

Estudio de identificación de buenas prácticas en Responsabilidad Social en las PIMES de Mataró

Equipo editorial

Dirección: Instituto Nóos

Edición: Iván Carballido

Textos: F. Xavier Agulló

Corrección de textos: Ferran Llauredó

Diseño y compaginación: Iván Carballido

Producción: Grupo Gráfico

© MMVI-CALLIOPE PUBLISHING

Reservados todos los derechos. Queda prohibida, sin autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo público.

Impreso en Barcelona

Prólogo

El año 2003 el IMPEM inició sus primeros pasos en el tema de la Responsabilidad Social, a la que añadimos la O (RSO) de organizaciones, dado que creemos que la empresa privada, el tercer sector, la Administración pública y la propia sociedad estamos involucrados.

Por ello, el IMPEM ha asumido la tarea de informar, sensibilizar, formar e implicar en RS a todas las organizaciones. El año 2003 llevamos a cabo las primeras acciones de sensibilización y formación. El año 2004 llevamos a cabo un estudio que nos permitió medir el nivel de responsabilidad social de las empresas de la ciudad y preidentificar empresas que tenían un nivel importante de prácticas socialmente responsables. El año 2005 nos incorporamos como socios de la Iniciativa Comunitaria, proyecto EQUAL RESSORT, liderado por la Diputación de Barcelona y que nos ha dado herramientas y método para dar forma al proyecto que teníamos iniciado.

Fruto de la colaboración que el IMPEM ha mantenido siempre con la empresa, hemos editado un libro en el que se definen 12 buenas prácticas en diferentes ámbitos y en empresas de diferentes sectores. La finalidad del mismo es darlas a conocer a fin de demostrar que ser responsable forma parte de la filosofía de hacer empresa sostenible, que no es sólo un elemento de marketing, que también los trabajadores y trabajadoras en régimen de autónomos pueden ser responsables, que esto es lo que diferencia y da valor añadido a unas empresas y no a otras. En definitiva, todo aquello que a la larga debe influir en el consumidor y consumidora final.

Empresas que se plantean la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de sus componentes, que escogen a sus proveedores y les exigen una ética en sus relaciones comerciales, que dan la oportunidad de que sus trabajadores y trabajadoras participen en un proceso de formación continuada, que buscan la mejor manera de comunicarse con sus colaboradores (personal, clientes, proveedores...) y, en definitiva, que son competitivos y generan beneficio, precisamente porque están comprometidos en el territorio dónde están ubicados y con sus recursos humanos, el bien más valioso de toda entidad: la denominada gestión del conocimiento y la diversidad.

Éste quiere ser una primera publicación para animar a las empresas que ya tienen acciones responsables a que nos lo hagan saber, y aquellas que quieren tenerlas, deben saber que las podemos asesorar.

Agradecemos la colaboración de todas las empresas, entidades, técnicos y técnicas que han hecho posible este trabajo que no ha hecho más que empezar.

Alícia Romero Llano
Presidenta del IMPEM
9 de mayo de 2006



Presentación del estudio de identificación de buenas prácticas en Responsabilidad Social en las PIMES de Mataró

El Libro Verde de la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) de la Comisión Europea (2001) fue el primer marco institucional en Europa en RSE, también denominada RSC (Corporativa) o RSO (de las Organizaciones) en Mataró. El Proyecto RESSORT, Iniciativa Comunitaria Equal de la UE, que impulsa la Diputación de Barcelona y en el que participa de forma activa el Instituto Municipal de Promoción Económica de Mataró, define la Responsabilidad Social de las PIME (RSE) como “el compromiso de la empresa hacia las necesidades de sus grupos de interés en los diferentes ámbitos (laboral, acción social, medio ambiente, clientela, empresas proveedoras, buen gobierno y transparencia), por medio de una implicación voluntaria y solidaria más allá de lo que establece la legislación vigente”.

