbanística de gran envergadura, L'Eixample de Mar de Vilanova i la Geltrú, que comportava la transformació d'un espai industrial de 10 hectàrees al centre de la ciutat (l'antiga seu de la fàbrica Pirelli) en un espai residencial.

“'fer empresa' comporta un ideal de persecució de valors d'eficiència, de competir obertament en el mercat i d'aspirar constantment a fer-ho millor”

En aquesta operació es va pretendre mantenir l'equilibri econòmic i social, minimitzar l'impacte ambiental amb l'aplicació de criteris de sostenibilitat, tant en els processos de desconstrucció i reaprofitament dels materials com en el disseny urbanístic, arquitectònic i d'elecció de materials de construcció. A més dels criteris anteriors, la reconversió de l'antic solar industrial en sòl urbà i la no utilització de nou sòl fan d'aquest projecte una experiència emblemàtica d'urbanització sostenible.

Els criteris de sostenibilitat s'hi han aplicat per diverses vies:

- En el procés urbanístic: no ocupa nou sòl urbanitzable, reconverteix sòl industrial en urbà amb altes prestacions per a la ciutat, pel volum d'espais públics, zones verdes i equipaments en proporcions més altes de les habituals.
- En el disseny de l'arquitectura, aplica diversos criteris ambientals en les diferents etapes del procés immobiliari: incrementa el confort i la qualitat ambiental interior dels habitatges (qualitat de l'aire i del soroll); fa un ús racional dels recursos naturals (aigua, energia i materials); millora la gestió dels residus generats (reducció, recollida selectiva i aprofitament); potencia l'àmbit social amb un ús eficient del sòl, la diversitat d'usos i funcions i la bona accessibilitat en transport públic, etc.
- En el procés de desconstrucció: minimitza els residus a l'abocador; reutilitza, preferentment a l'obra o a zones properes, materials o elements constructius procedents de la desconstrucció; recicla els materials que ho permetin; garanteix la màxima proximitat a l'obra del destí final dels residus; controla el procés a través de l'Institut de Tecnologia de la Construcció.
- En el disseny d'instal·lacions i en la incorporació de materials destaquem, a tall d'exemple, la instal·lació de plaques solars en els 1.000 habitatges projectats.

Algunes mesures ambientals les desenvolupen amb experts externs i amb la col·laboració d'universitats. A més, financen la càtedra d'accessibilitat de la UPC.

Com afecta altres parts interessades, proveïdors, etc.

Respecte als seus treballadors, cal dir que han aconseguit una gran estabilitat laboral i unes condicions de treball òptimes, considerant els aspectes de salut de les persones i atenent els factors culturals. La necessitat d'augment del personal ha provocat que només 37 sobre 110 siguin socis cooperativistes, ja que l'accés a aquesta condició es va fent gradualment i d'acord amb la seva filosofia.

Més enllà dels aspectes ambientals, la clientela també es veu beneficiada per una aposta per la qualitat que comporta una informació clara i completa, i uns compromisos pactats seriosament.

Els seus èxits comercials també tenen altres beneficiaris, ja que destinen el 10% dels seus guanys al compromís amb la societat en projectes diversos per a projectes de solidaritat, culturals, formatius, etc. Durant els propers anys donaran suport actiu a un projecte global lligat al concepte i a les aplicacions de l'ecologia urbana.

“han aconseguit una gran estabilitat laboral i unes condicions de treball òptimes, considerant els aspectes de salut de les persones i atenent els factors culturals”



A més, el conjunt la comunitat també es veu indirectament beneficiada per la transparència de tota l'activitat immobiliària que porten a terme.

Visió i vinculació estratègica

La naturalitat quasi innata amb què viuen l'aplicació dels criteris de sostenibilitat, no els impedeix haver desenvolupat un model de gestió estratègica de l'empresa que contempla aquesta opció i pretén posar-la en valor i facilitar-ne la gestió.

Precisament ja fa uns anys, van implantar un quadre de comandament integral que els permet la gestió estratègica de l'organització, contemplant no solament objectius i indicadors de caràcter comercial i financer, sinó també altres perspectives com ara l'aprenentatge intern, les estratègies col·laboratives, l'impacte a la societat, i la sostenibilitat.

D'aquesta manera, disposen d'un model que els permet entendre millor la pròpia estratègia i poder-la compartir amb els seus equips i aliats, tot monitoritzant i desenvolupant iniciatives estratègiques que en facilitin la implantació.

Aquesta vinculació tant diàfana tant als valors corporatius i cooperatius com a la visió i a l'estratègia, converteixen la sostenibilitat en una opció plenament integrada a l'empresa i amb una solidesa que no pot veure's alterada per situacions conjunturals.

“la sostenibilitat s’ha convertit en una opció plenament integrada a l’empresa i amb una solidesa que no pot veure’s alterada per situacions conjunturals.”

RESULTATS OBTINGUTS

Per a l'empresa i les parts interessades

Salta a la vista la satisfacció que tenen els directius de l'empresa i la complicitat evident de tota la plantilla, amb una autoestima que segurament va més enllà de la que es podria derivar de la qualitat de socis cooperativistes.

Però aquesta valoració positiva també es fa extensiva a les altres parts interessades amb qui mantenen relacions, ja siguin de caràcter comercial o bé institucional.

Quant als clients, solen fer-los una enquesta que els aporta pistes sobre aspectes com ara els criteris de compra. Lògicament la ubicació és el criteri més valorat en una compra d'habitatge, però en el seu cas destaquen com, en el segon lloc i de manera força rellevant, se situa la confiança en l'empresa, factor que sens dubte pot haver ajudat a decantar-se en una part de la seva clientela.

Per a la societat i el medi

Malgrat que no disposen d'eines quantitatives per mesurar certs impactes en la societat, sí que poden afirmar que hi ha models que ja poden mostrar l'impacte en la reducció de CO₂ a l'atmosfera. Les seves construccions n'hauran emès menys en el procés de construcció ja sigui directament com de manera induïda, però, a més, també n'emetrà menys al llarg de la vida de l'habitatge.

DESPESES

Aquest és sens dubte un aspecte que d'entrada es podria considerar cabdal, ja que si el sobrecost fos excessiu, comportaria una penalització que podria desmotivar les famílies interessades.

Respecte les mesures passives, consideren que tendeixen a zero, ja que per exemple el major cost d'una porta de 80cm en lloc de 72cm esdevé irrisori quan es negocien grans volums.

Per contra, sí que l'impacte econòmic es fa present en les mesures actives, com ara les pantalles. La rellevància pot oscil·lar en un 3-5% sobre el cost, el qual consideren que es veu minvat en el preu de venda, és a dir, que per imperatiu de mercat una part del sobrecost l'absorbeixen en el marge comercial. Però, lluny de considerar aquesta reducció del marge de benefici com una pèrdua d'oportunitat, valoren precisament la inversió que els suposa en imatge i en responsabilitat davant la societat.

Probablement no s'han dedicat a comptabilitzar-ho amb exactitud, cosa que no seria gens fàcil per a un actiu tan intangible com aquest, però un dels molts aspectes pels quals s'han vist beneficiats per l'augment de reputació és que els obre moltes portes.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

La comunicació del seu model sostenible es troba coherentment integrada en la difusió dels seus productes.

Cada cop més, l'atribut de la responsabilitat ha pres un valor més rellevant i central, fins al punt d'acabar englobant aquell valor fundacional de la qualitat. En els opuscles més recents de què disposen, estructuren la responsabilitat respecte tres destinataris: els clients (qualitat i servei), la seva pròpia filosofia, i el conjunt de la societat.

La seva aposta els ha permès aparèixer destacadament en mitjans de comunicació i esdeveniments, presentant la seva opció i les seves pràctiques. La intervenció de L'Eixample de Mar es va poder presentar al Fòrum de les Cultures, l'any 2004 a Barcelona.

L'EIXAMPLE DE MAR
Vilanova i la Geltrú

Grup Qualitat - www.grupqualitat.com
Eixample de Mar - www.eixampledemar.com
Clade, Grup Empresarial Cooperatiu - www.grupclade.com





GUMÀ ASSEGUANCES I SERVEIS

*“L’assegurança és cara
fins que es necessita”*

Sector d’activitat
Serveis empresarials

Activitat de l’empresa
Assegurances i serveis a l’empresa

Localitat
Igalada

Plantilla
9 (2007)

Facturació anual
< 50.000.000 euros (2007)

Pàgina web
www.assegurancesguma.com

Promotor de l’experiència
Josep Gumà, gerent

Àmbit Ressor
Igualtat i conciliació,
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L’EMPRESA

L’empresa es crea l’any 1970 a Igualada sota el nom de “Gumà-Castellet”, i no és fins al 1995 que rep el nom de “Gumà Assegurances i Serveis”. Les activitats principals de l’empresa són la corredoria d’assegurances i l’assessorament a les empreses per mitjà de professionals adequats per a cada assumpte que els plantegin els clients. Actualment a l’empresa són 9 persones i tenen les oficines ubicades al centre del municipi.

Es defineixen com una empresa familiar, no només perquè es petita, sinó també pel tracte personal amb la clientela, les moltes hores que hi dediquen i perquè des dels inicis ha estat dirigida per l’actual gerent, Josep Gumà, que cada vegada més delega activitats i responsabilitats en els seus fills.

Un dels últims serveis oberts per l’empresa és la nova línia d’atenció telefònica 24 hores. En aquest mateix sentit, i amb l’objectiu de donar una àmplia cobertura a la clientela, estan treballant actualment en la construcció d’una pàgina web.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Data o període de l'experiència

A Gumà Assegurances i Serveis entenen la Responsabilitat Social Empresarial com una forma de treballar, una manera de tractar la gent i de relacionar-se amb la comunitat. En tractar-se d'una empresa petita no tenen cap codi de bones pràctiques ni cap escrit on es detalli la seva política en RSE.

[Conciliació] Ajusten la jornada laboral a les necessitats personals de cadascú. Tenen dos horaris diferents: un és 9-13h/15-19h i l'altre és 9-15h/17-19h. Qualsevol treballador/a pot escollir el que vulgui amb la condició que sempre hi hagi algú a la oficina. D'aquesta manera s'aconsegueix un horari més flexible i, al mateix temps, que l'oficina no tanqui al migdia. Com en els altres àmbits, qualsevol treballador o treballadora que tingui un problema en pot parlar amb el gerent.

[Acció social i transparència] L'empresa participa en diverses accions socials de caire cultural. Segons el gerent, estan disposats a fer el que sigui necessari per Igualada i la comarca, però amb la condició que qualsevol de les accions, col·laboracions o patrocinis on intervingui l'empresa tingui una transparència absoluta quant a la destinació dels diners i dels resultats de l'acció.

Així, l'empresa ha patrocinat diverses activitats i entitats, com ara l'Igualada Hoquei Club, del qual la temporada 1983-84 Gumà-Castellet en va ser el patrocinador quan va aconseguir l'ascens a la Divisió d'Honor espanyola. Fins i tot l'any següent, atès que el club no va trobar cap patrocinador més gran, l'empresa va fer un esforç per subvencionar l'equip durant una temporada més.

D'altra banda, en Josep Gumà forma part del Rotary Club d'Igualada, del qual n'és un dels socis fundadors, i col·labora, juntament amb altres empreses i entitats, en l'organització del Concert pel Servei a la Comunitat, que es duu a terme cada d'any per Nadal. Els beneficis obtinguts en el concert van destinats a fundacions, ONG o entitats de caire social. Aquest any s'ha celebrat la 13a edició i els beneficis aniran destinats a l'Associació de les Mucopolisacaridosi i síndromes relacionades (ARMPA/MPS).

Una altra activitat en què participa o ha participat l'empresa és en la promoció turística de l'Anoia, concretament amb la guia "L'Anoia en Viu", que patrocinen el Consell Comarcal de l'Anoia, la Diputació de Barcelona i l'Obra Social Caixa Terrassa.

A més, en Josep Gumà, en aquest cas a títol personal, va ser el fundador de la Jove Cambra d'Igualada l'any 1975. Aquesta és una associació apolítica i aconfessional, formada per joves d'entre 18 i 40 anys, amb un objectiu d'autosuperació i formació personal. Els membres de l'entitat inverteixen altruïstament part del seu temps a formar-se, a través de la realització pràctica de programes que tenen una incidència beneficiosa sobre la comunitat.

La Jove Cambra és una associació apolítica i aconfessional, formada per joves d'entre 18 i 40 anys, amb un objectiu d'autosuperació i formació personal. Els membres de l'entitat inverteixen altruïstament part del seu temps a formar-se, a través de la realització pràctica de programes que tenen una incidència beneficiosa sobre la comunitat. La primera Jove Cambra es va fundar l'any 1915 als EUA i actualment existeixen Joves Cambres a 126 països, amb més de 450.000 membres.



“Mai hem de dir que no a cap client, les coses se solucionen dialogant”

[Mercat] Des dels inicis, l'empresa s'ha guiat pel principi de no dir mai que no a cap client ni clienta. Qualsevol problema que tingui la clientela o simplement un/a conciutadà/na ha de ser escoltat; els problemes, segons ells, se solucionen dialogant i coneixent la posició de l'altra persona. I per tal que això sigui possible són necessàries la confiança i la transparència en la gestió.

Percepció general de l'RSE

Consideren que l'RSE és una manera d'aplicar els principis personals i dialogar per solucionar els problemes. Reconeixen, no obstant això, que l'aplicació de l'RSE és més fàcil a la perifèria que no pas a Barcelona o a l'àrea metropolitana, ja que el tracte amb la gent a Igualada és molt més personal i les relacions són més properes que no pas a Barcelona, i això fa que sigui tot més fàcil.

Objectius

Declaren no tenir cap objectiu concret, però sí principis, que són els que apliquen sempre i els que en el futur volen continuar aplicant

Motivacions

Ajudar la comunitat i els conciutadans mitjançant el diàleg i la participació en projectes comuns.

Visió i vinculació estratègica

L'estratègia de l'empresa es pot entendre per la importància que tenen totes les persones interessades o afectades, que potser no participen directament en la presa de decisions però sí que es tenen en compte a l'hora d'escollir una acció o una altra.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

[Empresa] Aquesta manera d'actuar de la gerència ha fet que l'empresa disposi de molts contactes i que conegui molta gent, i això sempre ajuda a portar endavant un negoci.

[Personal] La idea de l'horari flexible va sortir dels mateixos treballadors i treballadores, i gràcies a la política participativa de l'empresa i a la idea de dialogar es va acceptar i es va aplicar la mesura.



Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] Moltes iniciatives socials realitzades a Igualada han tingut el suport i la col·laboració de l'empresa o bé del gerent a títol personal.

[Parts interessades] Els clients obtenen uns serveis de qualitat amb la màxima transparència i la col·laboració de l'empresa en qualsevol cosa que estigui al seu abast.

DESPESES

No estan comptabilitzades, però en tot cas no ho consideren com una despesa, sinó potser com una inversió en la comunitat, en els col·laboradors i en les parts interessades.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Gumà Assegurances i Serveis no acostuma a fer propaganda de les seves accions socials i col·laboracions, tot i que és probable que molts clients i conciutadans les coneguin.

Anoia en Viu - www.anoiaenviu.cat
Fundación Rotary - www.rotaryspain.org
Jove Cambra d'Igualada - www.jovescambres.org/igualada





GUTMAR, SA MECÀNICA DE PRECISIÓ

“L’actiu més important de Gutmar són les persones. Per això tenim cura de la seva formació tècnica i humana”

Sector d’activitat
Fabricació mecànica sectors aeronàutic, espacial i biomèdic

Activitat de l’empresa
Disseny, fabricació i muntatge de conjunts mecànics

Localitat
L’Hospitalet de Llobregat (Barcelonès)

Plantilla
60 (2006)

Facturació anual
5.000.000 euros (2006)

Pàgina web
www.gutmar.com

Promotor de l’experiència
Joan Martorell, president executiu
comercial@gutmar.com

Àmbit Ressort
Qualitat de les condicions laborals,
Medi ambient, Salut i seguretat

DESCRIPCIÓ DE L’EMPRESA

Gutmar està especialitzat en el mecanitzat de peces, així com en el muntatge de subconjunts d’alt nivell tecnològic i de precisió. Ofereix un servei integral que abraça des de la investigació i el desenvolupament del producte fins a la mecanització, els tractaments tèrmics i superficials i la pintura, el muntatge i el servei de postvenda.

Gutmar va néixer l’any 1951 de la mà de dos mestres industrials de l’antiga casa Elizalde, Gutiérrez i Martorell, cognoms d’on prové el nom de l’empresa. Quan Elizalde va marxar a Andalusia i a Madrid, Gutmar s’establí com un petit taller especialitzat en la mecanització de peces. Després d’una greu crisi causada per una dependència excessiva d’un client que va fer fallida, van haver d’afrontar una major diversificació.

Amb l’arribada de la segona generació, amb persones formades en enginyeria, l’empresa es va obrir a sectors estratègics com l’aeronàutic, l’espacial o el biomèdic. Davant d’aquella situació crítica van superar l’amenaça del tancament i van mirar de reflotar l’empresa per poder oferir un servei més integral. A més de la producció, també van començar a oferir serveis de muntatge, consultoria, formació als proveïdors, entre d’altres.

Des de 1976 està homologada per les principals empreses aeronàutiques europees. El 1996 va superar amb èxit l'auditoria de qualitat segons els requeriments de la Norma Aéro RG-00084 i passà a ser proveïdora d'AEROSPATIALE i d'EUROCOPTER. Fabriquen sota patent pròpia la suspensió hidroneumàtica del tot-terreny BMR des de 1995 per al Ministeri de Defensa.

Data o període de l'experiència

L'experiència descrita s'inicia fa 15 anys, tot i que l'empresa sempre ha intentat tenir en el comportament ètic un element central del seu estil directiu i del model d'empresa.

Objectius

Disposar d'una plantilla molt compromesa, motivada i fidelitzada amb el projecte, facilitar la formació tècnica i humana de les persones joves de programes de transició al treball i desenvolupar totes les seves capacitats.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

“Formació professional per a l'èxit de l'empresa, amb un compromís social i ètic”

Motivacions

Tot valorant el que recordaven de l'antiga Elizalde, van crear una escola d'aprenents, amb la col·laboració del Departament d'Ensenyament de la Generalitat. D'aquesta manera, podien motivar les persones joves en el projecte i alhora en els valors, i facilitaven que poguessin estudiar i treballar alhora.

Des de l'empresa troben a faltar una formació professional adreçada al sector, però de la necessitat en fan virtut, ja que han convertit la mateixa empresa en la millor escola.

Accions, fases del procés i participants

És un escola-taller des de 1992, en col·laboració amb PTT Nou Barris, Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya. Realitzen el curs "Auxiliar de fabricació mecànica de precisió" per introduir joves en l'ofici de la mecànica de precisió.

Des d'aleshores, capacita una mitjana d'unes quinze persones anuals. Normalment els tres o quatre millors alumnes s'incorporen a l'empresa, i els altres, a les empreses proveïdores.

Des de Gutmar col·laboren en la formació dels Programes de Garantia



“L’actiu més important de Gutmar són les persones. Per això tenim cura de la seva formació tècnica i humana i del seu progrés dins l’empresa, i desenvolupem totes les seves capacitats. A Gutmar volem que la gent s’hi jubili. Aquest és el secret del nostre èxit.”

Social, i expressen que hi ha joves que no han sabut aprofitar els estudis i que dins l’empresa recuperen la il·lusió, no només de treballar sinó d’aprendre. “Aquí veuen les eines, les comprenen, estan envoltats de companys/es que s’han integrat satisfactòriament a la vida laboral i al compromís amb una organització. En certa manera, veient aquest procés, tenim la sensació d’haver-los recuperat per a la societat”. Aquesta motivació la fan possible mitjançant la conciliació entre treball i estudis.

Aquesta aposta social els ha portat a tenir molts nois i noies de 16-20 anys i també, cada vegada més, persones immigrades.

[Col·laboracions]

- Acolliment de joves en pràctiques del PTT des del curs 1989-90. Mitjana de dos joves anuals. En els darrers anys s’han prioritzat les noies, en un sector altament masculinitzat.
- Formació teòrico-pràctica a 165 joves de PTT. Des del 1991 al 2003 es va fer un mòdul de formació de 120 hores. Posteriorment, un mòdul de 280 hores adreçat a 32 noies i 13 nois.
- Acollida de joves en pràctiques de formació professional reglada de centres públics i privats; accollida en pràctiques d’estudiants comunitaris que han finalitzat l’ESO i volen fer estudis tècnics.

[Altres accions] També tenen acords amb l’UPC, on ajuden a dirigir projectes de final de carrera. Això els permet contactar amb professionals qualificats, alguns dels quals poden acabar a l’empresa. En tot cas, s’enorgulleixen que totes les persones que han tingut algun contacte amb l’empresa n’acaben sent bones prescriptores. També acullen grups de visita per a conèixer la realitat empresarial.

Respecte al gènere, també han fet una aposta important. L’any 2003 van prendre part en una missió comercial al Quebec, on van poder promoure experiències d’integració de noies en tallers mecànics. Això els va interessar i van creure que podia suposar un pas més en el seu compromís amb la comunitat, i en conseqüència va tenir lloc una nova acció conjunta de l’empresa amb el Departament d’Ensenyament. Malgrat que tradicionalment els tallers no han estat un lloc de treball per a dones, el fet que els tallers actuals, especialment els d’una empresa amb una acurada gestió de la qualitat, hagin evolucionat cap a sistemes de funcionament més tècnics i més nets, d’entrada ja podria afavorir la integració de la dona.

També acullen pràctiques d’alumnes estrangers/es, alhora que els d’aquí poden marxar a fora. Des de l’empresa, aquest esforç el consideren ben bé una obra social, però creuen que forma part de l’interès formatiu i el desenvolupament dels futurs treballadors i treballadores. També acullen delegacions de tècnics i tècniques de programes europeus.