Ha sido bastante habitual oír hablar últimamente de promover la Responsabilidad Social entre las empresas. Al abarcar el ámbito de la PIME, situación en la que nos encontramos ahora mismo y que es prioridad no sólo del mundo académico sino también de las administraciones públicas, se ha patentizado la importancia de identificar las prácticas que muchas PIMES ya llevan a cabo y hacer difusión para crear ejemplo. Y es que la PIME, a menudo sin ser consciente de ello, ha sido históricamente una fuente de prácticas socialmente responsables, que no por el hecho de ser informales dejan de ser importantes (flexibilidad laboral y de permisos, trato directo entre dirección y personal, colaboración y diálogo con la competencia, implicación con la ciudad, etc.).

Una de las políticas de fomento de la Responsabilidad Social que puede llevar a cabo el sector público es precisamente la identificación y la difusión de buenas prácticas. Y en esto el IMPEM ha sido pionero en el mundo local.

Este estudio continúa la línea del que se realizó en 2005 sobre la medida del nivel de Responsabilidad Social de las empresas de la ciudad, que permitió preidentificar empresas que tenían un nivel importante de prácticas socialmente responsables, y que ahora se ha concretado en la selección final de 12 casos de empresas de la ciudad de cinco sectores: textil, restauración, construcción, comercio (2) y servicios personales y profesionales (7). El estudio se basó en el esquema de Quazi y O'Brien (Cuadro 1), que segmenta a través de técnicas estadísticas la motivación del empresariado en cuatro tipos. A diferencia de lo que se esperaba, el grupo más numeroso (Gráfico 1) es el socioeconómico (38%), es decir, el que entiende que la RSO en algún ámbito concreto aporta claramente beneficios a medio y largo plazo, mientras que el moderno (visión amplia y percepción clara de beneficios) es de casi el 20%, ambos casos superiores a un estudio anterior realizado sobre empresas familiares de todo el Estado (Cabrera, Déniz y Santana, Universidad de Las Palmas, 2003), donde clásicos y filantrópicos eran más importantes en peso. Parece claro que, como mínimo a nivel motivacional, el empresariado de la ciudad está sensibilizado.

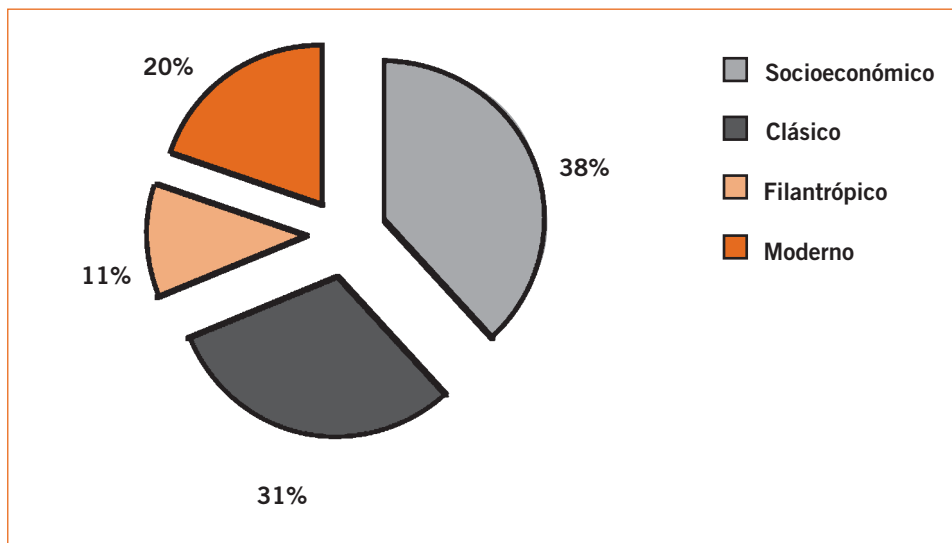
El análisis en profundidad de los casos nos indica que la práctica totalidad muestran prácticas excelentes en el ámbito de los recursos humanos (lo que podemos denominar responsabilidad interna), dado que es una parte interesada común a todas las empresas independientemente del sector al que pertenecen. Son un buen ejemplo los casos de Bambuc, Cetemmsa, Restaurant Raïm o Senfo. En cambio, es mucho más incipiente lo que podemos denominar responsabilidad externa, es decir, cómo las empresas identifican el impacto que tienen sobre el entorno y cómo intentan buscar sinergias, como pueden ser los casos de Avet-Set, de Bitlònia y de Residència Cerdanyola. Finalmente, hemos querido identificar un último ámbito, la transparencia informativa y la Responsabilidad Social como sistema de gestión, destacando las prácticas de Dentell y Residència Laia. Los casos de Anaïs Floristes, Ferreteria Lluïsa y Transports Roc Terricabres, tres empresas individuales, ejemplifican finalmente que la medida no es motivo para no ser socialmente responsable.