[Política ambiental, de qualitat i de prevenció de riscos] Expressen un compromís amb la qualitat, la seguretat i el medi, amb mesures de minimització de l’impacte ambiental. Consideren que la qua-

litat, la seguretat i el medi són factors imprescindibles per a la supervivència i expansió com a empresa. La seva filosofia està orientada tant a la prevenció dels defectes en els processos productius, com a la protecció del medi i a la seguretat de la plantilla, la clientela i el veïnat.

Han implantat les Normes ISO 9001, 14001, 9100, OSHAS 18000 i també l'UNE 81900 EX (elements d'un sistema de gestió de prevenció de riscos laborals). Sistema de Qualitat certificat segons la Norma AQAP-120. Des de 2003 compten amb un Sistema Integrat de Gestió.

Tenen un Pla de Prevenció de Riscos Laborals i fan una formació a totes les noves persones contractades que, a més dels aspectes de seguretat, també inclou elements ètics.

[Desenvolupament] Si el Llibre Verd de la Comissió Europea considera la inversió en I+D com una pràctica socialment responsable, aquesta empresa es pot emportar un gran reconeixement. A Gutmar són plenament conscients que el nostre país no pot competir en termes de mà d'obra barata, de manera que la seva aposta per l'I+D i les aliances estratègiques amb centres de coneixement formen part de la mateixa essència empresarial.

Entre les aliances més importants en aquest moment destaquen Mier, empresa d'electrònica catalana amb qui desenvolupen un satèl·lit; Promaut, amb qui han creat un robot portàtil polivalent que pot desactivar explosius en espais reduïts; o CESA, amb qui fabriquen dos actuadors del tren d'aterratge del nou Airbus-400M.

Amb un pressupost de 5 milions d'euros van dedicar-ne més d'un i mig a R+D, malgrat que el retorn de la inversió és molt lent.

D'altra banda, han aconseguit, juntament amb altres empreses, i més recentment amb l'ajut de les diferents administracions, tornar a situar el sector aeronàutic en una posició creixent a Catalunya. Aquest havia estat un sector important però després de la Guerra Civil no va interessar potenciar-lo. Ara, amb una nova generació d'enginyers i enginyeres emprenedors/es la situació està començant a canviar. El 2000 es va crear Baie, una plataforma que uneix empreses, universitats i administracions al voltant de Barcelona i Catalunya, així com més recentment també el Centre Tecnològic Aeronàutic i Espacial (CTAE). En aquests sis anys el PIB que representa l'activitat aeronàutica a Catalunya ha passat del 0,5% al 5%.

Tota aquesta experiència els permet aportar coneixements i desenvolupar projectes en altres sectors d'alt valor afegit com el biomèdic.

Un exemple interessant en el qual estan treballant ara és el Projecte Rampe: Alternatives no contaminants als recobriments

“Per a aquests/es joves la formació és un veritable factor de progrés”



de superfícies aplicades als actuadors hidràulics. L'objectiu és substituir el cadmiat i cromat per HVOF o d'altres. Es fa des d'un consorci format per Inta, Gutmar, Tekniker, Sener, Cesa, ITP i Gamesa i un conveni de col·laboració CDAL (UPC)–Gutmar.

Com afecta altres parts interessades, empreses proveïdores, etc.

Per a Gutmar, la fidelització de les empreses col·laboradores és central, tant pel compromís fonamental en la qualitat que tothom s'ha de fer seu com pel fet de participar en projectes a llarg termini. Si en el sector de l'automoció la producció d'un cotxe s'aguanta 4-5 anys, en el sector aeronàutic estem parlant de períodes de 20-25 anys per projecte, fet que comporta un model de partenariat client-proveïdor d'una profunditat molt diferent a la que es pugui donar en altres sectors.

Tot el coneixement es transmet als treballadors i treballadores, de manera que la seva continuïtat i implicació és fonamental en aquest model d'empresa. Aquesta lògica estratègica es tradueix en un clima laboral i un estil directiu que facilita el compromís de tothom. Aquest estil i fidelització forma part del sector i de tota la cadena de producció: les empreses clientes ho fan amb Gutmar així com Gutmar ho fa amb les empreses proveïdores.

Aquesta voluntat es tradueix molt coherentment en estabilitat laboral, ja que la majoria de la plantilla té contracte indefinit. Únicament durant el primer any es fa un contracte temporal, i aprofiten perquè el nou treballador o la nova treballadora passi per diferents departaments de l'empresa i tingui l'oportunitat d'aclimatar-s'hi. Sempre pot passar que amb algú no s'hi entenguin, però no és quelcom que passi habitualment.

Visió i vinculació estratègica

Gutmar ha definit sis valors corporatius, un dels quals precisament és l'Ètica empresarial. Els altres són: Qualitat, Formació continuada, Respecte pel medi ambient, Millora contínua i Fidelitat de les empreses clientes.

“A Catalunya, com a país amb una xarxa industrial principalment formada per pimes, són imprescindibles les aliances estratègiques entre empreses, centres tecnològics, universitats i Administració per a guanyar dimensió i consolidar projectes de gran calatge”

Premi de la Qualitat 2003
de la Generalitat de Catalunya.

Premi Flyer 2005 millor
empresa aeronàutica espanyola.
Col·legi d'Enginyers
Aeronàutics d'Espanya.

**Maig 2006: Premi a la Qualitat
de la Formació en Centres
de Treball a la millor
trajectòria.** Departament
d'Ensenyament i Consell General
de Cambres de Catalunya.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

Persones més implicades. No solament els calen treballadors i treballadores amb una formació tècnica; també volen persones formades en uns valors que facilitin el treball de l'empresa. Per a una empresa on la qualitat és tan fonamental, resulta impensable que una persona pugui posar una peça dolenta a la pila de les bones. Amb aquest requeriment, de vegades no n'hi ha prou amb gent formada; cal gent compromesa amb l'empresa.

Beneficis per a les persones i la comunitat

Dades d'inserció: al llarg dels anys, Gutmar ha contractat 36 joves (9 noies i 27 nois) que havien estat prèviament acollits en pràctiques. De la plantilla actual, 11 (4 noies i 7 nois) han estat joves del PTT formats a l'empresa, els quals s'han promocionat dins l'organització i han anat millorant la seva formació (2 estan cursant enginyeria tècnica; 3 un cicle formatiu de grau superior i 5 de grau mig, i una noia fa cursos de reciclatge professional).

DESPESES

Mai han fet una anàlisi de costos de les seves accions en matèria de suport a les pràctiques, perquè entenen que són part de l'estil i que formen part indissociable del model d'empresa.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Gutmar no fa memòria de sostenibilitat ni cap mena de comunicació de la seva Responsabilitat Social Empresarial. El fet de concentrar-la en una dimensió molt interna fa que no ho vegin necessari.

Han participat en jornades de difusió del PTT, fet que suposa una acció de col·laboració per tal de fer veure a altres empreses el valor de la col·laboració escola-territori i també destacar la col·laboració en jornades tècniques per afavorir el creixement del sector aeronàutic a Catalunya, explicar la seva política de formació i acostar els joves a la seva empresa a través de xerrades a diferents IES i universitats. Han col·laborat també amb diferents publicacions del CIDEM per ajudar el teixit industrial català a seguir el seu model de sistemes integrats de gestió o el seu sistemes de producció.

Durant el 2006 han participat en el projecte Ressort, del qual en forma part l'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat. En aquest projecte han emplenat una fitxa d'autoavaluació de la seva RSE.





HOME PERSONAL SERVICES

“Garantia de tranquil·litat per la seva qualitat de vida”

Sector d'activitat

Serveis

Activitat de l'empresa

Serveis domèstics i atenció a la tercera edat

Localitat

Av. Francesc Macià 40-44, 6-1, 08208 Sabadell

Plantilla

Central franquiciadora: 6. Franquícies: 22

Gestiona 600 llocs de treball extern

Facturació anual

Grup: Central + Franquícia = 3,5 milions d'euros

Pàgina web

www.homepersonalservices.com

Responsable: Cristina Martínez

Promotor de l'experiència

Aquests temes els porta principalment la Direcció General i el seu equip més directe segons les seves responsabilitats.

Àmbit Ressor

Igualtat i conciliació, Qualitat de les condicions laborals, Salut i seguretat, Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Home Personal Services és una empresa espanyola amb més d'una dècada d'experiència. És pionera i líder en el mercat domèstic i impulsa el seu desenvolupament a nivell nacional i en un futur internacional a través de les seves franquícies. Des de 1991 té l'objectiu de fer del servei domèstic una professió.

Actualment, i mitjançant l'esforç diari i la constància necessària, ja compta amb nou centres de gestió repartits per Catalunya, la Comunitat de Madrid i Llevant. HPS es basa en estàndards molt alts de qualitat, així com en les certificacions que avalen el seu servei, amb la finalitat d'assolir la satisfacció de la clientela tot atenent les seves necessitats i requeriments.

La seva missió és aconseguir la satisfacció de la clientela en tot allò relacionat amb l'àmbit de servei domèstic, a través de seleccionar, formar i tramitar tota la seva relació laboral i fiscal, per tal que estigui en tot moment dins el marc legal vigent. HPS vol proporcionar a la seva clientela una bona qualitat de vida, mitjançant una excel·lent gestió dels seus serveis domèstics.

HPS vol ser una empresa model del servei domèstic i líder del mercat en aquest sector dins l'àmbit europeu, a través de l'expansió pròpia i de les franquícies. HPS es compromet a mantenir una política d'inver-

sions i de desenvolupament, per ser pionera, en tot allò que ajudi a la millora de la professionalitat del sector.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

“Més enllà de l'obligació”

HPS és una empresa pionera en el mercat dins del seu sector: els serveis domèstics. Des de 1991 té molt clares la seva missió, visió i valors amb què vol treballar i, fruit d'això, estableix el repte d'esdevenir un model de referència inqüestionable en el món dels serveis domèstics.

La seva experiència en l'àmbit de l'RSE es pot desglossar en tres parts diferenciades però al mateix temps lligades dins el mateix context:

“Les persones que treballen en el servei domèstic són treballadores de la llar”

Les accions realitzades són les següents:

- a) Crear el primer “Pla nacional de prevenció de riscos laborals” per les treballadores de la llar.
- b) Crear el primer “Premi públic del sector”: els premis *House Keeper*.
- c) Ser la novena empresa espanyola a obtenir el “Certificat de la Norma Internacional SA8000:2001 de Responsabilitat Social”.

HPS ha fet camí tot combinant els vessants d'empresa amb afany de lucre i la seva responsabilitat dins l'àmbit de les persones, la plantilla, les empreses proveïdores, els clients i clientes, etc.; en resum, de tots els *stakeholders* que intervenen en el desenvolupament normal de la companyia.

L'empresa, que es dedica a la selecció, formació i gestió de personal domèstic i atenció a la gent gran, té molt clar que la interrelació entre el client i la persona seleccionada per HPS, (la treballadora de la llar -no hi ha personal domèstic masculí a l'empresa-) és un factor clau per a un bon desenvolupament dels seus serveis.

Per tant, per aconseguir la satisfacció del client és molt important la figura de la seva treballadora de la llar, perquè sense ella “no tenim producte”.

Al llarg dels 15 anys que fa que són empresa destaquen nou fases que han marcat el seu desenvolupament fins al dia d'avui. Sense l'experiència i la maduresa aconseguides en cadascuna d'aquestes fases no haurien estat capaços de plantejar-se aquests reptes de millora continuada.

- a) Creació i consolidació del model central de negoci.
- b) Procés formatiu de les treballadores de la llar (Foc; Forcem).
- c) Certificació de la Norma ISO 9001:2000 de tots els processos de l'empresa.



- d) Desenvolupament de polítiques socials per al personal extern (PRL, PHK, SA8000:2001).
- e) Obtenció del Premi a la Qualitat segons el model EFQM.
- f) Creació i desenvolupament del sistema de franquícies.
- g) Desenvolupament del Projecte d'Innovació Permanent.
- h) *Benchmarking* amb la societat, sectors econòmics i empreses.
- i) Noves línies de franquícies paral·leles a la internacionalització.

Amb tot, l'experiència que es vol destacar aquí és la fase de desenvolupament de polítiques socials al personal extern que va des de 2002 fins a l'actualitat.

HPS té com a valor i principi essencials la transparència legal i fiscal de tota l'empresa, així com de tot el seu sistema productiu. A conseqüència d'això, HPS sempre ha estat molt preocupada pel desenvolupament de tot el personal extern que col·labora amb el servei al seu client, la legalitat, la seguretat, la retribució i els aspectes diversos que el puguin beneficiar.

“Si tenim gent entregada i fidel a nosaltres, millor servei i prestacions tindrà la nostra clientela”

Tot aquest camí de la millora contínua i recerca de l'excel·lència empresarial porta a mirar com un veritable *stakeholder* les seves treballadores de la llar.

“Pla nacional de prevenció de riscos laborals”

El 8 de novembre de 1995 es publica la Llei de Prevenció de Riscos Laborals (núm. 31/1995) que, en el capítol I, “Objecte, àmbit d'aplicació i definicions”; Article 3, “Àmbit d'aplicació”; Punt 4, ens diu:

“La presente ley tampoco será de aplicación a la relación laboral de carácter especial del servicio del hogar familiar. No obstante lo anterior, el titular del hogar familiar está obligado a cuidar de que el trabajo de sus empleados se realiza en las debidas condiciones de seguridad e higiene”.

La Direcció HPS, des de la seva visió i valors, creu que ha d'aportar més valor afegit als seus clients i clientes i treballadores de la llar. És llavors quan es posa a treballar en aquest àmbit. Com?

Primer, contracta una entitat experta: la Mútua Universal; en segon lloc, transmet el *Know-How* propi per crear el primer Pla de prevenció en riscos laborals per a les empleades de la llar i, per últim, finança i forma de manera constant totes les treballadores de la llar que col·laboren amb HPS.

“Premi públic del sector”: els premis *House Keeper*.

Fruit de totes aquestes inquietuds, i com a revisió constant del seu pla estratègic, l'any 1999, en el moment de definir les estratègies a seguir en el capítol de relacions públiques, en l'apartat de personal (punt d), HPS va decidir el següent:

“Crear un premi a la millor professional i lliurar-lo, de mans d’una persona de renom, a les seus de la Cambra de Comerç. Per exemple, la Sra. Marta Ferrusola.”

En el marc del desè aniversari d’HPS es van lliurar els primers premis *House Keeper*.

El primer lliurament va consistir a donar una clau de plata a les empleades que feia més de 10 anys que tractaven amb el mateix client.

També es va premiar amb un rellotge i un diploma aquelles dones que feia més de deu i cinc anys, respectivament, que col·laboraven amb l’agència, així com també es va fer un reconeixement a les empreses proveïdores i les persones col·laboradores més antigues.

Com a mostra de la política de millora contínua d’HPS, en aquest acte públic es va comunicar que pel segon lliurament volien que fos un premi públic, “El primer del sector, una vegada més” per reconèixer la tasca de les treballadores de la llar.

Es va crear un logotip i una estatueta, i des d’aleshores tenen el Premi Públic, atorgat per un jurat, que es dona a una persona que fa 10 anys que treballi amb la mateixa família, estigui donada d’alta a la Seguretat Social i tingui bones referències per part del client o clienta.

Al mateix temps, s’han creat els Premis a la Fidelitat, en reconeixement a les treballadores de la llar que col·laboren amb l’agència des de fa 10 i 5 anys, i a qui fan lliurament d’una clau de plata i una altra de bronze, respectivament.

Aquests actes han tingut lloc a les seus de la Cambra de Comerç de Sabadell i Terrassa, hotels de renom i amb presidències de molt nivell, com ara Il·lustríssims Alcaldes, regidors de comerç, presidents de la Cambra de Comerç i personalitats com la Sra. Marta Ferrusola en la 3a edició.

“Certificar-nos amb la Norma Internacional SA8000:2001 de Responsabilitat Social”.

Tota aquesta inquietud va dur HPS a presentar-se als Premis de la Qualitat de la Generalitat de Catalunya segons el Model Europeu de Qualitat, EFQM.

Això va tornar a ser un revulsiu per HPS, perquè va veure la quantitat de coses “que encara podríem millorar i incrementar dins del nostre compromís social envers aquest col·lectiu, tantes vegades menyspreat”.

És llavors quan es va començar a treballar la Certificació Internacional SA8000:2001 de Responsabilitat Social. L’objectiu era donar transparència pública i certificada de la bona gestió que estaven realitzant, i així va convertir-se en la novena empresa espanyola a tenir la Certificació de Responsabilitat Social SA8000:2001.

Avui això és una garantia de compliment de tots els seus compromisos amb les treballadores de la llar i amb la seva clientela.



Actualment HPS continua desenvolupant polítiques actives envers les seves treballadores de la llar i la seva clientela, que “de ben segur que molt aviat esdevindran, una vegada més, model de referència dins el nostre sector”.

Data o període de l'experiència

El procés d'implantació de certificacions de qualitat i millora de processos RSE ha estat una constant des de l'inici de les activitats. Amb tot, la voluntat certificadora i les experiències esmentades a la fitxa van dur-se a terme (i ara se'n recullen els fruits) entre 2002 i 2005.

Objectius

Són principalment tres, i molt clars:

- Potenciar la satisfacció de la clientela respecte els serveis prestats per les seves treballadores de la llar.
- Incrementar la fidelitat de les pròpies treballadores de la llar respecte a la clientela i l'agència.
- Ser un model d'empresa quant a responsabilitat social de tots els seus *stakeholders*.

DESPESES

Les despeses es poden xifrar aproximadament en 30.000 euros per creació de l'activitat i en 25.000 euros anuals de seguiments d'accions.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

[Econòmics per a l'empresa] Totes aquestes accions retornen en un número de clients i clientes nous, de resultes de la imatge que tenen de seriositat i de *savoir faire*. La gent ho explica, i el boca a boca fa que després “ens contractin els serveis”.

A més, fa que els serveis tinguin una durada més llarga, cosa que els fa més rentables.

[Per a les empleades de la llar] Per les empleades de llar és fonamental l'explicació de tots els seus drets i deures en aquesta relació laboral, així com la tramitació individual de papers legals que necessiten per estar en el nostre país, que també gestionen a partir dels canals legals establerts (i òbviament també els certificats pels diferents processos esmentats.)

Aquesta confiança en la metodologia establerta a HPS dóna seguretat a la treballadora de servei domèstic pel que fa a conèixer: què, quan, i de quina forma cobra; la seva alta a la Seguretat Social, el seu contracte de treball, les pagues, les vacances... En resum, aporta legalitat.

Quant a la plantilla de “treballadores de la llar”, es fa igualment l’adequació al seu entorn laboral i social anant a la casa on haurà de treballar, i l’empresa es fa càrrec de la seva responsabilitat laboral, legal i fiscal. En aquest sentit, actuen com a pioners en l’intent de culturitzar tot un *target* de persones sovint desprotegides i que desconeixen tots aquests drets i deures.

Finalment, el reconeixement del seu treball i la forma de fer-ho (prevenció de riscos laborals, premis *House Keeper*), aporta un valor de difícil quantificació.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] Aconseguir transparència, professionalitat, legalitat i protecció social, en un mercat tècnicament submergit, desestructurat, mal vist i desprestigi.

“Si, a més, participem, construïm i expliquem les lleis i el seu funcionament a la clientela, pel que fa a la seva relació i responsabilitat envers la seva treballadora de la llar, tornem a ser pioners en culturitzar tot un mercat”.

[Altres parts implicades] Hi ha, finalment, un paper important, que és el de l’administració pública, que obté un rendiment laboral i social del grup de les empreses del sector i específicament d’HPS i que obté IVAs generats de l’acció empresarial de venda al client, i la Seguretat Social que cobra a través de l’alta de la treballadora de la llar. S’aconsegueix, doncs, formalitzar un sector que treballa normalment a través del mercat negre.

Finalment, el negoci genera el negoci per a les empreses proveïdores, com ara empreses del tèxtil que venen uniformes, corredories d’assegurances, etc.

En resum: “Som, a més, una font indirecta de beneficis socials i econòmics.”

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Des que va descobrir el model EFQM, HPS es va proposar de difondre les bones pràctiques com a retorn a la societat de tots aquests valors amb què treballa.

Així, ha participat a *workshops* de treball, ponències i col·laboracions amb diferents institucions, escoles de negoci i universitats com CIDEM,



CECOT, Fundació CECOT Innovació, Cambra de Comerç, UPC, Sabadell Universitat, Intress, ESADE, Barcelona Activa, Centre Tecnològic Lleialtat, etc.

Ponències:

- Curs “Metodologies pràctiques de la formació” del programa de formació de formadors
- “Implantació de metodologies de la gestió de la innovació”
- “EFQM, un model de qualitat”
- “Sistemes per la gestió de la innovació multisectorial”
- “Per què fa falta innovar?”
- “Impulsar la qualitat al Tercer Sector”
- “La creació d’empreses: una alternativa davant la deslocalització industrial?”
- “La innovació en una pime”

Col·laboracions:

- Col·laboració en la creació de la “Guia de responsabilitat social per a pimes”.
- Col·laboració en la creació de la “Guia de la innovació en empreses de serveis”.



www.homepersonalservices.com

Entitats certificadores - <http://www.appluscorp.com/esp/html/web.html>

Per l'SA8000 - http://www.es.sgs.com/es/home_es_v2



KH LLOREDA

FITXA 21

Sector d'activitat
Productes neteja

Activitat de l'empresa
Producció i comercialització
de productes de neteja domèstica

Localitat
Canovelles (Vallès Oriental)

Plantilla
88 (2006)

Facturació anual
28.500.000 euros (2006)

Pàgina web
www.khlloreda.com

Promotors de l'experiència
Josep Maria Lloreda, president
Xavier Carruesco, dir. del SIG
mail@khlloreda.com

Àmbit Ressort
Igualtat i conciliació,
Qualitat de les condicions laborals,
Medi ambient, Salut i seguretat,
Comunicació i transparència

“Comportament responsable amb les parts interessades a partir d'un codi ètic i el Sistema Integrat de Gestió”

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

KH Lloreda, SA és una empresa familiar de segona generació que va iniciar l'activitat el 1949. Inicialment es va dedicar als recobriments metàl·lics i va arribar a ser una de les empreses més importants del sector a nivell estatal. La necessitat de netejar les peces que arribaven dels clients els va dur, davant la manca de productes específics, a formular els seus propis productes de neteja. Precisament, en comprovar-se'n l'eficàcia, aquests productes es van començar a comercialitzar, primer en el sector industrial/comercial, i més endavant en el mercat de gran consum. De mica en mica, la fabricació de recobriments metàl·lics va perdent pes, i cap als anys 90 fan un canvi d'estratègia de negoci per dedicar-se exclusivament als productes de neteja per a la llar i el sector industrial/comercial.

Amb el temps, KH Lloreda ha esdevingut líder en el mercat espanyol de netejadors de cuina i llevataques amb els productes KH-7 Quitagrasas i Sin Manchas, i estan immersos en un procés d'internacionalització pel sud d'Europa en països com Portugal, França o Grècia.

Data o període de l'experiència

Encara que KH Lloreda sempre ha tingut en compte el comportament ambiental, podem situar l'inici de l'experiència a l'any 2001, quan l'empresa va definir la seva política ambiental i va començar algunes bones pràctiques, per passar a certificar-se en l'ISO 14.001 el 2002. Posteriorment va anar ampliant la visió de la seva responsabilitat davant la societat i les diferents parts interessades i va incorporar el concepte d'RSE.

Objectius

KH Lloreda treballa amb el compromís de continuar oferint als seus consumidors i consumidoras i a la seva clientela productes professionals d'alta eficàcia per a la neteja, respectant sempre el medi ambient i col·laborant amb l'entorn. Amb aquesta intenció, es planteja un model de gestió de la Responsabilitat Social Empresarial d'acord amb el propi codi ètic i en el marc del Sistema Integral de Gestió.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

“KH Lloreda té implantat el seu Sistema Integrat de Gestió on s'integren els aspectes de qualitat, medi ambient, seguretat i salut i ètica”

Motivacions

KH Lloreda ha estat una empresa amb visió de futur que va saber modificar el rumb de la seva orientació quant als productes. Aquesta mateixa visió els va portar a explorar nous mercats com a possible destinació dels seus productes. Per al mercat europeu, les característiques ambientals del producte seran cada cop més rellevants, fet que ja fa anys van saber captar bé.

Però el seu compromís responsable no ve només determinat per una exigència concreta del mercat, sinó que, amb un fort lideratge de la presidència, ha intentat captar les expectatives de les diferents parts interessades, com també dels seus públics interns. De fet, fa bastant temps ja feia altres accions que formarien part de la Responsabilitat Social de l'Empresa, però sense saber-ho o sense dir-ne així.

Accions, fases del procés i participants

L'any 1998 van incorporar un sistema de gestió de la qualitat, en un context de creixement en què es feien necessaris fluxos ben definits. El fet que la implantació i els resultats fossin un èxit, juntament amb la consciència ambiental del fundador de la companyia, van propiciar el següent pas, que fou el sistema de gestió ambiental. Així, gradualment van anar conformant el Sistema Integrat de Gestió (SIG) de què disposen avui dia, i que suposa un encaix funcional per a fer operativa la seva concepció ètica.

Impacte del sector

La producció i la utilització de productes de neteja, ja siguin industrials com domèstics, ha comportat al llarg del segle XX un gran impacte ambiental com a conseqüència de la seva extensió i grau d'ús en les societats desenvolupades, i ha afectat especialment les aigües residuals tant industrials com domèstiques, però amb altres impactes pocs anys enrere desconeguts, com el de certs aerosols en la capa d'ozó.

Per això, la Unió Europea s'ha plantejat la introducció de criteris que tenen per objectiu reduir-ne l'impacte ambiental i prevenir els riscos per al medi o la salut humana relacionats amb l'ús de substàncies perilloses; a més de difondre informació per a un millor ús per part dels consumidors. Entre les mesures per a disminuir-ne l'impacte ambiental, és important limitar la quantitat d'ingredients nocius, disminuir la quantitat de detergents utilitzats o reduir els residus d'envasos.



L'Etiqueta Ecològica

La Unió Europea va crear, l'any 1992, el sistema voluntari de l'Etiqueta Ecològica. Inicialment, el seu àmbit d'aplicació es limitava als productes. A partir del mes de setembre de 2000, aquest mecanisme comunitari es va ampliar als serveis, i garanteix als consumidors la correcció ambiental tant dels productes com dels serveis, amb independència de les afirmacions publicitàries.

L'Etiqueta Ecològica representa haver complert uns criteris ambientals selectius, transparents i amb prou informació i base científica perquè els consumidors i usuaris puguin triar aquells productes o serveis que la incorporen. Amb aquesta elecció, els consumidors s'asseguren de triar les opcions que redueixen els efectes ambientals adversos i contribueixen a l'ús eficaç dels recursos. A més, aquests productes són de gran qualitat i efectius, equiparables a d'altres existents al mercat.

L'Etiqueta Ecològica és un distintiu oficial que, a Catalunya, atorga la Generalitat mitjançant el seu organisme competent: la Direcció General de Qualitat Ambiental del Departament de Medi Ambient.

Anàlisi Cicle de Vida (ACV)

Al 2003 es va enllestir l'ACV del *KH-7 Quitagrasas*, per tal de quantificar les càrregues ambientals associades a llarg de tot el cicle, des de l'extracció de matèries primeres, passant per la fabricació i finalitzant en el tractament dels diferents residus generats.

Així, actualment KH Lloreda té implantat un SIG on s'integren els aspectes de qualitat, medi ambient, seguretat i salut i ètica. Cadascuna d'aquestes àrees s'ha desenvolupat a partir de la implantació i certificació de les següents normes de referència:

- Qualitat: ISO9001:2000: Norma implantada i certificada el 1998 y adequada als nous requisits el 2004.
- Medi ambient: ISO14001:1996: Norma implantada i certificada el 2002 i adequada als nous requisits durant el 2005.
- Seguretat i salut: OHSAS18001:1999: Norma implantada i certificada el 2004.
- Ètica: SGE21:2005: Norma implantada i certificada el 2006.

L'element més rellevant de la bona pràctica d'aquesta empresa és la integració dins el seu sistema de gestió i els seus valors, fet que es va veure reforçat a partir de 2004 amb l'elaboració d'un codi ètic propi. Així mateix el reconeixement obtingut amb les ecoetiquetes per als seus productes, l'elaboració interna de la Memòria de Sostenibilitat i l'RSE aplicada a les polítiques de recursos humans configuren uns altres puntals per a la coherència i integritat del seu model.

[Ecoetiqueta] L'any 2003 van obtenir l'Etiqueta Ecològica de la Unió Europea per al desgreixador KH7. Aquest producte, considerat el desgreixador líder en el mercat espanyol, amb una quota superior al 50%, pertany a la categoria de productes de neteja de cuines i banys.

KH Lloreda és la primera empresa del sector de neteja i detergents de tot Catalunya i tot l'estat espanyol que aconsegueix l'Etiqueta Ecològica de la Unió Europea. Fins a la data, a la UE l'havien obtinguda 148 empreses (9 a Catalunya i 14 a l'estat espanyol).

[Codi d'ètica] El 2004 es va elaborar el Codi d'Ètica, en el qual es destaquen aspectes com a) el compliment de la legislació; b) la transparència i la veracitat; c) la no discriminació; i d) el compromís amb el medi ambient, la seguretat i la salut de les persones de l'empresa. El codi va ser validat tant pel Comitè de Direcció com pel Comitè d'Empresa, i forma part del pla d'acollida de les noves incorporacions.

Per indicació del mateix president de la companyia, el SIG és una responsabilitat que implica tothom que treballa a l'empresa, i és responsabilitat de tots i totes conèixer i aplicar el Codi d'Ètica i notificar pels canals establerts les accions que el poguessin alterar o violar en algun sentit.

Per a dotar el Codi d'un marc permanent, es va crear un Comitè d'Ètica que es reuneix semestralment, i que basa el seu funcionament en el seguiment i l'anàlisi de certs indicadors. En aquest sentit, l'empresa promou l'obtenció de dades periòdicament, com és el cas dels dos estudis que s'han elaborat en els darrers quatre anys sobre el clima laboral, i que permeten dissenyar unes polítiques de recursos humans més ajustades a la realitat i observant les expectatives i inquietuds d'aquestes parts interessades.

[Flexibilitat i conciliació] KH Lloreda disposa d'un equip humà molt jove i amb un equilibri quasi perfecte quant a gènere. En previsió de les necessitats familiars de la plantilla es van plantejar de disposar d'un centre d'atenció a la infància dins les pròpies instal·lacions, i el 2004 s'inaugurava aquest recurs denominat "El Niu", que ja ha pogut prestar servei a més de 12 famílies. La gestió del centre depèn de l'escola d'educació infantil Arlequí i està totalment finançada per l'empresa.

Una altra mesura per facilitar la conciliació de la vida laboral i familiar va ser l'establiment d'uns horaris flexibles que fan possible entrar entre les 8 i les 9, per tal que cadascú s'organitzi de la manera com millor pugui compaginar les diferents necessitats. Així mateix, els divendres, i també durant els mesos de juliol i agost, es fa jornada intensiva de 8 a 15 hores.

Pel que fa a la inserció laboral de col·lectius amb dificultats, malgrat que en algun moment sí que han cobert una plaça, ara no hi tenen cap persona, tot i que compleixen la llei (Lismi) amb les mesures alternatives.

Com afecta altres parts interessades, proveïdors, etc.

Respecte als temes ambientals, inicialment es van centrar en la fàbrica, però ben aviat van superar totes les proves ja que el traspàs al riu era mínim, atès que totes les aigües de la fàbrica, tret de la dels sanitaris, es reutilitzaven. Tenint en compte que l'impacte major es donava en els envasos (i també en els usuaris), la seva "política verda" va anar reorientant-se des de l'atenció en els processos de la fàbrica a l'atenció en els proveïdors.

És per això que avui fan avaluacions en un 50% de les seves empreses proveïdores de producte, quant a matèries de qualitat, ambientals, seguretat i ètica, i aspiren a arribar al 100%. Les auditories a subcontractistes sempre les realitzen persones tècniques de l'empresa, ja que entenen que qualsevol incompliment, ja sigui de qualitat, medi ambient, seguretat o ètica, els afectaria ben bé com si fos una planta productiva pròpia.

Aquest control està concebut com a mesura de control i per tenir conseqüències, ja que el Comitè de Compres, que es reuneix cada quatre mesos, ja no només avalua la qualitat i els terminis de lliurament, sinó altres aspectes vinculats a l'RSE. En qualsevol cas, no fan una valoració sobre el compliment estricte o no, sinó sobre la tendència i la voluntat, ja que pretenen anar conformant relacions de confiança que integrin de manera creixent l'RSE al llarg de la cadena.

D'altra banda, la comunitat més propera també surt beneficiada dels èxits de l'empresa, ja que la seva política d'implicació en el territori ha mantingut una constància en els darrers anys, expressant-se tant el patrocini d'esdeveniments esportius com culturals.

Visió i vinculació estratègica

La concepció de l'RSE com un pilar més del seu sistema de gestió ja és una mostra febaent del valor que l'empresa li atorga; a més, la vincula de

“El nostre comportament amb les parts interessades haurà de ser honest i íntegre, seguint les pautes marcades pel nostre Codi d'Ètica”



manera molt clara als valors de la mateixa companyia, tant internament a partir del Codi d'Ètica com en la producció a partir de les ecoetiquetes.

L'RSE a KH Lloreda té un paper estratègic, ja que conforma un posicionament avantatjós en el mercat, especialment en la fase d'expansió a d'altres entorns culturals més exigents, alhora que la incorporació de criteris ètics en el model de relació amb les parts interessades i especialment amb els proveïdors anirà conformant unes aliances estratègiques que reforçaran i faran més sostenible aquesta opció.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

L'empresa està més preparada per fer front al futur i a les noves demandes i expectatives ambientals. Des d'un punt de vista de mercat, el fet de disposar de productes amb ecoetiquetes els ha permès penetrar en mercats tant exigents i competitius com el francès, on van poder entrar precisament gràcies a l'ecoetiqueta, ja que les cadenes Carrefour i Auchan no disposaven de productes ecològics en aquesta gamma.

A nivell intern, els beneficis d'integrar els 4 sistemes de gestió en un únic sistema han estat els següents:

- Alineament de les diferents polítiques i objectius de l'organització.
- Reducció de la documentació utilitzada.
- Reducció del temps i cost de manteniment del sistema.

Però a banda de la millora de l'eficiència de gestió, allò que més destaquen és la satisfacció i també la millora de l'autoestima de la gent de l'empresa, cosa que es pot apreciar en els estudis de clima laboral, on les polítiques d'RSE es valoren molt i aspectes com la conciliació estan entre els punts més destacats.

Per a la societat i el medi:

La millora ambiental d'un producte líder de mercat suposa un impacte directe positiu per al medi alhora que implica un efecte respecte a la competència, que difícilment podrà competir amb productes que no integrin criteris ambientals.

Així mateix, el suport a iniciatives socials o les polítiques de conciliació també conformen un impacte positiu a l'entorn ja que les famílies poden estructurar millor la dedicació als fills i filles o no col·laborar en embussos de trànsit en hores punta.

“És tot un referent que, amb 9 milions de litres de desgreixadors i el 60% del mercat, no es generin aigües residuals”

DESPESES

Mai han fet una anàlisi de costos ni una quantificació del que els suposa el conjunt de les polítiques d'RSE, ja que entenen que són un conjunt d'op-

cions estratègiques que formen part indissociable del model d'empresa, a banda que impacten en el conjunt de la companyia.

En tot cas, cal ressaltar dos fets:

- a) El sistema de gestió ètica està integrat en el Sistema Integrat de Gestió, de manera que els costos de gestió estan integrats plenament en un esforç compartit.
- b) La memòria de sostenibilitat forma part d'un procés internalitzat que no genera despeses externes.

Finalment, fer constar que les despeses en certificació i etiquetes han estat veritablement una inversió que ha de permetre que l'empresa sigui més competitiva en el futur.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Comunicació

Al tancament de 2006 han presentat la segona Memòria de Sostenibilitat, que cobreix el període 2004-05. El seu model d'RSE altament integrada al funcionament corporatiu els ha dut a elaborar internament aquest informe, que elaboren bianualment.

Cal fer notar que la comunicació de la seva RSE, quan es vincula directament a cada producte, es fa amb una discreció notable, com es pot observar en el fet que la referència a l'ecoetiqueta estigui a la part posterior i no excessivament ressaltada. El motiu ve donat per una certa creença entre el públic consumidor d'aquesta part d'Europa que un producte ecològic no pot tenir les mateixes propietats i potència netejadora o desgreixadora que un altre de no ecològic. Davant el risc que la bona imatge ecològica pogués erosionar la imatge d'eficàcia, van preferir no focalitzar aquesta qualitat.

Participació i reconeixement

KH Lloreda forma part del Club RSC de IESE (Fòrum d'empreses que aposten per un model rendible i sostenible). Darrerament, dins el reconeixement públic que han anat obtenint per aquest compromís, els han demanat diverses col·laboracions en la matèria, com ara el suport en l'elaboració de guies d'RSE, la revisió de continguts, qüestionaris, la inclusió com a "bona pràctica", així com els reconeixements, entre els quals destaquen els següents:

- 28-10-03 La Generalitat de Catalunya els lliura l'Etiqueta Ecològica de la Unió Europea pel desgreixador KH7.
- 18-05-06 PIMEC els atorga el Premi Valors Humans de la Categoria Valors d'Empresa.
- 16-11-06 Premi Pime de la 3a edició dels Premis Conètica d'RSE.



L'APÒSTROF, SCCL

“Recursos socials i excedent empresarial”

Sector d'activitat
Serveis de comunicació

Activitat de l'empresa
Ofereix serveis integrals de comunicació, com l'elaboració i producció de revistes, llibres, material de difusió i webs, entre d'altres.

Localitat
Barcelona

Plantilla
11 (2007)

Facturació anual
350.000 euros (2007)

Pàgina web
www.apostrof.coop

Promotors/es de l'experiència
El conjunt de socis i sòcies

Àmbit Ressor
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

L'apòstrof, SCCL sorgeix el 1997 a Barcelona com a iniciativa de tres professionals de l'àmbit periodístic, lingüístic i del disseny gràfic que veuen en el cooperativisme la via per tirar endavant el seu projecte professional.

Des d'aleshores, el seu objectiu ha estat potenciar l'eficàcia comunicativa de la seva clientela, ja que moltes són empreses de l'economia social i entitats del moviment cultural i associatiu.

Com a cooperativa, es defineixen com una empresa de propietat conjunta i controlada democràticament, i fan seus els valors cooperatius d'ajuda mútua, responsabilitat, democràcia, igualtat, equitat i solidaritat. Així mateix, creuen en els valors ètics de l'honestedat, la transparència, la responsabilitat social i la preocupació pels altres i per l'entorn.

Tot i que a continuació es descriurà una experiència seleccionada com a bona pràctica en Responsabilitat Social Empresarial (RSE), val a dir que L'apòstrof incorpora l'RSE transversalment als diferents àmbits de l'entitat.

En aquesta línia realitzen una gestió democràtica, fan valer la igualtat a tot els nivells (en decisions, càrrecs i sous), faciliten la conciliació laboral amb la vida extralaboral (autogestió de l'horari, teletreball, permisos

i excedències), s'esforcen per ser transparents (fan una enquesta de qualitat a la clientela), respecten el medi ambient (certificats RSE.COOP i EMAS, suport a iniciatives col·lectives i aplicació de pràctiques internes com el reciclatge o la no utilització d'aire condicionat), etc.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Crear un excedent per millorar la societat

L'experiència: explicació, data i període

L'acció social ha estat present des del principi en l'activitat de L'apòstrof, però hem seleccionat com a bona pràctica la política, formalitzada cinc anys enrere, de derivar recursos propis (hores, infraestructures i preus solidaris) a afers socials.

[Hores socials] Les *hores socials* són hores de treball pagades per l'empresa i destinades a afers socials. D'aquesta manera, cada treballador o treballadora disposa de 25 hores anuals de la seva jornada laboral per destinar als afers socials que consideri oportuns. Per altra banda, la cooperativa participa activament amb entitats i xarxes del món cooperatiu i social (Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya, Xarxa d'Economia Solidària, i Coop57) per la qual cosa, a més de les 25 hores esmentades s'afegeixen com a *hores socials* les hores de treball requerides per a aquestes cooperacions.

[Cessió d'infraestructures] Sempre que li és possible, L'apòstrof presta les seves infraestructures a les entitats i els moviments socials que creu convenients.

[Preus solidaris] Hi ha treballs de divulgació del món social promoguts per ONG o altres entitats ciutadanes que no poden dur-se a terme pels costos de producció/elaboració. En aquests casos, a L'apòstrof intenten oferir uns preus més assequibles. Els seus preus ja són ajustats de per si i, per tant, aquests *preus solidaris* acostumen a ser a costa de dedicar més hores de feina.

Objectius

Contribuir a millorar la societat amb una part de l'excedent que genera l'activitat empresarial.

Motivacions

Contribuir a fer del lloc de treball un espai de realització personal per a cada soci/a i treballador/a de la cooperativa. D'aquesta manera, es dona cabuda a les preocupacions socials i culturals de cada soci/a i treballador/a, alhora que es dota la cooperativa d'una consciència social pròpia.



Visió i vinculació estratègica

Com ja s'ha mencionat, molts clients de L'apòstrof pertanyen al món cultural, associatiu i de l'economia social; per tant, tota l'acció social resultant de les *hores socials*, la cessió d'infraestructures i els preus solidaris està estretament vinculada amb la visió i l'estratègia empresarial.

“Augmenten la capacitat d'abast d'activitats socials, alhora que això suposa un incentiu per desenvolupar-ne de noves”

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

Tenint en compte les característiques de l'empresa, els beneficis estan estrictament relacionats amb els socis/es i treballadors/es. Augmenta la satisfacció del treball, l'estímul, la implicació, l'autoestima i s'afavoreix el treball no alienat.

[Empresa] Aconsegueixen retenir els treballadors i treballadores talentosos, crein cohesió social, implicació i treballin en equip. En definitiva, es tradueix en un treball de major qualitat.

[Empleats] A més dels beneficis directes en forma d'autogestió, tele treball o finançament, participen en les decisions empresarials, treballen motivats i gaudeixen d'un bon ambient de treball.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] La societat obté beneficis en la mesura en què augmenten els recursos disponibles per a afers de millora social.

[Parts interessades i/o implicades] Les entitats interessades o implicades veuen com, per una banda, augmenta la capacitat d'abast de les seves activitats socials i associatives i, per l'altra, apareix un incentiu per desenvolupar-ne de noves.

En resum: “Gaudeixen podent incorporar les preocupacions socials en el lloc de treball.”

DESPESES

Aquest desviament de recursos implica, evidentment, un sobrecost de l'activitat ordinària de la cooperativa, ja sigui pel cost directe assumit, pel major desgast o per la reducció dels recursos disponibles.

Cal afegir que, moltes vegades, el desviament dels recursos s'acaba traduint en un sobrecàrrega de feina, fruit de la implicació dels socis/es i treballadors/es en els afers socials. En qualsevol cas, a L'apòstrof creuen que la satisfacció que aconsegueixen compensa el sobrecost que es genera.



COMUNICACIÓ I ÈXITS

L'apòstrof no realitza activitats explícites de divulgació de les seves activats en matèria d'RSE, ja que les entén com una característica interna i no com un mitjà per crear o millorar la imatge.

Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya - www.cooperativestreball.coop
Xarxa d'Economia Solidària - www.xarxaecosol.org
Coop57 Banca Solidària - www.coop57.coop





LA FAGEDA

*“De l’èxit social
a l’èxit empresarial”*

Sector d’activitat
Ramader / Alimentari

Activitat de l’empresa
Integració laboral de persones amb discapacitat psíquica o malalties mentals, per mitjà d’activitats ramaderes i producció i comercialització de derivats lactis.

Localitat
Olot

Plantilla
203 persones, 120 amb discapacitat o malaltia mental (2006)

Facturació anual
6.000.000 euros (2005)

Pàgina web
www.fageda.com

Promotor de l’experiència
Cristóbal Colón, president
fageda@fageda.com

Àmbit Ressor
Qualitat de les condicions laborals, Medi ambient

DESCRIPCIÓ DE L’EMPRESA

La Fageda és una cooperativa catalana d’iniciativa social sense ànim de lucre que té com a finalitat la integració sociolaboral de les persones de la comarca de la Garrotxa que pateixen discapacitat psíquica o trastorns mentals severos. Està formada per 203 persones, incloses usuaris i usuàries i professionals.

Les activitats productives de la cooperativa són eminentment agrícoles i es desenvolupen dins el marc administratiu d’un Centre Especial de Treball: un viver forestal, una granja de vaques per a la producció de llet, la planta d’elaboració de productes làctics i la secció de jardineria. Les activitats assistencials, el Servei de Teràpia Ocupacional, pisos assistits per als treballadors i treballadores i activitats de lleure, persegueixen millorar al màxim la qualitat de vida dels seus usuaris i usuàries.

Data o període de l’experiència

La Fageda neix l’any 1982 per iniciativa conjunta d’un grup de professionals de l’àmbit de la psiquiatria i de l’Hospital Psiquiàtric de Girona davant la necessitat de cobrir un buit assistencial i acollir les persones amb discapacitat psíquica i malalties mentals de la comarca de la Garrotxa.

Objectius

Es parteix de la base que el treball pot actuar com un element clau en el procés rehabilitador de la persona, ja que augmenta la seva autoestima i canvia el seu paper, en la família i en la societat, passant de ser un element passiu a una persona que contribueix activament a la societat.

Per això, valoren que la feina ha de complir les condicions següents:

- Ésser real
- Ésser útil a la societat
- Estar remunerada justament

La Fageda ha engegat un procés de rehabilitació o reconstrucció de persones amb una estructura psicològica deteriorada, dependents, no valorats, no reconeguts... que mitjançant el seu treball recuperen l'autoestima, se senten útils, importants, reconeguts per la mirada de l'altre.

Es tracta les persones amb tota la seva dignitat i no es parla de *discapacitats* o *disminuïts*, sinó de persones amb capacitats diferents.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Inserció de persones amb disminucions en una organització productiva d'èxit comercial

Motivacions

“La Fageda” es fundà l'any 1982, tot i que la idea començà deu anys abans, quan Cristóbal Colón treballava al Departament de Laborteràpia de l'Hospital Psiquiàtric de Saragossa, a l'inici del moviment de reforma psiquiàtrica que tenia com a objectiu dignificar la vida de milers de persones ingressades en institucions anomenades “manicomis”.

En els tallers de “laborteràpia” s'hi feien cendrers i altres objectes que s'anaven amuntegant, ja que no tenien gaire utilitat per a ningú: “*Era com fer veure que treballaven*”. La pràctica els deia que el món del treball podia ser un mitjà extraordinari per satisfer les necessitats d'aquestes persones, però calia posar en marxa un projecte real, autèntic, en què es fessin coses útils i que, per tant, poguessin rebre un retorn econòmic que seria la prova de l'autenticitat del treball i de qui l'havia portat a terme.

Es feia necessària la creació d'una empresa, repte que no es podia desenvolupar en un medi hospitalari, motiu pel qual van decidir de posar en marxa un projecte independent que permetés crear llocs de treball reals.

Accions, fases del procés i participants

L'any 1982 creen a la Garrotxa una cooperativa amb 14 persones amb transtorns mentals severos. L'Ajuntament d'Olot creu en el projecte i els cedeix uns locals municipals que ningú fa servir i allà comencen a realit-

Impacte empresarial en el camp de la integració

La integració de persones amb disminucions és un dels reptes que la majoria d'empreses no aconsegueixen, malgrat l'existència d'un marc legal, la LISMI, que ha estat una de les lleis amb un índex de compliment més baix.

Per contra, l'existència d'organitzacions concebudes per a donar ocupació a aquest col·lectiu, sovint ha desatès l'a solvència comercial del producte.

Impacte empresarial en el camp del iogurt

El iogurt industrial es fabrica sota paràmetres de preu i quantitat. La més gran quantitat amb el menor cost possible. Les pressions de les grans cadenes de distribució són enormes. Si se'n vol vendre molt, si es vol ocupar un espai important en el lineal de iogurts, cal tenir un preu cada cop més competitiu i assegurar una gran rotació de producte.

Aquesta és la raó per la qual s'ha industrialitzat la fabricació de iogurt. Per tant, el iogurt industrial ni és tan bo, ni fa tant de bé a l'organisme com el iogurt de granja.



“L'activitat laboral, la realitat econòmica i la cadena de valor eren la base sobre la qual havien construït els processos de creixement i autoafirmació personal, de les relacions amb els altres, o sigui, la cadena de sentit”

zar manipulats per a empreses de la comarca i treballs de jardineria per a l'Ajuntament.

El 1984 aconseguïen finançament suficient per a comprar una finca rústica a prop d'Olot.

El 1985 inicien l'activitat de ramaderia engegant una estabulació de vaques de llet i dos anys després posen en funcionament el viver de planta autòctona. Quan el projecte té cinc anys, la capacitat econòmica i de crear llocs de treball es va consolidant.

L'any 1992, amb la incorporació de l'Estat espanyol a la CEE i la implantació de les quotes en la producció làctia, han de fer front a una amenaça a la viabilitat de l'explotació, amb conseqüències econòmiques i de pèrdua de llocs de treball. Calia trobar una alternativa i una bona solució podia ser la transformació de la matèria primera produïda. Es tractava de decidir quins productes podrien tenir cabuda en un mercat en el qual havien vist fracassar més d'una iniciativa com la seva.

El mercat hospitalari i institucional era un bon consumidor de iogurts i postres, al qual podien tenir accés. En canvi, el mercat convencional de gran consum estava ocupat per unes marques amb un lideratge absolut, a més de les dificultats que representa incorporar nous productes a la distribució minorista. Però precisament aquesta presència monolítica de les grans marques i l'homogeneïtat dels seus productes, els feia intuir que hi havia espai per a incorporar-hi productes diferents, artesans, no industrials.

Van prendre la decisió d'iniciar el projecte de construcció d'una petita planta de producció en la mateixa finca on tenien la resta de les instal·lacions, sobre la base de dues línies complementàries on operar. Primer, en el mercat institucional, i després, en la distribució minorista: el 1993 comencen a fabricar els primers iogurts i flams per a un únic client, l'Hospital de la Vall d'Hebron a Barcelona, i amb certa rapidesa incorporen altres hospitals. Seguidament, parlen amb les empreses de distribució que tenen establiments a la comarca amb la idea de començar a introduir-se en el mercat del gran consum.

El domini absolut de líder era viscut més com una oportunitat, que com una amenaça, si sabien dirigir-se als “ninxols” de mercat que cap competidor ocupava: “semblava evident que teníem condicions objectives per a intentar-ho. Nosaltres érem diferents. Es tractava, doncs, d'elaborar una estratègia: teníem uns productes de moltíssima qualitat, cosa que es percebia clarament, atès que eren elaborats amb llet fresca, tot just munyida. Però a banda de disposar del bon producte, calia també segmentar mercats, construir la marca, dirigir-nos a aquells consumidors que intuïem que estaven esperant un producte com el nostre”.

Medi ambient

La Fageda es troba al bell mig de la mítica Fageda d'en Jordà, a tocar dels volcans del Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa. Treballar en plena natura, amb contacte amb éssers vius (animals i plantes), forma part de l'objectiu del projecte: ajudar aquestes persones a recuperar en algu-

“El nostre model de desenvolupament sostenible ens permet elaborar 30 milions de iogurts l'any, tot respectant les persones, els animals i l'entorn”

na mesura la dignitat perduda. Però, a més, en coherència, disposen d'una acurada política ambiental:

- Tenen una planta de compostatge per tractar les dues tones de purins que genera diàriament la granja.
- Les aigües residuals es netegen gràcies a la depuradora biològica que també es troba a la finca.
- Cada any produeixen més d'un milió de plançons per a la reforestació.
- La Fageda està adherida al Codi de Gestió Sostenible de l'Empresa de la Garrotxa i el Collsacabra.

Visió i vinculació estratègica

El president de l'empresa afirma que en el seu cas no tenen uns accionistes afamats de diners que els vagin exigint més guanys, alhora que tampoc tenen la necessitat de crear més llocs de treball, perquè ja han creat tots els que calien.

“Però sí que els hem de mantenir i, per a això, cal ser coherent amb la lògica que el mercat dicta. El mercat diu que cal créixer, però no cal moure's sota l'obsessió de quotes de mercat”. En canvi, sí que els preocupa la bona percepció que el consumidor té de la seva marca i els seus productes. Això els porta a innovar i a donar al mercat els productes que va demanant, per la qual cosa treballen en I+D.

Des d'un punt de vista de mercat, el seu objectiu és Catalunya, on volen seguir sent millors i diferents, fet que els porta a fer ús només del català com a llengua vehicular que, a més, els reforça la identitat.

[Aliances] Diverses entitats ens han ajudat a tirar endavant inversions importants que sobrepassen la seva capacitat de finançament (cal tenir en compte que una cooperativa no té socis capitalistes): Obra Social Cajamadrid, Fundació Fèlix Llobet i Nicolau, Obra Social Caixa Sabadell, FUNDOSA, Fundació La Caixa, i Obra Social Caixa Girona.

La Fageda és soci fundador de CLADE, primer grup cooperatiu català, que a hores d'ara aplega 9 cooperatives o societats laborals capdavanteres en els respectius sectors d'activitat. Enguany també ha participat en la creació de SINERGRUP, una associació de Centres Especials de Treball de Catalunya que dona feina a prop de 3.000 persones. Amb aquests dos ambiciosos projectes, La Fageda es posiciona clarament per la promoció de l'economia social i d'un cert model d'integració laboral a través de l'empresa protegida.

RESULTATS OBTINGUTS

Per a la cooperativa i els seus treballadors

- Les activitats productives donen feina a unes 120 persones, 70% de les quals pateixen discapacitat psíquica o malaltia mental crònica (en total



- més de 200 persones, comptant fundacions assistencials).
- La planta de làctics, creada el 1993, elabora uns 30 milions d'unitats l'any. Han esdevingut el tercer fabricant de iogurts de Catalunya. La granja té més de 500 vaques de raça frisona que produeixen una llet excepcional.
- El viver produeix més d'un milió de plançons l'any per a reforestació i paisatgisme. Jardineria treballa per a una dotzena de municipis de la comarca i per al Parc Natural de la Zona Volcànica.

Les activitats assistencials, dutes a terme pels mateixos monitors/es, per un equip de psicòlegs/logues i educadors/es, són un suport a les persones usuàries en el desplegament de la seva feina (Centre Especial de Treball), o bé quan els manquen les aptituds per treballar (Servei Ocupacional amb 40 alumnes), o bé durant el seu horari extralaboral (Esplai), o quan s'han jubilat (Club Social) o els manca allotjament (3 llars-residència amb 40 places), sempre amb l'objectiu de millorar al màxim la seva qualitat de vida.

Per a la clientela i la comunitat

El iogurt anomenat de granja posseeix les millors qualitats, ja que ha estat fabricat en proximitat o contacte amb les vaques, la llet de les quals fermentarà per donar lloc als iogurts. La fabricació és un procés curt on s'assegura en tot moment la *traçabilitat* dels components que hi intervenen. D'altra banda, la llet no entra en contacte amb agents exteriors, sinó que circula directament dels conductes de munyir als dipòsits de fermentació.

Respecte a la comarca, han acabat amb el problema de la integració laboral: van començar amb 14 persones i ara ja tenen contractades totes les necessàries.

DESPESES

Atès el sentit de l'empresa, es podria considerar que tota la seva despesa té un sentit aplicat a l'RSE. En tot cas, els beneficis que generen, enguany de més de 150.000 euros, són aplicats a la pròpia missió i aquests èxits els han permès que ara puguin invertir en l'empresa i mecanitzant processos que abans es feien manualment, millorant així les condicions laborals dels seus equips.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

La Fageda no fa publicitat, ja que entenen que no és el camí per a comunicar-se amb el seu mercat. Sí que fan accions de promoció amb un cert impacte, que permeten veure la canalla jugant amb vedelles enmig del carrer en les accions promocionals en què regalen productes.

Igualment, les visites d'escolars són un dels millors sistemes que tenim per a donar a conèixer els nostres iogurts. Aquesta estratègia comunicativa

s'interrelaciona plenament amb el fet que la Garrotxa és una comarca de turisme de qualitat, amb un Parc Natural que atreu cada cop més gent, que en gran mesura coincideixen amb el seu públic objectiu. Per això, els va bé potenciar la vinculació amb la política turística comarcal amb les visites guiades a les instal·lacions, per les quals passen prop de 30.000 persones l'any.

“Els nostres grans competidors tenen de tot excepte vaques. Nosaltres volem que el consumidor final visualitzi que nosaltres som fonamentalment vaquers que, a més, tenim la capacitat de poder transformar la matèria primera en un bon producte. Volem que cada persona que vingui aquí esdevingui apòstol de la nostra marca, ja que no hem d'oblidar que la marca és una gran transmissora d'emocions”.

Avui estan a tota la distribució a Catalunya (excepte a les cadenes descompte) i són els líders del iogurt de granja. Una marca com Danone no és per a ells un competidor, sinó un aliat, ja que estiren el consum de iogurts, i La Fageda s'hi pot posar darrere, quedant-se amb aquell consumidor a qui no li sap greu pagar una mica més per un “iogurt de granja”, i que se sent identificat amb el seu missatge, fet estratègicament en català.

Reconeixements

- 1997: Placa Francesc Macià de la Generalitat de Catalunya.
- 2003: Premi a la Qualitat de la Generalitat de Catalunya, Premi Carrefour a la millor empresa agroalimentària, Premi ONCE a la Solidaritat i a la Superació i Premi a la Millor Acció Social dels diaris Expansión i Actualidad Económica.
- 2004: participació a l'exposició Bones Pràctiques de l'Àmbit Econòmic, Empresarial i Social del Fòrum Universal de les Cultures Barcelona 2004.
- 2005: premi de la Fundació Empresa y Sociedad a la millor iniciativa d'inserció laboral lliurat pel president del govern central. Empresari Social de l'Any a Espanya per part de la Schwab Foundation de Ginebra, entitat lligada al Fòrum Econòmic Mundial de Davos. Premi Treball sense Barreres de diari Dossier Econòmic en la vuitena Nit de l'Economia i l'Empresa. Volcanet d'argent a la Mostra Gastronòmica de la Garrotxa.
- 2006: la Fundació Randstad va atorgar el Premi a l'Acció Social 2005 en la categoria pime a la cooperativa La Fageda. L'Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció juntament amb Òmnium Cultural van distingir La Fageda per la potenciació i l'ús del català en l'àmbit empresarial. Per fi, la Fundació Agora li atorga el Premi Catalunya de Comunicació i Relacions Públiques en un acte solemne al Palau de la Música de Barcelona.

www.grupclade.com

Fundació Schwab per a l'Emprenedoria Social - www.schwabfound.org

Turisme Garrotxa - www.turismegarrotxa.com





LA TARANTELLA (INEMSA)

*“Igualtat
d’oportunitats
per al creixement
personal”*

Sector d’activitat
Hostaleria

Activitat de l’empresa
Restaurant (*Ristorante- Pizzeria*)

Localitat
C/Sant Jeroni, 75 - 08921 Santa Coloma de Gramenet

Plantilla
5

Facturació anual
180.000 euros previsió (2006)

Telèfon
934 680 541

Promotor de l’experiència
L’empresa neix d’una voluntat familiar, i les decisions empresarials que s’han dut a terme tenen el consens de la família.

Àmbit Ressor
Igualtat i conciliació, Gestió de la diversitat

DESCRIPCIÓ DE L’EMPRESA

La Tarantella (INEMSA) és una empresa jove, recent, que va començar la seva marxa a finals del maig de 2005. L’empresa va néixer fruit d’una idea sorgida en el si de la família que la va crear, amb la finalitat i objectiu de treballar per compte propi i poder posar en pràctica tota l’experiència i les idees acumulades per experiències anteriors, combinada amb una bona dosi d’il·lusió.

Des del bon inici es va moure a partir del lema-eix: “passione per la buona cucina” i d’aquí va acabar qual·lant la idea de crear un ristorante-pizzeria. Partien d’una base excel·lent de coneixements, ja que el cuiner, soci i membre de la família, té més de 20 anys d’experiència en cuina italiana. El seu objectiu era i és acostar i donar a conèixer a la població la gran varietat i riquesa dels plats italians i no només la pizza i la pasta, bo i mantenint un bon equilibri preu/qualitat i donant un servei de proximitat, amb una atenció personal cuidada i creant un ambient familiar al restaurant.

Un dels elements de distinció i preocupació ha estat sempre la imatge que donava l’establiment. Per això han creat un ambient modern, amb disseny, net, gens carregat però amb detalls que el fan acollidor al mateix temps.

L'establiment està ubicat a Santa Coloma de Gramenet perquè és una ciutat que coneixen bé i perquè van convèncer-se que no hi havia una bona oferta d'aquest estil al municipi. Davant aquesta situació, van pensar que contribuïen al fet que hi hagués una alternativa en l'àmbit de l'hostaleria, de manera que la gent d'aquella mateixa ciutat pogués consumir aquest tipus de producte a la pròpia ciutat sense haver de marxar fora.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Un dels elements que d'entrada es van plantejar a l'hora d'estructurar l'empresa va ser el fet d'adequar correctament la seva estructura de personal. Tenien clar que volien gent implicada i que participés en el projecte de manera inequívoca, de manera que van pensar que el millor fóra posar-se en contacte amb empreses locals (de col·locació o borses de treball) i per això, des de bon principi, es va decidir contactar amb l'empresa municipal Grameimpuls, amb la qual col·laboren des de llavors.

A través de l'Escola d'Hostaleria de Grameimpuls es van establir acords perquè els estudiants realitzessin les seves pràctiques al restaurant, establint així mateix un doble vincle:

- un compromís laboral
- un compromís d'acció social, atès que en la major part dels casos es tractava de persones immigrades sense permís inicial de treball i/o amb situacions personals problemàtiques.

L'opció era, doncs, contactar amb Grameimpuls per tal de realitzar tota la tramitació necessària per a la regularització dels seus permisos de treball i, un cop obtinguts, començar a treballar. Aquesta acció decidida es va fonamentar en la idea que qualsevol persona ha de tenir una igualtat en el tracte i una oportunitat per al seu creixement personal, dos aspectes que tot sovint el mercat no ofereix. L'acció d'INEMSA pretén, doncs, establir elements d'igualtat d'oportunitats per a tots i totes en l'entrada al mercat laboral, i no per això amb menors possibilitats d'èxit.

Pel que fa a l'àmbit local, l'empresa té com a filosofia la col·laboració i contribució en esdeveniments i causes socials innovadores del municipi, ja siguin iniciatives privades o de les autoritats locals. Ha col·laborat, per exemple, en el concurs de Relat Eròtic celebrat a la ciutat, ha dut a terme contactes amb el Conservatori de Música de Sta. Coloma, ha participat en un pla de dinamització comercial de l'Àrea Centre del municipi, ha establert contacte amb artistes locals, s'ha fet membre de l'Associació de Comerciants (ACI), entre d'altres. Tot això, amb la finalitat de participar, col·laborar i ser solidaris en altres tipus d'activitats a banda de les inherents al negoci, que els permeten una millor relació social.



Data o període de l'experiència

L'activitat esmentada va començar a posar-se en pràctica des de l'inici d'activitat de l'empresa l'any 2005 i té voluntat de permanència en el temps.

Objectius

En el marc d'una filosofia d'empresa familiar, els objectius d'aquestes actuacions han estat bàsicament:

- Mirar de fidelitzar la plantilla en un mercat d'alta rotació.
- Augmentar la competitivitat en el mercat en la selecció de personal a partir d'elements no únicament salarials.
- Tenir un entorn laboral bo i estable.
- Augmentar la productivitat del personal.
- Integrar diferents cultures al lloc de treball.
- Treballar per a la igualtat d'oportunitats en l'accés a la feina per part de col·lectius immigrants i/o de risc.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

- Poder integrar a la plantilla personal motivat i compromès.
- Haver contribuït a la formació de la plantilla tot inculcant la seva filosofia i mètodes propis.
- Enriquiment, per part dels treballadors i treballadores de l'empresa, amb els elements que han aportat els diferents contractats i contractades des de la seva cultura.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

L'empresa ha brindat l'oportunitat a treballadors i treballadores de conèixer un equip de treball que entén i recolza la seva situació personal i que ha regularitzat la seva situació professional, fet que els ha permès i ajudat a desenvolupar-se professionalment, i que ha igualat les condicions d'accés laboral a la població regularitzada.

DESPESES

No s'han quantificat. No s'ha fet mai un seguiment global del cost que aquestes hagin pogut tenir, ja que no es considera especialment rellevant pels objectius que persegueix. Es considera que el possible cost de gestió que la pràctica comporta és menor en relació a la filosofia que hi ha darrere d'aquesta actuació.



COMUNICACIÓ I ÈXITS

En primer lloc, cal destacar que les actuacions dutes a terme NO es plantegen com un element d'estratègia corporativa de posició de l'empresa en el mercat. Amb tot, la col·laboració en esdeveniments socials com els que s'han esmentat han fet que l'establiment pugui ser percebut d'una determinada manera que els és beneficiosa en aquest sentit. L'actuació en termes d'igualtat d'oportunitats en l'accés a la feina no ha estat comunicada com a tal en cap fòrum específic.



LIMPIEZAS LUCINET

*“Un servei ben fet
i de qualitat
per a la inclusió social”*

Sector d'activitat
Serveis personals

Activitat de l'empresa
Serveis de neteja

Localitat
Av. Generalitat, 99-101
08923 Santa Coloma de Gramenet

Plantilla
8-10

Facturació anual
80.000 euros (2006)

Pàgina web - telèfon
Tel. 934 665 372
lucinet_1960@hotmail.com
Contacte: M^a Luisa Guirado González

Promotor de l'experiència
Iniciativa des de direcció (M^a Luisa
Guirado González)

Àmbit Ressor
Igualtat i conciliació, Gestió de la diversitat
Qualitat de les condicions laborals

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

L'empresa Limpiezas Lucinet és una petita empresa de neteja amb seu a Santa Coloma de Gramenet fundada el 2004 amb l'objectiu d'oferir serveis integrals de neteja bo i combinant uns bons preus amb un servei de qualitat i una gestió interna de personal responsable.

Des de l'inici, l'empresa ha col·laborat amb Grameimpuls per assessorar-se i treballar a partir dels paràmetres legals i, més enllà, oferir determinats comportaments socialment responsables envers la seva plantilla, especialment a partir de la igualtat d'oportunitats en la selecció del personal.

L'empresa va optar des del primer dia per formar els seus propis treballadors i treballadores per assegurar que la qualitat de la tasca realitzada s'adequava als estàndards que en un inici s'havien fixat.

L'empresa, jove, manté una relació molt propera amb la clientela, a partir d'un compromís de conducta rigorosa i professional, amb la qual volen ser identificats al mercat.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Un dels elements fonamentals de Limpiezas Lucinet és la importància que dóna a la seva plantilla, al de paller de l'empresa, i a la relació que han de tenir els membres de la plantilla entre si i amb l'empresa mateixa. L'estratègia que va establir-se des de l'inici de les activitats tenia com a mínim tres elements destacables:

- Es contracten persones en risc d'exclusió del mercat de treball. L'empresa ho fa perquè creu que és necessari que aquests col·lectius puguin augmentar el seu grau de qualificació i habilitats relacionals i laborals. Són persones que reben la prestació de renda mínima d'inserció i persones immigrades. L'acció de Limpiezas Lucinet pretén, doncs, establir elements d'igualtat d'oportunitats per a tothom en l'entrada al mercat de treball, i no per això amb menors possibilitats d'èxit.
- S'ajuden les persones contractades a tenir una bona entrada al món laboral a partir d'una formació que ofereix la mateixa empresa.
- En cas que sigui necessari, l'empresa s'encarrega d'agilitar i gestionar els tràmits per obtenir el permís de treball per a aquelles persones que no en tenen, com és el cas de persones immigrants.

Sempre que ha estat necessari l'empresa ha contactat amb Grameimpuls per tal d'assessorar-se i realitzar tota la tramitació necessària per a la regularització dels permisos de treball del personal, per tal que, un cop obtinguts, pogués començar a treballar.

L'estratègia de comportament social ha estat assessorada des de Grameimpuls, bo i mantenint l'objectiu clar de dur a terme un servei professional i de qualitat en el sector de la neteja.

Data o període de l'experiència

La pràctica esmentada va començar a posar-se en pràctica des de l'inici de l'activitat de l'empresa el 2004 i té voluntat de permanència en el temps.

Objectius

Els objectius que es persegueixen amb aquestes accions són:

- Tenir un entorn laboral bo i estable.
- Treballar per a la igualtat d'oportunitats en l'accés a la feina per part de col·lectius immigrants i/o en risc.
- Optimitzar la professionalitat i optimitzar els recursos de plantilla existents.
- Promoure el treball en equip
- Estimular les capacitats de la plantilla i la formació contínua (augmentar la productivitat del personal).
- Fidelitzar el personal que treballa a l'empresa en un mercat d'alta rotació (reduir-ne la rotació).

“Un col·lectiu de treballadors i treballadores amb uns objectius comuns, on es treballi amb motivació, participació, coordinació i harmonia”

Trèvol

Ofereixen serveis d'ecomissatgeria i d'econetetja minimitzant l'impacte mediambiental.

Femarec SCCL

Entitat que té un Centre Especial de Treball per a la integració de persones amb discapacitat psíquica i/o trastorn mental i ofereixen un servei de recollida selectiva de paper i cartró per reciclatge.

Abacus cooperativa

És una cooperativa de socis i socies de consum amb socis i socies de treball que té com a principal objectiu satisfer les necessitats de productes i serveis educatius, culturals i de lleure dels seus socis i socies de consum i clientela.



RSE.COOP és un programa cofinançat per el Fons Social Europeu per a la implantació de l'RSE en el món cooperatiu. La finalitat és afavorir el desenvolupament sostenible d'aquesta fórmula empresarial.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

- Millora de la satisfacció dels treballadors i treballadores, i millora en la relació direcció-plantilla.
- Millora de l'adaptació dels nous treballadors i treballadores.
- Creació d'un ambient relaxat i de mútua ajuda i compromís recíproc entre els diferents col·lectius de l'empresa.
- Augment de la confiança de la clientela.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

- Millora de la conciliació laboral i personal.
- Major projecció de l'empresa en la seva qualitat humana i de servei.
- Millora de l'atenció familiar.
- Bona percepció de la neteja i la feina feta per part de la població i les administracions públiques amb les quals han treballat.

DESPESES

No s'han quantificat. No s'ha fet mai un seguiment global del cost que aquestes despeses hagin pogut tenir, que no es considera especialment rellevant pels objectius que persegueix.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

No hi ha hagut, des del punt de vista comunicatiu, una voluntat de centrar la imatge en els seus aspectes de referència a la responsabilitat social. Amb tot, sí que tenen la voluntat que es conegui que intenten ser socialment responsables i pretenen mantenir la col·laboració amb les administracions públiques, i especialment amb Grameimpuls.



Es pot contactar directament amb l'empresa o amb Grameimpuls, SA (de Santa Coloma de Gramenet).



MERCACONSULT

*“El valor
de les persones
de confiança”*

Sector d'activitat
Consultoria d'organitzacions i RH

Activitat de l'empresa
Proveïdors integrals en *outsourcing* de serveis professionals.
Consultoria de RH

Localitat
C. Àngel Guimerà, 25, 3r 2a - 08201 Sabadell (Barcelona)

Plantilla
14 treballadors interns, arriba a la trentena comptant-hi col·laboradors externs.

Facturació anual
500.000 - 700.000 euros (2006)

Pàgina web
www.mercaconsult.com
www.mercaconsult.cat

Promotor de l'experiència
Bàsicament aquests temes són portats per la direcció i gerència, i l'equip més directe segons les necessitats i responsabilitats de cada cas.

Àmbit Ressor
Igualtat i conciliació, Qualitat de les condicions laborals,
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

MercaConsult és una consultoria catalana, fundada l'any 1995 a Sabadell, dedicada a proporcionar a les empreses i organitzacions públiques i privades el conjunt de serveis necessaris per al desenvolupament òptim de la seva activitat. L'objectiu principal de la consultoria és arribar a ser proveïdors integrals en l'*outsourcing* (subcontractació) de serveis professionals.

MercaConsult proporciona a les empreses i organitzacions públiques i privades serveis integrals de consultoria, selecció i formació.

MercaConsult es defineix com una consultoria d'implementació. Planifica i porta a terme les decisions estratègiques que proposa. La claredat i l'aplicabilitat de les propostes són un fet diferencial de la nostra actuació, ens impliquem en l'empresa, en el dia a dia.

En només deu anys, MercaConsult s'ha convertit en una consultoria líder a Catalunya en l'organització d'empreses, així com en la selecció i formació de personal.

MercaConsult compta amb un gran coneixement de la trama empresarial catalana, que està formada per

companyies familiars i pimes, i dels seus trets diferencials. Es va dirigir a les petites i mitjanes empreses del Vallès per tal d'oferir un servei més personalitzat i més proper a la seva realitat.

Així mateix, MercaConsult disposa d'una àmplia gamma d'ofertes laborals i possibilitats de formació per a particulars (cursos subvencionats i privats).

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

El punt fort de l'empresa, tenint en compte el sector en què treballa, és el seu propi equip humà. És en aquest sentit que la cultura de la formació i la flexibilitat de cara al personal propi s'ha internalitzat com un element clau per al bon desenvolupament de l'empresa. Així, l'empresa fa anys que treballa a partir de criteris de flexibilitat horària interna de tal manera que es permet la conciliació familiar i personal dels treballadors i treballadores.

D'altra banda, es creu fermament en la necessitat de formació de la plantilla, i hi ha una política de subvenció total o parcial de màsters, postgraus o cursos que es considerin pertinents.

Amb tot, l'objecte d'anàlisi present és l'experiència d'assessoria que duen a terme amb entitats del tercer sector. L'any 2005 l'Ajuntament de Sabadell es va posar en contacte amb l'empresa per proposar-li formar part d'un *pool* d'empreses que de manera gratuïta poguessin realitzar assessorament a entitats del tercer sector.

L'empresa va decidir acceptar la proposta, en congruència amb els valors amb què treballa i tenint en compte que l'objecte de treball són les persones. Així doncs, va oferir els seus serveis a aquelles entitats que ho desitgessin. Des d'aleshores s'han rebut algunes demandes que han estat tractades amb el mateix rigor que la resta de serveis lucratiu que du a terme l'empresa.

La cadena de processos és la que segueix: l'entitat del tercer sector es posa en contacte amb ells i de manera telefònica es fa un primer diagnòstic sobre l'objecte de la demanda (un problema de RH, d'organització interna, de creixement...). Un cop identificat l'objecte de demanda, es crea un equip que es desplaça a l'entitat i treballa amb ells l'acció de consultoria necessària.

L'empresa continua a hores d'ara al *pool* d'empreses d'assessoria, i complementa aquesta acció amb accions menors de patrocini (a l'associació Actua Vallès) o donant els seus equips informàtics (que renoven de manera continuada) a l'entitat de persones amb discapacitat Xaloc.

Data o període de l'experiència

Pel que fa a l'experiència específica d'acció social, es fa des de l'any 2005. Les mesures de conciliació personal i familiar van començar a implantar-se informalment de manera lenta i progressiva des de l'inici del funcionament de l'empresa l'any 1995.



Objectius

- Adequar la pràctica, principis i valors de l'empresa a la seva activitat ordinària a partir d'actuacions d'acció social: "posar persones al servei de persones".
- Donar resposta a les necessitats del teixit associatiu del territori.
- Adequar i treballar el posicionament de l'empresa en relació amb la societat i les administracions públiques, a partir del *know-how* propi.
- Millora de la imatge interna de l'empresa entre la plantilla (reforçant les accions de formació i flexibilitat que ja es proposen a aquests col·lectius).

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

- Fidelització de la plantilla a l'empresa.
- Aconseguir la congruència entre uns valors i missió i l'acció de l'empresa al mercat i al territori.
- Millora de la satisfacció de la plantilla.
- Bona valoració de l'empresa per part de l'administració pública local.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

- Millora de les condicions i capacitat d'acció del col·lectiu d'associacions del tercer sector del territori.
- Establir relacions professionals amb entitats del tercer sector que permeten crear una xarxa de connivències que generen territoris socialment responsables.
- Millora de la conciliació laboral i personal.

DESPESES

No s'han quantificat, s'ha fet de forma progressiva sense tenir en compte costos monetaris, malgrat que ha comportat la necessitat, sobretot, d'ajustar elements d'organització interna. El cost per a l'empresa s'ha reduït al cost empleat per l'*staff* en les diferents accions d'assessorament, que no s'ha quantificat perquè no comporta un volum que s'entengui que ha de començar a controlar-se.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

En primer lloc cal destacar que les actuacions dutes a terme no es plantegen com un element d'estratègia corporativa de posició de l'empresa al mercat.

No hi ha hagut des del punt de vista comunicatiu una voluntat de centrar la imatge en els seus aspectes de referència a la responsabilitat social. Es consideren un conjunt d'accions a llarg termini que permeten un posicionament d'empresa responsable entre els seus competidors de mercat.

S'estan plantejant començar a recopilar les diferents accions realitzades, però encara no han fet el pas d'aplicar elements de comunicació a l'entorn de les activitat d'acció social que duen a terme.

NOTA: S'adjunta el conveni entre l'Ajuntament de Sabadell i MercaConsult. La publicació del document compta amb el vistiplau tant de MercaConsult com de l'Ajuntament de Sabadell.

www.mercaconsult.com

S'adjunta el conveni entre l'Ajuntament de Sabadell i MercaConsult.





MOVIE-BLUES EMPRESA DE CÀTERING

*“Decideixen entre tots
cap a on ha d’anar
l’empresa”*

Sector d'activitat
Hostaleria

Activitat de l'empresa
Càtering i menjars preparats
de 5a gamma

Localitat
Santa Coloma de Gramenet

Plantilla
14 (2007)

Facturació anual
1.000.000 euros (2007)

Pàgina web
www.movie-blues.com

Promotor de l'experiència
Xavier Altozano, gerent

Àmbit Ressor
Qualitat de les condicions laborals,
Medi ambient, Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Movie-Blues és una empresa de Santa Coloma de Gramenet que acumula 12 anys d'experiència entre els sectors de l'hostaleria, l'alimentació i els serveis. Estan especialitzats en banquets de noces a domicili, presentació de productes, actes multitudinaris i menjars preparats en 5a gamma.

Entenen l'èxit d'un servei com la unió de molts de factors: la resposta ràpida, el disseny de l'acte, la distribució de les taules i bufets, el tracte dels cambrers, l'elaboració del menjar i la traçabilitat de les temperatures, el color d'unes estovalles, el cruixent que decora un plat, el somriure d'un cambrer o d'una cambrera... En definitiva, cuiden al màxim els detalls per aconseguir l'harmonia que els garanteixi l'èxit i els permeti gaudir de la seva feina.

Amb aquesta finalitat, passar-s'ho bé treballant, afegeixen tres segells que els caracteritzen: una visió oberta de país, però amb arrels molt locals; el respecte pel medi ambient; i la solidaritat com una actitud permanent.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Participació, acció social i respecte pel medi

Data o període de l'experiència

Amb consonància amb els tres segells que utilitzen per caracteritzar-se, Movie-Blues incorpora la responsabilitat social empresarial (RSE) transversalment.

[Qualitat de les condicions laborals] L'element principal de Movie-Blues és el seu funcionament totalment horitzontal i en forma d'assemblea, composta per tots el treballadors i treballadores de l'empresa. L'assemblea té el timó de l'empresa i s'hi prenen tot tipus de decisions - decisions de gestió, sous, vacances, noves línies de negocis, perspectives... - L'assemblea també gestiona tot el referent a conciliació, diversitat i igualtat.

A causa del creixement de l'empresa, han anat detectant una sèrie de problemàtiques relacionades amb l'amplitud de responsabilitats que ha de tractar l'assemblea. Per això, han optat per mantenir les responsabilitats, però segmentant-les en tres parts o comitès: cuina, sala (cambrers) i administració. D'aquesta manera continuen tractant conjuntament els temes d'interès general, però cada secció decideix sobre les temàtiques que l'afecten només a ella.

Pel que fa a formació, a Movie-Blues mantenen una actitud proactiva, preparant cursos i informant sobre les possibilitats de formació. Actualment estan preparant un curs de català pagat per l'empresa i en horari de treball, ja que molts dels treballadors són d'origen estranger i han convingut en la necessitat de formació en aquests àmbit.

[Acció social] De la mà del seu gerent, Xavier Altozano, Movie-Blues té una vinculació directa amb l'ONG Amics i Amigues de Diabugu Batapha. La col·laboració amb aquesta entitat és molta i diversa. Començant pel més elemental, des de Movie-Blues aporten diners (l'1 % dels beneficis), hores i esforços voluntaris, recullen material per enviar i aporten les seves infraestructures com a magatzem del material i seu per a les reunions de l'ONG.

A més, Movie-Blues té la concessió de l'explotació de la terrassa del parc de Can Sam a Santa Coloma de Gramenet, la qual han cedit a l'ONG Amics i Amigues de Diabugu Batapha hi realitza l'activitat de lloguer de bicicletes per tal de reinvertir el ingressos a incorporar noves bicicletes i reparar les utilitzades per enviar-les a Diabugu. D'aquesta manera s'aconsegueix un flux continu de bicicletes cap a aquest poble i cada família pot disposar d'aquest mitjà de transport per realitzar els llargs desplaçaments als camps de cultiu.

D'altra banda, estan endegant un projecte d'assessoria per construir un menjador al poble.

Movie-Blues també col·labora amb la Caravana Solidària participant-hi indirectament mitjançant Amics i Amigues de Diabugu Batapha, i directament subministrant-los el menjar.

Amics i Amigues de Diabugu Batapha és una organització no governamental que agrupa persones amb inquietuds i iniciatives per al desenvolupament del continent africà, especialment a Diabugu (Gàmbia). El gerent de Movie-Blues, Xavier Altozano, n'és el president.

La raó de ser de la **Caravana Solidària** a l'Àfrica occidental és el transport de material d'ONG catalanes a projectes al Marroc, Mauritània, el Senegal, Gàmbia i Guinea-Bissau per contribuir a pal·liar les mancances en matèria de salut, escolars i formatives i d'infraestructures que s'hi detecten.



Impacte empresarial
En el sector de l'hostaleria no són habituals els valors en favor del respecte pel medi i la qualitat de les condicions laborals.

Una vaixel·la compostable
consisteix en gots, plats, bols i coberts d'un sol ús compostables, fets a base de midó de blat de moro, i per tant biodegradables.

[Medi ambient] A Movie-Blues també es caracteritzen per ser respectuosos amb el medi ambient. Amb aquesta finalitat realitzen la pràctica, poc habitual al sector, de separar tots els residus en tots els serveis que realitzen. No fan cap desplaçament que no disposin de les tres bosses per separar els residus, després els dipositen als llocs de recollida corresponents.

Amb la mateixa finalitat de minimitzar l'impacte de la seva activitat, quan han de realitzar serveis per als quals necessiten utilitzar vaixel·la d'un sol ús, utilitzen plats, gots i coberts compostables.

També cal dir que compten amb tres separadors de greixos a les seves instal·lacions i que aboquen aigües totalment netes.

[Ètica] No disposen d'un codi ètic explícit, però sí que la selecció dels proveïdors i clients es regeix per criteris ètics i coherents amb la seva activitat. Així, i en la mesura de les possibilitats, intenten utilitzar productes del comerç just, biològics i de procedència catalana. Quant als clients, desestimen aquells que consideren insolidaris o que pretenen contractar els serveis de càterring en campanyes promocionals d'activitats que consideren antisolidàries.

Objectius

Aconseguir un model sostenible de l'empresa i contribuir a la millora de les condicions de vida del poble de Diabugu.

Percepció general de l'RSE

Perceben l'RSE com una necessitat en les empreses actuals, a la qual s'ha de respondre amb una actitud honesta i permanent.

Motivacions

Aconseguir treballar motivats i gaudir tant dels resultats com de les activitats que realitzen.

Com afecta altres parts interessades, empreses proveïdores, etc.

Han observat que els treballadors i treballadores que subcontracten per a encàrrecs puntuals en primera moment mostren reticències a la separació dels residus per la falta de costum en aquests hàbits, però que en posteriors col·laboracions incorporen i accepten de bon grat les pràctiques encaminades a minimitzar l'impacte en el medi.

Visió i vinculació estratègica

L'estratègia de l'empresa no es pot entendre sense la participació del treballadors i treballadores i l'assemblea, ja que és la manera que tenen per definir-la.

“Intentem que l'empresa vagi cap a on l'assemblea vulgui”

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

[Empresa] La participació de tots els treballadors i treballadores propicia que hi hagi bon ambient i motivació en el treball que es realitza, i tot això es tradueix en un servei de qualitat i en el bon funcionament de l'empresa. Aconsegueix reduir la rotació del personal, que és molt elevada a l'hostaleria, fent-los partícips del projecte empresarial.

[Empleats] Participació del bon funcionament de l'empresa i motivació en el treball.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] L'acció social de les ONG amb què col·laboren i la reducció de l'impacte mediambiental.

[Parts interessades] Els clients obtenen un servei cuidat i de qualitat. Al poble de Diabugu, cada família compta amb una bicicleta i rep material de donacions, i tenen en projecte la construcció d'un menjador, entre altres millores.

En resum, "Dirigeixen l'empresa entre tots, redueixen l'impacte i ajuden el poble de Diabugu."

DESPESES

El cost monetari addicional de les seves activitats d'RSE està integrat totalment en el pressupost ordinari de l'exercici i no el qualifiquen de significatiu. Sí que destaquen el temps, l'esforç de coordinació i la frustració que alguns cops generen aquest tipus d'activitats.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

No realitzen difusió explícita de les activitats en matèria d'RSE que realitzen.

Amics i Amigues de Diabugu Batapha - www.amicsiamigues.org
 Caravana Solidària - www.caravanasolidaria.org
 Vaixella compostable - www.ecrac.8m.com





PLATING BRAP

“El respecte mediambiental és rendible i necessari”

Sector d'activitat
Electrometal·lúrgia

Activitat de l'empresa
Recobriments electrolítics sobre plàstic

Localitat
Igalada

Plantilla
42

Facturació anual
3.500.000 euros previsió (2006)

Pàgina web
www.platingbrap.com
(operativa a partir del març de 2007)

Promotor de l'experiència
L'opció mediambiental és una aposta estratègica de l'empresa des de l'inici per part dels socis i l'*staff* de direcció.

Àmbit Ressor
Medi ambient, Salut i seguretat

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

L'empresa va constituir-se a finals de 2004, però va estar un període homologant maquinària i processos fins que va començar les activitats l'abril de 2005.

L'empresa es dedica al recobriments electrolític de peces de plàstic.

En un inici la producció va començar sent de 3-4 hores diàries, i en aquests moments ja es duen a terme dos torns complets. L'any que ve es preveu ampliar la producció a tres torns amb un augment de plantilla de 6-7 persones més.

Malgrat ser una empresa jove, les persones sòcies de la companyia tenen un ampli coneixement del sector gràcies a experiències empresarials anteriors. És per això que, coneixent els diferents processos de tractament que han de rebre les peces, van optar decididament per establir uns sistemes de qualitat mediambiental rigorosos, més enllà del que la llei demana, com un dels principis a partir dels quals poder començar a operar.

Més enllà d'aquest fet, l'empresa ha obtingut la Certificació de la Norma ISO 9001: 2000 de tots els seus

processos (per part d'AENOR), que estan igualment certificats per empreses del sector de l'automoció (Seat-Audi-VW) com a empresa proveïdora.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

L'empresa Platingbrap es dedica al recobriment electrolític d'elements de plàstic per a clientela diversa, especialment del sector de l'automoció. Aquest tipus d'activitat genera un conjunt important de residus, especialment de coure, níquel i crom, i en menor mesura de pal·ladi i estany. En aquests dos últims casos, els residus són mínims i no suposen cap problema des del punt de vista mediambiental, ja que es troben en quantitats molt menors a les permeses per la llei. No és així en el cas del níquel, el coure i el crom.

El procés de tractament de cada peça consisteix en diferents fases:

- preparació de la peça
- recobriments a través de la línia química
- recobriments a través de la línia electrolítica
- rentat i assecat final (empaquetat i lliurament)

En cada cas, i en les múltiples subetapes, cada peça es passa per aigua (descalcificada), per netejar-la de les múltiples impregnacions, ja siguin de pal·ladi, estany, coure o níquel, procés que genera una doble font d'elements contaminants:

- contaminació de l'aigua
- contaminació en forma d'evaporació de gasos dels elements mencionats

El tractament de la contaminació de l'aigua es fa a partir de la canalització de l'aigua contaminada, que es transporta separatament en funció de la font de contaminació: per un costat l'aigua contaminada amb coure i níquel, i per l'altre la contaminada amb crom. Una depuradora d'aigua neteja l'aigua contaminada i es genera:

- un llot de crom que es transporta en un contenidor degudament homologat a un centre de Castellolí.
- un llot de coure i níquel que es recull i s'envia a Alemanya per ser reciclat. A Espanya no hi ha cap empresa que aprofiti aquest llot, que, des del punt de vista de la cadena de valor, es converteix en un subproducte. El transport es veu abaratit pels ingressos obtinguts de la venda d'aquests llots i, tot i que igualment suposa una despesa, aquesta és menor.

Aquests tractaments són obligatoris per llei.

En canvi, el tractament de la contaminació produïda pels gasos no és obligatori per la quantitat en què es genera. Amb tot, es va optar per tractar-la igualment. Les cubetes amb els productes que es van afegint a les peces generen una boirina que s'aspira i es du a terme un rentat de gasos perquè no surti res. D'aquesta manera, l'entorn de treball queda també lliure de pudors i millora la seguretat laboral.



Un cop l'aire és aspirat, se separa també en funció de si conté níquel i coure o bé crom, i acaba liquant-se de tal manera que es reconduïx aquest líquid als dipòsits mencionats anteriorment. Des d'aquest moment els residus segueixen el mateix camí exposat en el cas de l'aigua contaminada.

Data o període de l'experiència

L'empresa va constituir-se a finals de 2004, però va estar un període homologant maquinària i processos fins que va començar les activitats l'abril de 2005. És en aquest moment que es realitza la inversió en maquinària depuradora de gasos. Des d'aleshores s'ha continuat realitzant el manteniment de la maquinària fins al present.

Objectius

- Treballar amb respecte mediambiental en un sector que històricament ha estat "maldestre" en aquest àmbit.
- Reduir els residus gasosos emesos en el procés d'elaboració del producte.
- Millorar l'entorn de treball per a la plantilla.
- Avançar-se a possibles restriccions de futures lleis mediambientals.
- Tenir una bona imatge, i també de seriositat i rigor, en el tractament de residus davant de la clientela, empreses que sovint auditen les empreses proveïdores (consorci Audi-Seat-VW, per exemple).

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

- Millora en l'entorn de treball des del punt de vista d'higiene i salut laboral.
- Millora de la qualitat del reciclatge dels residus que genera l'activitat.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

- Millora de la imatge de l'empresa entre la seva clientela i empreses i entitats proveïdores.
- Fidelització de la clientela a través d'elements intangibles al producte que reben un cop finalitzat el procés.
- Millora de i respecte al medi ambient.

DESPESES

La despesa principal ha estat la compra de la maquinària necessària per a la depuració de gasos. Es va comprar a l'empresa espanyola més important a un cost superior als 400.000 euros. Més enllà d'això no s'han quantificat els

costos unitaris o percentatges del sobrecost per unitat. Es va considerar, però, que si l'empresa no podia assumir el cost d'internalitzar aquest element de respecte mediambiental no valia la pena iniciar l'activitat. A la llarga aquests costos s'han d'internalitzar amb una millor organització productiva i amb una bona posició al mercat davant de la clientela i les empreses i entitats proveïdores a llarg termini.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

En primer lloc cal destacar que les actuacions dutes a terme no es plantegen com un element d'estratègia corporativa de posició de l'empresa al mercat.

No hi ha hagut, des del punt de vista comunicatiu, una voluntat de centrar la imatge en els seus aspectes de referència a la responsabilitat social. Es consideren un conjunt d'accions a llarg termini que permeten un posicionament d'empresa responsable entre els seus competidors de mercat, i que els està donant efectivament resultats.

Amb tot, en tant que empresa de nova creació, es van presentar als Premis Idea organitzats pel Consell Comarcal de l'Anoia, l'Ajuntament d'Igualada i la Unió Empresarial de l'Anoia, i van guanyar-lo com a millor nova empresa presentada. No han fet cap més actuació en aquesta direcció.

Plating Brap - <http://www.platingbrap.com>
ISO 9001 - <http://www.aenor.es>



RESIDÈNCIA I CENTRE DE DIA BET-SAN (FUNDACIÓ PRIVADA BET-SAN)

*“Actuar responsable-
ment és el millor
sistema de gestió”*

Sector d'activitat
Serveis personals

Activitat de l'empresa
Residència geriàtrica - centre residencial

Localitat
Monturiol, 32-34 - 08923 Sta. Coloma de Gramenet

Plantilla
40

Facturació anual
800.000 euros aprox. (2006)

Pàgina web - telèfon
<http://www.iee-es.org/betsan>
933 850 789

Promotora de l'experiència
L'experiència la dirigeix Encarna Corral
amb el suport del patronat de la fundació.

Àmbit Ressort
Igualtat i conciliació, Qualitat de les condicions laborals

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

La residència Bet-San és una fundació privada, sense ànim de lucre, inscrita a la Direcció General d'Acció Social del Ministeri de Treball amb el número 81868, i al Registre de Fundacions Privades de la Generalitat de Catalunya amb el número 31.

Va ser creada l'any 1969 en el marc de l'Església Evangèlica de Catalunya, amb el propòsit d'acollir els cristians evangèlics que, en aquell temps, eren discriminats per causa de la seva fe religiosa en institucions públiques o catòliques; però en cap moment s'ha deixat d'atendre gent gran d'altres confessions o ideologies. La residència no discrimina ningú per les seves creences religioses. És un servei social evangèlic obert al poble de Catalunya. Té concert amb l'Institut Català d'Assistència i Serveis Socials (ICASS) del Departament de Benestar Social de la Generalitat (amb 33 llits concertats).

La residència està dirigida per un patronat format per pastors i laics de l'Església evangèlica de Catalunya.

Bet-San ofereix serveis de residència assistida a persones grans, amb el propòsit de mantenir la dignitat humana i el respecte al qual totes les persones tenen dret, mitjançant una atenció individualitzada, prescripcions i serveis de qualitat i una xarxa assistencial que tingui en compte les circumstàncies particulars de

cada persona, en el seu vessant sanitari, social, familiar, psicològic, econòmic, cultural i espiritual. Pretenem ser la llar de tots i cadascun dels residents, facilitar les relacions familiars i motivar la contínua millora de l'autonomia personal.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Des de la seva creació l'eix central dels serveis de Bet-San és el seu equip humà, que fa possible el funcionament de la residència les 24 hores del dia cada dia de l'any. És el personal, doncs, el valor principal de l'empresa, i l'actiu a partir del qual es pot assolir el repte diari d'atendre, assistir i acollir la clientela.

El servei continu i permanent propi de la residència limita l'oferta de beneficis laborals en matèria de festius i d'horaris, i justament per això s'ha optat per prioritzar la flexibilitat i l'atenció individualitzada de cada persona en plantilla. D'aquest fet i de les dificultats que comporta, se'n pren més consciència a partir de l'any 2000, quan es posen en marxa els mitjans per donar resposta a les propostes de tot el personal. És en aquell moment que es va decidir facilitar un sistema de comunicació oberta per exposar demandes i necessitats del personal, alhora que es va entrar en la dinàmica rigorosa de respecte als drets del conveni laboral, i de superar-los sempre que sigui possible. La flexibilitat és el principi que ha ajudat l'empresa a resoldre amb èxit les dificultats que planteja el sector de les residències geriàtriques. La flexibilitat es concreta en adequació de torns, situacions familiars concretes, etc.

D'altra banda, per oferir la qualitat assistencial que mereix i requereix el col·lectiu de gent gran, és necessari que l'equip humà reuneixi les condicions més favorables per al desenvolupament d'aquesta tasca. En el seu origen la fundació engega amb l'esforç absolut d'un grup de vocació humanitària, però cada vegada més es potencia la formació especialitzada. En aquest sentit, l'empresa integra persones amb baixos nivells d'instrucció amb el propòsit d'estimular-ne la formació, i acull persones menys experimentades i hi inverteix durant un període de seguiment i suport. D'aquesta manera reconduïx les dificultats d'eficàcia laboral i recol·loca en tasques de voluntariat les persones jubilades que ho sol·liciten.

Data o període de l'experiència

Les mesures de conciliació personal i laboral van començar a implantar-se de manera informal, lenta i progressiva, fins que des de l'any 2000 es va començar a treballar en aquest sentit de manera planificada i estructurada. Amb tot, l'estabilització del personal i millores salarials com a política d'empresa va iniciar-se l'últim semestre de 2006.

Objectius

- Optimitzar la professionalitat i optimitzar els recursos de la plantilla existents a partir de polítiques d'incentius.
- Promoure el treball en equip.
- Estimular les capacitats i la formació contínua (augmentar la productivitat del personal).



- Estabilitzar la plantilla i fidelitzar el personal que treballa a l'empresa en un mercat d'alta rotació (reduir-ne la rotació).
- Ser competitius amb la millora contínua de la qualitat.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

- Millora de la satisfacció dels treballadors i treballadores.
- Millora de l'adaptació de les persones que s'incorporen de nou a la plantilla.
- Millora del reforç laboral per afrontar l'estrès i càrrega física (cuidar el cuidador o cuidadora).
- Resolució de conflictes gràcies a la creació d'espais per a la comunicació lliure i/o anònima.
- Ha millorat la divulgació informativa, la divulgació de coneixements tècnics, l'assistència a cursos de formació.
- Ha millorat la unificació de criteris i d'actuacions.
- Ha millorat la satisfacció de la clientela, s'han reduït les queixes de les persones residents.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

- Millora de la conciliació laboral i personal.
- Major projecció de l'empresa en la seva qualitat humana i de servei.
- Millora de l'atenció familiar.

DESPESES

No s'ha quantificat el cost que aquesta intervenció pot tenir, però es considera que això no és necessari, i que el cost és assumit per la idiosincràsia intrínseca del servei que es presta a la clientela per part de la plantilla de l'empresa.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

No hi ha hagut, des del punt de vista comunicatiu, una voluntat de centrar la imatge en els seus aspectes de referència a la responsabilitat social. Es considera un conjunt d'accions a llarg termini que permet un posicionament d'empresa responsable entre els seus competidors de mercat.



RESIDÈNCIA GERIÀTRICA

LAIA**RESIDÈNCIA LAIA***“El valor de les persones”*Sector d'activitat
Serveis personalsActivitat de l'empresa
Residència geriàtricaLocalitat
MataróPlantilla
49-50 (amb 5 de reforç puntual)Facturació anual
1.500.000 - 1.800.000 euros previsió (2006)Pàgina web
www.residencialaia.comPromotor de l'experiència
Montse AlsinaL'experiència, d'acord amb els contactes establerts amb l'Ajuntament de Mataró, s'han pivotat des de l'*staff* de l'empresa.Àmbit Ressort
Igualtat i conciliació**DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA**

La Residència Geriàtrica Laia va començar a treballar l'any 2000 amb un disseny especialment pensat perquè les persones grans hi poguessin conviure amb la major comoditat i confiança.

Des d'aleshores tots els serveis que ofereix estan orientats a preservar la salut i l'autoestima de les persones que hi són ateses, a potenciar-ne l'autonomia personal i a proporcionar-los la millor qualitat de vida possible, en un marc de convivència agradable i enriquidor.

La missió és oferir places de residència assistida, centre de dia i a la unitat d'Alzheimer, en règim temporal o permanent, que siguin adequades als requeriments dels usuaris i que satisfacin plenament les seves demandes, assegurant-los així una millor qualitat de vida a ells i generant un alt grau de confiança als seus familiars.

Aquesta missió està basada en el model d'atenció gerontològica de la residència Laia, que pretén donar resposta a una necessitat imperant d'atenció socio sanitària a la població envellida, promocionant la salut, la vida i la maduració de l'ésser humà.

Aquest model se sustenta i s'inspira en tres valors o principis fonamentals que són: el respecte, la valoració de la condició humana i la protecció de la dignitat de la persona. El fil conductor és una concepció humanística de l'ésser humà a partir del model holístic de salut que pretén ajudar les persones a adquirir majors nivells de maduració, autonomia i competència per a la vida, la salut i el benestar, aportant instruments i metodologia per fer-ne operativa l'aplicació en qualsevol de les àrees de la pràctica professional o personal.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

La residència Laia, d'ençà que va començar a funcionar l'any 2000, ha treballat a partir de premisses i actuacions que poden incloure's en molts casos dins del genèric del que és "socialment responsable". Amb tot, no va ser fins a la trobada amb l'IMPEM de Mataró a través d'un seminari de formació que va adonar-se de la potencialitat i beneficis d'estructurar i ordenar aquells procediments i accions que ja duien a terme a partir del marc teòric i pràctic de l'RSE.

De resultes d'aquest contacte van començar a visualitzar algunes accions que, de manera lenta però constant i de manera intermitent però ininterrompuda, han anat convertint en actius de l'empresa, identificant comportaments i dotant-los de coherència teòrica i pràctica per a la mateixa empresa. D'aquesta manera la residència Laia no es pot definir sense entendre que la responsabilitat social ha esdevingut part del seu model de gestió.

En un primer moment van seguir línies estratègiques d'RSE establint un sistema de gestió professionalitzat, de gestió de processos i un codi ètic (amb la conseqüent formació del personal que se'n deriva), i creant mecanismes de participació de les famílies i d'autoavaluació de satisfacció del personal.

En aquests moments, amb el recolzament d'una consultora i de l'Ajuntament de Mataró, s'està fent un pas més cap a l'anàlisi dels comportaments de conciliació laboral i personal que duen a terme, per obtenir així una diagnosi de conciliació. Per fer-ho, es va demanar voluntàriament als treballadors i treballadores que responguessin a un qüestionari elaborat específicament a aquest efecte, i dotze dels integrants de la plantilla el van contestar.

Les preguntes versaven sobre el coneixement que els treballadors i treballadores tenien de les possibilitats d'absentar-se, de canviar de torn, de demanar flexibilitat horària, sobre el coneixement dels criteris d'assignació de torns i horaris, elements de gestió d'equips (executiva i emocional) i possibilitats de formació del personal.

Es va fer un buidat de l'enquesta i n'han sortit un conjunt de conclusions que han de permetre fer més acurades les accions que es duen a terme, que, en aquests moments, inclouen: flexibilitat i adaptació horària, adequació de torns a necessitats específiques familiars, ja siguin totals o parcials (absentar-se dues hores i tornar, per exemple), emprar cinc persones de



reforç en una plantilla de 50 de fixes per complementar les demandes de la gent fixa, accions de formació. Amb els resultats finals es farà amb tota probabilitat un retorn per estudiar quines millores caldrien en aquest àmbit.

Data o període de l'experiència

Les mesures de conciliació personal i familiar van començar a implantar-se de manera informal, lenta i progressiva. Va ser l'any 2006 quan es va fer el pas de treballar en aquest sentit de manera planificada i estructurada, i s'espera acabar el procés en breu.

Objectius

Els objectius d'aquestes actuacions han estat bàsicament:

- Establir mesures per “cuidar el cuidador” com a element fonamental per a fidelitzar la plantilla.
- Intentar fidelitzar el personal que treballa a l'empresa en un mercat d'alta rotació.
- Augmentar la competitivitat en el mercat en la selecció de personal a partir d'elements no únicament salarials.
- Reduir l'absentisme laboral.
- Augmentar la productivitat del personal.
- Millorar entre el personal el coneixement de les accions que duen a terme i que moltes vegades no es coneixen.
- Donar coherència al conjunt de comportaments interns que es duen a terme de manera informal a l'empresa en l'àmbit de conciliació.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

- La rotació de personal ha baixat, encara que de manera moderada.
- L'absentisme laboral s'ha reduït també moderadament.
- S'ha passat, en cinc anys, de tenir la meitat de les persones amb contractes temporals a tenir el 80 % de la plantilla amb contractes indefinits i amb més de dos anys d'antiguitat.
- Millora de la satisfacció dels treballadors i treballadores.
- Millora de la informació interna a la plantilla sobre les accions que es fan a la residència, que no tothom coneixia.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

- Millora de la conciliació laboral i personal.
- Major projecció de l'empresa en la seva qualitat humana i de servei.

DESPESES

L'acció d'assessorament i consultoria requerida ha estat finançada per l'IMPEM (Institut Municipal de Promoció Econòmica de Mataró). El cost per a l'empresa s'ha reduït al cost empleat per l'*staff* en les diferents reunions i al temps per participar en la realització de l'enquesta de la diagnosi de conciliació. No s'ha quantificat el cost que aquesta intervenció pot tenir, però no es considera rellevant com a sobrecost important per a l'empresa.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Encara no hi ha hagut una comunicació de l'experiència més enllà del compromís que aquesta es transmeti internament. Probablement es presentarà l'acció en alguna de les jornades organitzades per l'IMPEM de Mataró.

No hi ha hagut des del punt de vista comunicatiu una voluntat de centrar la imatge en els seus aspectes de referència a la responsabilitat social. Es consideren un conjunt d'accions a llarg termini que permeten un posicionament d'empresa responsable entre els seus competidors de mercat, i que els està donant efectivament resultats.

Residència Laia - <http://www.residencialaia.es>

Optimiza - <http://www.optimiza.com>





SALAS

SERVEIS IMMOBILIARIS

FUNDACIÓ SALAS

PER L'ACCESSIBILITAT

*“Accessibilitat
per a tothom”*

Sector d'activitat
Serveis de gestió immobiliària

Activitat de l'empresa
Gestió de promocions d'habitatges en diferents modalitats

Localitat
Rambla, 221 - 08202 Sabadell

Plantilla
50 (2006)

Facturació anual
Grup 50.000.000 euros (2006)

Pàgina web
Empresa: www.salasserves.com / Fundació: www.fundaciosalas.org

Responsable de contacte
Salvador Riera

Promotor de l'experiència
Bàsicament aquests temes són portats per la direcció general i el seu equip més directe segons les seves responsabilitats.

Àmbit Ressort
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

L'empresa Salas va ser creada l'any 1992 a Sabadell com una empresa de serveis immobiliaris especialitzada en la gestió de promocions per a comunitats de propietaris.

L'activitat de Salas neix amb la prestació d'un servei immobiliari integral, a partir de la definició d'unes necessitats d'habitatge que es generen i es detecten al seu entorn. El seu àmbit d'actuació ha estat circumscrit, des de l'inici, als nuclis urbans de les ciutats de Sabadell i Tarragona, per desenvolupar-se amb posterioritat a les àrees urbanes del Vallès i el Tarragonès (Terrassa, Sant Quirze, Castellar del Vallès, Salou, etc.)

La política d'empresa de Salas és la del compromís amb la clientela, afavorint-la en un aspecte tan important com és l'adquisició d'habitatge. Per aquesta raó Salas ha escollit un sistema com les comunitats de propietaris per desenvolupar la seva tasca, ja que aquestes aporten el màxim valor afegit a qui adquireix un habitatge. Així doncs, aspectes tan cabdals com són el preu a cost de construcció amb una molt bona relació qualitat / preu, la personalització de l'habitatge segons les preferències i necessitats del client, l'assoliment per part de la comunitat de propietaris del marge i el rendiment generat en el temps de la promoció, i el finançament hipotecari personalitzat, coadjuven per tal que el soci de la comunitat de propietaris aconsegueixi un producte d'alta qualitat en les millors condicions del mercat.

Un dels serveis més apreciats pels clients és el de la personalització dels habitatges, que permet adaptar l'habitatge a les necessitats reals dels clients. Aquest servei adquireix especial rellevància en el cas d'adaptacions d'habitatges per a persones amb algun tipus de discapacitat, quan aquest servei és una autèntica necessitat.

En aquest context, el desembre de 2004 es va crear la Fundació Salas per l'Accessibilitat, una entitat privada sense finalitat lucrativa, amb l'objectiu de promoure la investigació, difusió i aplicació de l'adaptabilitat dels habitatges i el seu entorn a persones amb discapacitats per fomentar-ne l'aplicació.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

La Fundació Salas és una entitat privada, sense ànim de lucre, orientada a desenvolupar accions que contribueixin a l'accessibilitat dels habitatges i el seu entorn per a totes les persones, independentment de les seves característiques físiques, psicològiques o mentals. La idea va ser crear una fundació de tipus no assistencial que treballés per millorar la qualitat de vida i l'autonomia de totes les persones, fins i tot amb discapacitat, en l'àmbit de l'habitatge i el seu entorn, amb l'ànim de millorar-ne la independència.

Fent un pas més enllà, i entenent que el coneixement és la base per a la construcció d'un món més amable per a tothom, en especial per a les persones amb discapacitat, van crear els Premis Accés, que volen promoure la realització d'investigacions interdisciplinàries, acadèmiques i professionals orientades a la recerca de solucions reals, creatives, integrals i de baix cost per a les necessitats d'aquest col·lectiu.

Data o període de l'experiència

Des de desembre del 2004.

Objectius

Tot ésser humà és candidat a patir una discapacitat. Es pretén doncs, promoure un estat d'opinió que entengui la discapacitat com una forma de limitació inherent a la mateixa condició humana. Sensibilitzar la població de la necessitat de prendre les mesures adequades quant a l'adaptabilitat dels habitatges i del seu entorn per garantir a les persones amb discapacitat el màxim grau d'autonomia possible i potenciar la seva integració social.

Fomentar la investigació en l'adaptació dels habitatges i el seu entorn per a persones amb discapacitat, entenent com a entorn de l'habitatge qual-sevol element que faciliti l'autonomia del discapacitat.

Difondre el resultat de les investigacions realitzades en el marc dels premis promoguts per aquesta fundació.

Impulsar l'aplicació de les propostes d'adaptabilitat de l'habitatge i el seu



entorn per a persones amb discapacitat, d'acord amb les investigacions fetes en el marc dels premis promoguts per la fundació.

Emetre al mercat el missatge que és necessari treballar amb aquests paràmetres.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

Malgrat que la Fundació Salas no es va plantejar mai a si mateixa com un element per tenir una determinada posició dins del mercat, sí que s'ha assolit un cert lideratge dins del sector lligat a l'activitat: la fundació és un reflex de la innovació i de la constatació que són capdavaners en l'aplicació de l'accessibilitat en les promocions.

Ha millorat totalment dins de l'organització l'actitud envers les necessitats de tercers, i ha permès reforçar l'orientació cap a la clientela.

La difusió de les activitats de la fundació ha contribuït decisivament en la difusió i coneixement de la marca, reforçant les accions que ja es fan des de la mateixa empresa.

També ha permès tenir una política clara d'RSC, i aquest desenvolupament ha propiciat l'elaboració de la memòria RSC i de sostenibilitat amb criteris GRI.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

El concepte d'accessibilitat acostuma a associar-se a les característiques arquitectòniques dels espais públics o privats; d'aquí que es parli de barreres d'accessibilitat com tots aquells obstacles que dificulten, entorpeixen o impedeixen a les persones discapacitades el seu lliure desplaçament i la seva funcionalitat.

No obstant això, a la Fundació Salas han volgut ampliar aquest enfocament entenent que accessibles han de ser-ho tots els espais, eines i sistemes amb els quals les persones interactuen en la seva vida quotidiana, independentment de les seves característiques físiques, psicològiques o mentals. D'aquesta manera, s'ha apostat per habitatges, edificis, barris i ciutats on totes les persones poden gaudir dels recursos i serveis disponibles. En aquest sentit, es volen apropar al concepte d'accessibilitat universal, que consisteix en «un conjunt de característiques que fan possible que qualsevol entorn, servei, sistema de gestió o manteniment es dissenyi, executi o sigui apte per al màxim nombre de persones possible en condicions de confort, seguretat i igualtat», com la defineix Fernando Alonso López en el *Libro verde de la accesibilidad en España*.

Garantir aquesta accessibilitat universal suposa incorporar en el disseny inicial dels espais, eines i sistemes, les necessitats de les persones amb discapacitat. La consecució d'aquest objectiu està íntimament lligat als recursos disponibles a aquests efectes, però més encara a la sensibilitat social respecte de la importància d'afavorir el desenvolupament de les persones amb discapacitat, repte que la Fundació Salas assumeix també com una de les seves fites.

A la Fundació Salas entenen que el coneixement és la base per a la construcció d'un món més amable per a tots, en especial per a les persones amb discapacitat. Per aquest motiu, a través dels Premis Accés, volen promoure la realització d'investigacions interdisciplinàries, acadèmiques i professionals orientades a la recerca de solucions reals, creatives, integrals i de baix cost per a les necessitats d'aquest col·lectiu.

D'aquesta manera, esperen contribuir al coneixement dels diferents tipus de discapacitat, de les seves necessitats concretes i de les diferents maneres de donar-hi resposta. Amb això pretenen incrementar el coneixement sobre la realitat que viuen milions de persones a tot el món.

Conscients que una de les principals barreres quotidianes per a les persones amb discapacitat són les característiques del seu habitatge, han optat per promoure la investigació específicament en aquest àmbit.

DESPESES

Pressupost anual de la fundació: 90.000 euros.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

La difusió de les activitats de la fundació, i en particular dels premis, ha estat àmplia, tant en mitjans tradicionals com per Internet. Així per exemple, la cerca específica "Premis Accés" al Google dona 1.920 enllaços en català i 305 en castellà.

A més d'aquesta difusió virtual, els principals diaris (*La Vanguardia*, *El Periódico*, *El País* i *El Punt*) s'han fet ressò dels premis i dels seus lliuraments. També han tingut presència en mitjans comarcals i gratuïts.

Amb tot, la Fundació Salas no es va plantejar mai a si mateixa com un element per tenir una determinada posició dins del mercat, ja que neix de la inquietud i de la convicció de l'empresa i de realitats personals properes.

Pel que fa als mitjans audiovisuals, s'ha comptat amb un reportatge de gairebé tres minuts a La nit al dia de TV3. A més de recollir la notícia en els diversos informatius i a la ràdio, s'han fet entrevistes a Catalunya Ràdio, COM Ràdio, Ràdio Estel i Ràdio Sabadell, entre altres.

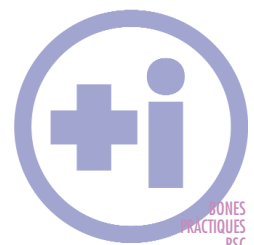
En qualsevol cas, es continua treballant fort per aconseguir que les activitats de la fundació assoleixin encara més difusió, pel que representen i no pel negoci que generen.

<http://www.fundaciosalas.org/>

<http://www.salasserveis.com/>

Entitats certificadores: <http://www.appluscorp.com/esp/html/web.html>

NOTA: S'annexa una nota de premsa sobre les seves activitats.





SET-AVET

*“La tradició
de la responsabilitat
o la responsabilitat
de la tradició”*

Sector d'activitat
Fabricació i venda tèxtil

Activitat de l'empresa
Fabricació i venda de gènere de punt interior

Localitat
Mataró

Plantilla
50 (2006)

Facturació anual
20.000.000 euros (2005)

Pàgina web
www.avet.es

Promotor de l'experiència
Esteve Vilaseca, director general
L'experiència, d'acord amb els contactes duts a terme amb l'Ajuntament de Mataró, s'han pivotat des de l'*staff* de l'empresa. En un segon estadi s'hi ha d'incorporar la resta de treballadors.

Àmbit Ressort
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Vilaseca, SA és una empresa familiar amb 50 anys d'antiguitat que ha mantingut l'objectiu d'arribar a òptims nivells de disseny i qualitat de roba interior per satisfer les necessitats de la clientela, que confia en les seves marques:

- Avet: roba interior per a senyora i nena.
- Set: roba interior per a home i nen.

Vilaseca, SA ofereix especialització, experiència i qualitat en moda íntima per a tota la família amb les marques Avet i Set, per a dones i homes, per a totes les edats, a través d'una innovació constant en pro de la gamma de productes, l'entorn saludable i el desenvolupament de les persones que hi treballen i de les empreses proveïdores i clientela, així com del foment de relacions permanents, durables i sostenibles en el temps amb totes les parts interessades tan internes com externes, amb una recerca de la proximitat vers elles i la defensa de la memòria històrica de la comunitat local i del sector.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

L'empresa Set Avet (Vilaseca, SA) va iniciar ara fa uns anys una estratègia de comportaments socialment responsables que ha anat acompanyada d'un augment de la competitivitat i la bona gestió interna. En aquest context, i en tant que pime de Mataró, l'empresa va ser contactada per l'IMPEM de Mataró per ser inclosa en un llibret de bones pràctiques en RSE en l'àmbit local. D'aquesta relació va aparèixer la possibilitat de fer un pas més endavant i plantejar-se la redacció d'un codi ètic de l'empresa que exposés tan internament com externament, per escrit i de manera explícita, aquells compromisos ètics en la gestió, producció i servei que l'empresa du a terme, i aquelles conductes de treball en els diferents processos que es consideren adequades.

Treballant conjuntament amb un assessor/consultor extern, l'*staff* de l'empresa ha anat perfilant a través de tallers interns un primer redactat del codi ètic que serà discutit amb el conjunt de la plantilla, que podrà opinar i elevar matisos i propostes en espais de reflexió conjunts que s'establiran *ad hoc*.

En aquests moments existeix ja un primer redactat del codi ètic que es posarà en breu a disposició pública de totes les empreses proveïdores, clientela i personal, a través de la pàgina web de l'empresa.

La publicitat i la posada a disposició del codi és un element central en la finalització del procés.

Data o període de l'experiència

El procés d'elaboració i consens per a la redacció del codi ètic es va iniciar el juny de 2006 i estarà llest a finals d'any.

Objectius

Donar coherència al conjunt de comportaments interns que es duen a terme de manera informal a l'empresa.

Establir quina ha de ser la conducta en les diferents àrees de l'empresa, tant pel que fa a l'*staff* com pel conjunt de treballadors i treballadores.

Millorar la relació i transparència amb empreses proveïdores i clientela (clientela/intermediaris i consumidor final).

Establir un compromís de conducta amb empreses proveïdores i clientela.

Establir un compromís de conducta amb el propi personal de l'empresa.

Es tracta d'un pas més en el conjunt d'actuacions que ja duen a terme (veure Bones Pràctiques – Mataró a la web de Ressort) entre les quals hi ha l'obtenció de la Certificació ISO-9001 des de maig de 1998.



RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

- Existència d'un codi ètic que és presentat públicament i posat a l'abast de tota la població a partir de la pàgina web de l'empresa.
- Millora en la transparència interna amb la plantilla.
- Millora de l'ambient de treball entre els treballadors i treballadores a l'existir un compromís recíproc de conducta entre els diferents col·lectius de l'empresa.

Es fa difícil especificar en quin grau els beneficis empresarials hi guarden una relació directa, però el principal valor estratègic és la major satisfacció i confiança per part de la clientela i empreses i entitats proveïdores, fet que assegura un millor posicionament de l'empresa i en garanteix millor la sostenibilitat i desenvolupament.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

- Codi ètic publicat a la web que permet a la població, clientela i empreses i entitats proveïdores conèixer el tarannà i conductes internes i externes de l'organització.
- Exemplificar la necessitat de transparència en la conducta de les pimes com a factor de competitivitat i confiança en l'empresariat català. Que estigui expressat per escrit és un compromís públic que dóna confiança als consumidors sobre el tipus d'empresa que hi ha darrere del producte.
- Respecte a la legalitat vigent i a la lliure competència al mercat.
- Establiment de lligams i comunicació permanent amb les administracions públiques locals.

DESPESES

Quines despeses ha suposat aproximadament la implantació de la bona pràctica?: l'acció d'assessorament i consultoria requerida ha estat finançada per l'IMPEM (Institut Municipal de Promoció Econòmica de Mataró). El cost per a l'empresa s'ha reduït al cost empleat per l'staff a les diferents reunions i tallers realitzats per a la redacció del codi ètic. No es preveu que la mesura representi un sobrecost per a l'empresa.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Encara no hi ha hagut res més enllà del compromís que surti a l'empresa. Probablement es presentarà l'acció en alguna de les jornades dutes a terme per l'IMPEM de Mataró.



No hi ha hagut, des del punt de vista comunicatiu, una voluntat de centrar la imatge en els seus aspectes de referència a la responsabilitat social. Es consideren un conjunt d'accions a llarg termini que permeten un posicionament d'empresa responsable entre els seus competidors de mercat.

www.avet.es
Certificació ISO 9001 - www.aenor.es
Ètia - www.etia.biz





TORRIBERA COMPLEX ESPORTIU - SPORT BID

“L’acció social enriqueix com a empresa”

Sector d’activitat
Activitats esportives

Activitat de l’empresa
Activitats esportives a l’aire lliure

Localitat
Santa Coloma de Gramenet

Plantilla
15 (2007)

Facturació anual
250.000 euros (2007)

Pàgina web
www.sporttorribera.com

Promotor de l’experiència
Manuel Valcárcel, director tècnic

Àmbit Ressor
Comunicació i transparència

DESCRIPCIÓ DE L’EMPRESA

Torribera és un complex esportiu municipal de Santa Coloma de Gramenet la gestió del qual s’ha delegat a l’empresa Sport Bid des del 2003.

Es tracta d’un complex esportiu d’activitats a l’aire lliure instal·lat a la serralada de Marina i envoltat d’uns magnífics paisatges. S’especialitzen en futbol sala, tennis, pàdel, frontó, tir amb arc i BTT.

La gestió del complex es fonamenta en la promoció del bon clima de treball i la conciliació de la vida professional i laboral dels treballadors i treballadores, entenent que són valors essencials per garantir un bon servei.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

L'acció social en la visió estratègica

Data o període de l'experiència

Les bones pràctiques en responsabilitat social empresarial (RSE) en la gestió del complex esportiu Torribera se centren en l'acció social i, dins d'aquest àmbit, en l'ajut a la inserció de persones discapacitades.

Des de Torribera col·laboren amb diverses associacions, fundacions i centres.

En primer lloc, tenen un conveni amb la Fundació Tallers de Catalunya per ajudar a la inserció laboral de persones discapacitades. Sota aquest marc de col·laboració han acollit personal en pràctiques de treball de manteniment monitoritzades (tant per personal de Torribera com per monitors i monitores de la fundació) i tenen contractat el manteniment de la jardineria amb aquesta entitat.

Altrament, col·laboren amb el programa d'acollida de nens i nenes sahrauís de l'Associació d'Amics del Poble Sahrauí de Santa Coloma. Dins d'aquest programa, l'Ajuntament dona una subvenció perquè aquests nens i nenes participin en les activitats de lleure del complex de Torribera. Per la seva part, des del complex hi col·laboren aplicant uns preu solidaris descomptant el 25 % del preu restant, que repercuteix sobre la família d'acollida.

A Torribera també col·laboren amb la xarxa de Centres Assistencials Doctor Emili Mirà i López (CAEM) de Santa Coloma de Gramenet. Han adquirit el compromís de cedir-los les instal·lacions perquè les persones internes puguin realitzar activitat física un cop a la setmana. Paral·lelament també han organitzat esdeveniments esportius puntuals d'aquest centre, com el torneig mundial de futbol en què participa el CAEM.

Per acabar, Torribera patrocina activitats de la Caravana Acció Solidària a l'Àfrica Occidental, així com també han cedit infraestructures per a activitats relacionades amb l'ONG.

Objectius

Actuar amb ètica i coherència a l'hora de desenvolupar la imatge del centre.

Motivacions

Col·laborar amb entitats arrelades a Santa Coloma de Gramenet.

Visió i vinculació estratègica

La visió de Torribera és constituir un espai de conciliació i tolerància on es pugui gaudir, relaxadament, d'activitats a l'aire lliure. L'acció social, juntament amb la solidaritat i cordialitat interna entre la plantilla, configuren els valors que es volen transmetre des del complex.

Fundació Tallers

és una entitat privada sense ànim de lucre orientada a la inserció laboral de les persones discapacitades.

La raó de ser de la **Caravana Solidària** a l'Àfrica occidental és el transport de material d'ONG catalanes amb projectes al Marroc, Mauritània, el Senegal, Gàmbia i Guinea-Bissau per contribuir a pal·liar les mancances en matèria de salut, escolars i formatives i d'infraestructures que s'hi detecten.

L'**Associació Catalana d'Amics del Poble Sahrauí**, amb delegació a Santa Coloma de Gramenet, acull cada estiu infants sahrauís que conviuen amb famílies catalanes.

Els **Centres Assistencials Dr. Emili Mira i López** (CAEM) són una xarxa pública de serveis sanitaris de salut mental i socio-sanitaris que, mitjançant la tasca especialitzada d'atenció a les persones amb malalties mentals i amb trastorns cognitius, treballa amb la comunitat per mantenir aquests ciutadans i ciutadanes en el seu si, amb el màxim nivell d'autonomia, afavorint sempre la coresponsabilització de les famílies.



“Intentem actuar amb ètica i coherència a l’hora de desenvolupar la imatge del complex”

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l’empresa

[Empresa] Es crea valor, prestigi i bon clima laboral.

[Empleats] Estan satisfets amb l’entorn i les condicions en el lloc de treball, sentiment que augmenta l’autoestima i la implicació.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] Es beneficia directament de les col·laboracions de Torribera amb entitats de caire social.

[Parts interessades] La clientela capta els valors que es volen transmetre des del complex i gaudeixen de l’entorn i la qualitat del servei que se’ls ofereix.

En resum: “L’acció social és un benefici directe per a la societat, crea empatia i benestar entre els usuaris i les usuàries i augmenta l’autoestima dels treballadors i treballadores; en definitiva, enriqueix l’empresa.”

DESPESES

Afronten el patrocini i l’acció social com una despesa en màrqueting que ajuda a fer que l’empresa creï una imatge de prestigi i contribueixi a la millora social. Estimen que destinen aproximadament un 10 % dels ingressos al conjunt d’aquestes activitats.

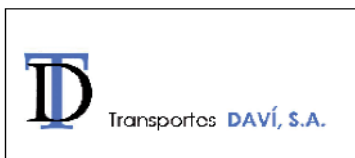
COMUNICACIÓ I ÈXITS

Només realitzen accions internes de difusió de les activitats d’RSE, però acaben d’establir un marc de col·laboració amb la revista de Santa Coloma de Gramenet SÓC per tal de difondre les novetats relacionades amb el complex esportiu.

També tenen previst incloure explícitament l’RSE a la seva pàgina web.



Fundació Tallers de Catalunya - www.ftcat.org
 Associació Catalana d’Amics del Poble Sahrauí- www.sahara-acaps.org
 Centres Assistencials Dr. Emili Mira i López (CAEM)- www.diba.es/torribera/default.asp
 Caravana Solidària Àfrica Occidental - www.caravanasolidaria.org



TRANSPORTES DAVÍ

*“Organització
i principis”*

Sector d'activitat

Transports

Activitat de l'empresa

Transports de mercaderies per carretera

Localitat

Terrassa

Plantilla

38 (2007)

Pàgina web

www.transportesdavi.com

Promotor de l'experiència

Josep Daví Casas, administrador

Àmbit Ressor

Medi ambient, Salut i seguretat

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Transportes Daví és una empresa de transports fundada a Terrassa el 1939 per Pere Daví Salvó.

L'empresa està especialitzada en el transport per carretera de tot tipus de mercaderies, també de mercaderies perilloses, modalitat ADR (acord internacional europeu per al transport de mercaderies perilloses per carretera basat en recomanacions de l'ONU).

És una de les principals empreses del sector a Barcelona, amb un moviment diari de més de 100 vehicles pesants i més de 600 tones de mercaderies. Disposen d'unes instal·lacions de 25.000 m².

L'àmbit d'actuació és continental i disposen de set delegacions a tot Espanya.

Des del primer moment han mantingut interès per la qualitat en les seves activitats. Van ser pioners en el sector, en l'aplicació de l'ISO9001 de certificació de la qualitat, l'any 1998, i també en l'aplicació de l'ISO14001 en gestió del medi ambient, l'any 1999.

En aquest sentit han estat registrats com a empresa EMAS. Aquest registre reconeix les empreses que milloren contínuament el comportament mediambiental, així com avaluen periòdicament els sistemes.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Data o període de l'experiència

Encara que Transportes Daví sempre ha tingut en compte el comportament ambiental i la qualitat, en podem situar l'inici a l'any 1998, any en què l'empresa va passar a certificar-se en l'ISO 14.001 i ISO 9001. Posteriorment va anar ampliant la visió de la seva responsabilitat davant la societat i les diferents parts interessades, i va col·laborar en diferents iniciatives de promoció de la qualitat i la cura pel medi ambient. Actualment estan aplicant, dins del marc de les bones pràctiques, un programa de mesura de l'impacte mediambiental al transport que esperen acabar abans del final de l'any 2007.

Motivacions

Les motivacions que té l'empresa no són pas comercials ja que, segons consideren, moltes de les certificacions no aporten cap benefici o, en qualsevol cas, aquest esdevé difícil de mesurar. Per tant, les motivacions vénen de l'aplicació de principis personals de la gerència: el gerent de l'empresa no només aplica aquests valors a la seva empresa, sinó que ha participat en diverses iniciatives de caire públic amb l'Ajuntament.

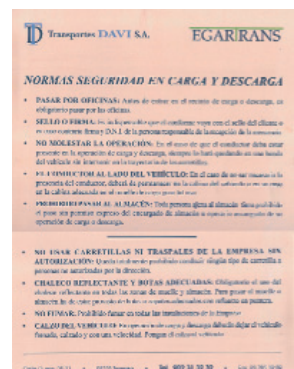
Accions, fases del procés i participants

Com ja s'ha comentat, la primera acció va ser d'implantació de l'ISO 9001 de certificació de la qualitat l'any 1998 i també de l'aplicació de l'ISO 14.001 en gestió del medi ambient, l'any 1999.

L'any 2000 van col·laborar juntament amb altres empreses i la Generalitat de Catalunya en l'elaboració de la *Guia per a la implantació de sistemes de gestió de la qualitat en pimes de transport*.

Seguint les recomanacions de l'ISO 9001, l'empresa ha elaborat un manual del conductor amb les normes de seguretat adaptades a l'empresa. Al manual s'assenyalen quines són les conductes i accions que cal evitar i quins són els riscos que poden patir els conductors. Aquests manuals s'entreguen a tots els transportistes (la gran majoria autònoms) que treballen per a l'empresa. També se'ls lliura una carpeta amb tota la informació resumida (vegeu la imatge 2).

A més, el gerent de l'empresa forma part de la Comissió d'Infraestructures de l'Ajuntament de Terrassa i ha participat en nom de l'empresa en diverses iniciatives dins el projecte AGATA. El projecte AGATA, finançat pels fons FEDER, és una eina pensada per millorar els desplaçaments als polígons industrials de la zona sud de Terrassa. El febrer de l'any 2006, dins del marc d'AGATA, es va fer una prova pilot finançada per entitats públiques (l'Ajuntament, TMB i la Unió Europea) d'una nova línia de bus-llançadora que connectés els polígons del sud, Can Palet i Can Parellada amb l'estació de FGC de Les Fonts. No obstant això, la iniciativa no va tenir èxit i va ser abandonada a causa del poc ús que en feien els treballadors i treballadores.



Imatge 2. Portada de la carpeta amb les normes de seguretat

El projecte **ÀGATA** i el portal homònim són una eina pensada per millorar els desplaçaments a la feina, als polígons industrials de la zona sud de Terrassa.

Ofereix al visitant les opcions de transport públic que té una persona per anar d'un punt a un altre de la ciutat, mapes dels polígons, informació sobre el temps de desplaçament, un servei per compartir cotxe privat i altres possibilitats.



*“Hem participat
en la Comissió
d’Infraestructures
de l’Ajuntament
de Terrassa
per implantar
el projecte AGATA”*

Una altra iniciativa dins del mateix projecte AGATA és el cotxe compartit. El servei consisteix a facilitar la trobada de persones que estiguin interessades a compartir el vehicle privat a l’hora de fer un viatge. Segons l’empresa aquesta iniciativa tampoc ha tingut èxit, i només un dels treballadors va utilitzar en una única ocasió aquest servei, tot i que l’empresa continua tenint implantat el sistema.

Per últim, el mes de desembre iniciaran una auditoria amb una subvenció de la UE per mesurar i reduir les emissions de CO² a l’atmosfera. Esperen que l’auditoria estigui acabada abans de finals d’any.

Objectius

L’objectiu és tenir una bona organització de l’activitat indistintament de la necessitat de certificacions. També ho és la reducció de la contaminació, però cap certificació pot controlar ni valorar aquestes emissions perquè en molts casos depenen de variables exògenes com poden ser el vent en el consum de combustible o l’emissió de CO². Per tant, cal que siguin els principis que té l’empresa el que marqui la política mediambiental o de qualitat, i no que s’imposi des de fora.

Com afecta altres parts interessades, empreses proveïdores, etc.

Consideren que és difícil aplicar mètodes per reduir la contaminació. Primer perquè no hi ha gaire interès en general, segon perquè la gent busca l’eficiència individual i tercer perquè, com s’ha comentat en l’apartat anterior, la quantificació és difícil. Respecte al primer, ens comenten que cap dels clients ha demanat mai cap tipus de certificació ni de gestió de qualitat mediambiental. Respecte al segon, la gent continuarà utilitzant el vehicle privat mentre sigui més eficient que el públic, i actualment en termes de comoditat i qualitat de vida el privat supera de llarg el públic. En el tercer punt indicàvem que la quantificació és difícil ja que, com hem dit, les mesures de consum de combustible depenen de variables exògenes que no es poden controlar.

Visió i vinculació estratègica

El benefici econòmic i les bones pràctiques en responsabilitat social no estan estrictament relacionades, ja que en qualsevol cas aquests beneficis serien difícils de quantificar. Tot i que l’estudi de l’empresa en l’impacte mediambiental comporti, com a conseqüència, una reducció de l’ús del gasoil, principal despesa del transport, comenten que el plantejament general de la responsabilitat social i la integració d’una política social en la dinàmica empresarial productiva és un tema actualment pendent. La visió, com ja s’ha comentat, es basa en principis personals aplicats al funcionament de l’activitat.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l’empresa

[Empresa] A part de la subvenció de la Unió Europea per al projecte de

reducció del CO², la resta de beneficis són molt difícils de quantificar.

No obstant això, creuen que, si hi ha hagut beneficis, aquests han estat molt petits.

[Empleats] Els serveis de transport públic o col·lectiu del projecte AGATA significaven una pèrdua de comoditat per als treballadors i treballadores, i per això l'ús que n'han fet ha estat pràcticament nul.

A nivell de seguretat al lloc de treball, tampoc es pot quantificar si hi ha hagut una reducció dels accidents.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[Societat] La reducció de l'impacte mediambiental probablement és el benefici més evident, tot i que, com hem comentat, les mesures en aquest aspecte són molt complicades d'aplicar.

[Parts interessades] Els clients no han mostrat gaire interès per les diferents accions o certificacions.

En resum: “Els principis personals, la interiorització i sensibilització, i no les certificacions, fan les bones pràctiques.”

DESPESES

Les relatives a la contractació d'auditors externs per dur a terme l'auditoria de reducció d'emissions de CO² (3.500 euros), així com també la desviació de recursos propis –personal i temps- per donar suport a aquests auditors.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Són presents en els diversos estudis i llibres en què han participat, com la *Guia per a la implantació de sistemes de gestió de la qualitat en pimes de transport*.

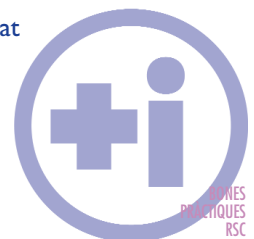
Web de Transportes Daví - <http://www.transportesdavi.com>

Club EMAS (associació d'organitzacions registrades EMAS a Catalunya) - <http://www.clubemas.cat>

Guia per a la implantació de sistemes de gestió de la qualitat en pimes de transport (any 2000)

http://www.l0.gencat.net/ptop/binaris/ISO9001_tcm32-11690.pdf

Projecte AGATA de l'Ajuntament de Terrassa - <http://agata-terrassa.org>





VERTISUB

*“Tot és
en l'esser humà”*

Sector d'activitat
Construcció

Activitat de l'empresa
Realització d'obres en els sectors
de la construcció, indústria i telecomu-
nicacions; especialitzats en treballs
considerats de risc

Localitat
Ripollet

Plantilla
90 (2006)

Facturació anual
8.000.000 euros (2006)

Pàgina web
www.vertisub.net

Promotor de l'experiència
Pilar Almagro, directora general

Àmbit Ressort
Igualtat i conciliació, Gestió de la diversitat,
Salut i seguretat

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Vertisub neix a Ripollet el 1990 i inicialment l'empresa s'especialitza en la regeneració de formigó en obra civil. Actualment realitzen obres en els sectors de la construcció, la indústria i les telecomunicacions, i estan especialitzats en treballs considerats de risc. Dissenyen i apliquen solucions d'accés i seguretat tant en obra pública com en obra privada.

La gran preparació tècnica en aquest camp els ha portat a convertir-se en un referent social pel que fa a seguretat laboral, i compten amb una enginyeria especialitzada en la instal·lació de línies de vida, un departament de formació en seguretat i una empresa del grup destinada a la R+D+I que investiga per crear productes i tècniques que donin solucions a problemes operatius.

Prenent com a base l'obligació empresarial de l'obtenció de beneficis, aposten per la generació d'un avantatge competitiu reproducible per la pròpia empresa en els seus processos de creixement, i sostenible a llarg termini. Aquest avantatge competitiu es fonamenta en l'augment de capacitats de la companyia i, per tant, de les persones integrants, dels mitjans i dels mètodes.

Per a Vertisub els seus principals actius són la competència i el talent dels seus treballadors i treballadores, i la seva cultura empresarial, entesa aquesta darrera com el conjunt de coneixements que permeten el desenvolupament del judici crític.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Sinèrgies entre el desenvolupament empresarial i el desenvolupament personal

Data o període de l'experiència

El sector de la construcció és un sector amb una elevada proporció de treballadors immigrants, de col·lectius desfavorits o en risc d'exclusió. En aquest context, Vertisub no només aposta per la seva contractació, sinó que a més contribueix a la seva formació i desenvolupament tant professional com personal. Aquesta composició de la plantilla és un factor clau a l'hora d'interpretar les bones pràctiques que es descriuen.

En aquest àmbit, cal destacar l'obtenció de la menció especial en els premis a la qualitat social de la Generalitat de Catalunya, concretament per la seva tasca en matèria d'inserció laboral de col·lectius en risc d'exclusió.

Per a Vertisub, l'empresa són les persones que la componen, i l'actitud d'aquestes envers el treball és l'actitud de l'empresa envers la seva activitat. A Vertisub fomenten el coratge i l'elegància entesos com a llibertat de decisió per triar amb coneixement de causa.

En aquest sentit volen que els treballadors i treballadores tinguin total llibertat de decisió i que dintre d'aquesta llibertat decideixin entendre com un tot els assoliments professionals i personals. Volen que els treballadors i treballadores siguin i se sentin participants dels assoliments i bon funcionament de l'empresa, a l'hora que aquests reptes professionals formin part de la vida personal de cada treballador i treballadora.

Realitzen un gran esforç de formació en els treballadors i treballadores, començant per la seguretat, que és un element del tot essencial i necessari en el sector en què treballen. Però també intenten forjar un caràcter valent, amb iniciativa, honest i amb ganes constants de millora.

Amb la finalitat de transmetre llibertat als treballadors i treballadores per viure amb elegància, realitzen una actualització anual del currículum de cada persona. Hi inclouen les obres i categories en què ha treballat, així com els cursos a què ha assistit i els coneixements que ha adquirit. Aquesta és una pràctica que en el món de la construcció pren una altra dimensió i major rellevància, ja que normalment el personal del sector no té un recull detallat de la progressió, fites i creixement professional. Si a més tenim en compte els col·lectius desfavorits, es tracta d'una pràctica altament valuosa per als treballadors i treballadores. Els treballadors saben que poden marxar en qualsevol moment i que disposaran d'un document que acreditarà les seves capacitats personals i tècniques.

Una altra pràctica orientada al personal consisteix a contactar amb els professionals mèdics i jurídics adequats per tal d'oferir la possibilitat de formar part del programa de donació d'òrgans i de la realització d'un testament vital que reculli les seves voluntats. Tot aquest procediment es realitza amb la protecció de dades corresponent i a partir de les tramitacions legals adequades. Amb aquesta pràctica volen donar tranquil·litat al treballador i treballadora no només en el present, sinó també en cas de mort.



*“L’empresa
són les persones
que la componen”*

Impacte empresarial

En la construcció, en activitats considerades de risc, la seguretat no és una alternativa empresarial, sinó que es tracta d’una obligació i d’una necessitat.

Mosquetón y Pluma de Oro

Des de ja fa diversos anys, Vertisub celebra anualment l’entrega dels premis Mosquetón y Pluma de Oro. Els premis consisteixen en el reconeixement al disseny i desenvolupament d’un projecte per part d’un treballador, que sigui innovador per la seva aplicabilitat en el lloc de treball i per la seva eficiència comprovada.

En termes de conciliació laboral, a Vertisub tenen la filosofia d’intentar gaudir conjuntament de la vida personal i de la professional. Entenen que es dediquen moltes hores al dia a treballar com per pretendre que la vida laboral i professional estiguin totalment dissociades. Amb aquesta finalitat disposen, per exemple, d’un calendari col·lectiu en què cadascú pot apuntar les activitats i dates especials, en què inclouen, entre d’altres, els aniversaris dels fills. Evidentment es tracta d’una activitat totalment voluntària.

Amb la mateixa finalitat, el recinte queda obert perquè pugui anar-hi qui vulgui en el moment que vulgui, ja sigui per treballar, estudiar o realitzar una activitat aliena a la feina però que es fa més de gust al lloc de treball. El seu personal també gaudeix de períodes d’excedència per dedicar-se a altres activitats o simplement al descans.

Cal afegir, en relació amb la conciliació, que no tenen cap programa específic, però donen les facilitats necessàries a aquells persones de la plantilla que vulguin estudiar i compaginar els estudis amb la vida laboral.

Objectius

A partir d’una percepció dual de la realitat -objectius humans i empresarials-, volen aprofundir en les sinèrgies d’ambdues realitats per compatibilitzar-les de la manera més beneficiosa possible per a la consecució de les dues finalitats simultàniament.

Motivacions

Progressar, ser més i millorar. Sota la perspectiva humanista implica que les persones tinguin l’entorn adequat per progressar, ser més i millorar.

Visió i vinculació estratègica

A Vertisub l’RSE, tal com l’entenen, forma part de la visió i estratègia de l’empresa. Per això han aplicat la metodologia SGE2I d’integració de l’RSE a la gestió, tenen una política de qualitat i responsabilitat social i un codi ètic que es poden consultar a la seva pàgina web. A més, han creat un comitè d’ètica intern que està a disposició de tota la plantilla, la clientela i les empreses proveïdores.

Com tots els aspectes referents a l’estratègia, tot és per escrit, signat i amb planificació tant a curt com a llarg termini.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l’empresa

[Empresa] Crear riquesa. Gaudeixen de la implicació dels treballadors i treballadores, d’un producte de qualitat i d’uns beneficis per sobre de la mitjana del mercat.

[**Empleats**] Se'ls ajuda a forjar el caràcter, al plantejament de reptes i consecució d'objectius, a actuar amb llibertat i a treballar en un entorn amb transparència.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

[**Societat**] L'actitud i caràcter dels treballadors i treballadores permet la millora contínua, i en aquest sentit es contribueix a fer que la societat avanci.

[**Parts interessades**] Encerten amb els clients que obtenen el que volen o fins i tot més, i donen feina de qualitat als proveïdors.

En resum: "L'empresa i el personal milloren conjuntament."

DESPESES

Parteixen de la disciplina financera i el rigor en la gestió i tenen estrictament quantificades les despeses -fins hi tot quantifiquen en termes de reunions dedicades a cada temàtica-.

Dins d'aquest context, tota inversió de recursos ha de portar associat un benefici quantitatiu o qualitatiu i, com que l'RSE està estretament vinculada a l'estratègia empresarial, entra a valoració en termes de cost-benefici. Entenen també per beneficis les millores socials preteses o les contribucions per difondre les bones pràctiques en termes de seguretat, per exemple.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

Assumeixen el compromís, explícit en la seva política d'RSE, de col·laborar amb diverses entitats en termes de comunicació i difusió de les seves pràctiques en RSE.

Així, formen part activa de patronals, universitats i organitzacions internacionals del sector, i participen en ponències, col·loquis o redacten articles per a l'UPC, el PIMEC, ISE Madrid, IESE, l'Associació Espanyola d'Ergonomia, l'ISTAS, l'INSHT, amb què col·laboren com a experts, o el CIDEM, entre d'altres.

VI Congreso Internacional de Prevención de Riesgos Laborales - www.prevencionintegral.com/orpconference
 Associació Espanyola d'Ergonomia - www.ergonomos.es
 ISTAS (Institut Sindical de Treball, Ambient i Salut) - www.istas.net
 INSHT (Institut Nacional de Seguretat i Higiene al Treball) - www.mtas.es/insht





VIENA ESTABLIMENTS VIENA, SA

*“L’empresa
que concilia
vida personal
i laboral és
més competitiva”*

Sector d’activitat
Restauració

Activitat de l’empresa
Cadena d’establiments d’entrepans (22 locals) i pizzeries restaurant
(3 locals)

Localitat
Sabadell (central)

Plantilla
1.130 el 2006 (reivindiquen una estructura de pime)

Facturació anual
47.000.000 euros previsió (2006)

Pàgina web
www.viena.es

Promotor de l’experiència
L’experiència es considera fruit de l’esdevenidor natural de l’empresa, tenint en compte que aquesta prové de l’àmbit familiar. La majoria de les accions han estat plantejades des de Recursos Humans en contacte amb els treballadors.
D’altra banda, es realitzen reunions trimestrals a cada local, a les quals assisteixen la plantilla, el supervisors, el gerent del local i la direcció, per escoltar i plantejar elements de millora, entre els quals s’inclouen els esmentats anteriorment.

Àmbit Ressor
Igualtat i conciliació

DESCRIPCIÓ DE L’EMPRESA

El ja tradicional eslògan “Per menjar bé, bo i ràpid” identifica molt bé els valors que caracteritzen la companyia des de fa més de 30 anys i que encara avui es mantenen: donar un bon producte, en un lloc agradable i net i amb un servei ràpid i amable.

L’any 1969 es funda el Viena amb l’obertura d’un petit establiment al Vallès Occidental. Des del primer moment, la filosofia va ser clara: oferir el millor producte i el millor servei amb l’únic objectiu de tenir una clientela satisfeta.

Així va néixer el lema “Per menjar bé, bo i ràpid”. Des d’aleshores i fins ara, Establiments Viena ha anat creixent com a empresa i ha ampliat la seva xarxa de locals fins a consolidar-se com una de les empreses líder a Catalunya.

El compromís de fer les coses ben fetes es manté com el primer dia. I amb la voluntat de controlar l'evolució de l'empresa s'ha renunciat a fórmules de creixement ràpid com la franquícia. L'aposta del Viena és aconseguir una clientela fidel i satisfeta a llarg termini.

L'any 2002 va ser una fita en la història del Viena, amb la inauguració de la seu central de Can Roqueta (Sabadell), on s'ubiquen les instal·lacions de fabricació d'embotits, la central logística i les oficines centrals. Aquest nou espai de treball fa possible la consolidació de l'estructura humana i productiva per afrontar el futur amb garanties d'èxit i per poder créixer sense perdre la imatge de qualitat que ens identifica, la imatge de "fer les coses ben fetes" que ens ha caracteritzat durant els més de 30 anys d'història.

DESCRIPCIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

Els establiments Viena van iniciar el 2003 un procés cap a la conciliació laboral i personal de diferents col·lectius de la seva plantilla de manera planificada i estructurada, específicament joves, persones amb algun tipus de discapacitat i dones que han patit maltractaments, tot i que els conjunt de mesures són aplicables a totes les persones que treballen a l'empresa.

De manera específica, però, destaquen:

[Conciliació i Gestió de la diversitat] Els horaris als locals estan estructurats per torns, però la plantilla pot exposar a les persones responsables de gerència si hi ha algun problema, i s'explicita la voluntat d'adaptar-se al màxim a les necessitats horàries de la plantilla, en concret:

- Joves: la plantilla de l'empresa compta amb moltes persones joves estudiants, que poden demanar setmanes lliures per estudiar i no treballar abans d'exàmens, i a la vegada poden augmentar el nombre d'hores en períodes concrets si així ho pacten (per exemple durant les vacances d'estiu i/o hivern). Es produeixen canvis de jornada (de completa a temps parcial) de manera ràpida i corrent.
- L'empresa ofereix la Beca Viena per a plantilla estudiant (especialment joves). Per tal d'incentivar-ne la formació i fidelització, l'empresa dona 500 € als treballadors que fa com a mínim un any que són a l'empresa i que presentin totes les assignatures aprovades dels estudis que estiguin efectuant. Si el nombre d'assignatures aprovades és la meitat, la beca també es redueix a la meitat.
- Viena col·labora amb escoles de persones amb discapacitat, especialment psíquica, i ofereix llocs de treball tutoritzats inicialment per l'escola d'origen. Un cop dut a terme el procés d'adaptació, aquests treballadors i treballadores són seguits per part de la gerència de cada local. Se supera el 2 % exigít per llei.



- Dones que han patit maltractaments: Viena ofereix períodes d'excedència si les treballadores ho demanen, canvis de local immediat, canvis de jornada i torns, i tots aquells permisos que s'estimen necessaris.

Aquestes actuacions es troben regulades al conveni (se n'adjunta el text específic).

Data o període de l'experiència

Les mesures de conciliació personal i familiar van començar a implantar-se de manera lenta i progressiva, però des de l'any 2003 es comença a treballar en aquest sentit de manera planificada i estructurada.

Objectius

En el marc d'una filosofia d'empresa familiar que no s'ha volgut deixar perdre malgrat l'augment de volum i negoci de l'empresa, els objectius d'aquestes actuacions han estat bàsicament quatre:

- Intentar fidelitzar la plantilla en un mercat d'alta rotació.
- Augmentar la competitivitat en el mercat en la selecció de personal a partir d'elements no únicament salarials.
- Reduir l'absentisme laboral.
- Augmentar la productivitat del personal.

RESULTATS OBTINGUTS

Beneficis per a l'empresa

- La rotació de personal ha baixat, encara que de manera moderada.
- L'absentisme laboral s'ha reduït també moderadament.
- Millora de la satisfacció de la plantilla. L'última enquesta de satisfacció laboral revela un nivell de satisfacció del 77 %.

Beneficis per a la societat i les parts interessades

- Millora de la formació de les persones joves en edat laboral.
- Millora de les condicions i capacitat d'acció del col·lectiu de dones que han patit maltractaments.
- Millora de la conciliació laboral i personal.

DESPESES

No s'han quantificat, s'ha fet de forma progressiva sense tenir en compte costos monetaris, malgrat que ha comportat la necessitat, sobretot, d'ajustar elements d'organització interna.

En qualsevol cas, les actuacions es donen de manera molt personalitzada i no s'ha fet mai un seguiment global del cost que aquestes hagin pogut tenir, que no es considera especialment rellevant pels objectius que persegueix.

COMUNICACIÓ I ÈXITS

En primer lloc cal destacar que les actuacions dutes a terme no es plantegen com un element d'estratègia corporativa de posició de l'empresa al mercat.

Les actuacions han estat recollides, juntament amb altres, molt recentment en el llibret *Les 6 C de la conciliació* de la Generalitat de Catalunya, que pretén ser un mètode de gestió del temps per a les empreses per tal que aquestes puguin elaborar el seu propi pla de conciliació adaptat a les necessitats de la seva empresa.

De resultes d'aquesta tasca anterior es va realitzar una jornada de treball amb el Departament de Treball i Indústria.

L'experiència ha estat difosa per TV3, en televisions locals i en algun diari local (*El Punt*).

Establiments Viena - <http://www.viena.es>





**Diputació
Barcelona**

**Àrea de Desenvolupament
Econòmic**

Servei de Teixit Productiu
Travessera de les Corts, 131 - 159
Recinte Maternitat - Pavelló Mestral
08028 Barcelona
Tel. 934 022 524
Fax 934 022 523
s.teixitprod@diba.cat
www.diba.cat