CUADRO 1. ESQUEMA DE QUAZI Y O'BRIEN UTILIZADO EN EL ESTUDIO

| | | | |
|--------------------------|---|--|----------------------------|
| | Beneficios de la RSC | | |
| Concepción amplia | Enfoque moderno <ul style="list-style-type: none"> • Amplia relación con sociedad • La RSC aporta beneficios a medio y largo plazo • Incluye perspectiva de relación con grupos de interés | Enfoque socioeconómico <ul style="list-style-type: none"> • Se acepta algún grado de RSC • La RSC aporta beneficios (evitar una legislación costosa, crear buenas relaciones, etc.) • Atención a demandas sociales | Concepción reducida |
| | Enfoque filantrópico <ul style="list-style-type: none"> • Las empresas hacen donaciones • Aun así, lo ven como coste limpio, sin ningún beneficio • Actúan por motivaciones éticas y altruistas | Enfoque clásico <ul style="list-style-type: none"> • Visión primaria de la RSC • Prioridad a maximizar el beneficio • Creen que la implicación social genera un coste limpio y, por lo tanto, no actúan | |
| | Costes de la RSC | | |

* Quazi, A.M., y O'Brien, D. (2000). An empirical test of a cross-national model of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*. Vol. 26, 1-19

GRÁFICO 1. RESULTADOS EN MATARÓ



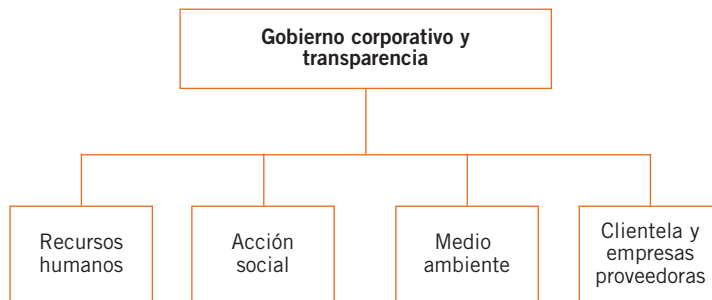
Metodología del estudio

A partir de los casos preidentificados, se procedió a realizar una preselección de una veintena de casos de empresas con prácticas socialmente responsables, con las que se realizó una presentación del proyecto y de los conceptos de la Responsabilidad Social de las Organizaciones (RSO), a fin de invitarlas a participar del proceso de diagnóstico e identificación de buenas prácticas.

A partir de este punto se realizaron las siguientes acciones:

1. Elaboración de un formulario de autoevaluación a partir del desarrollo extensivo de los cinco ámbitos principales de la RSO, hasta desglosar cerca de un centenar de posibles fuentes de buenas prácticas, de las que se esperaba identificar en cada empresa entre una y una docena. Este cuestionario se pasó a las empresas, que procedieron a rellenarlo. Se recibieron un total de 17 formularios.
2. Preselección de casos a partir de la información contenida en los formularios de respuesta, y las llamadas de control realizadas por los consultores, y otras variables como la presencia de los cinco sectores, representatividad de todos los ámbitos de la RSO y coherencia editorial. Justo es decir que en todos los casos analizados se identificaron buenas prácticas, y la selección fue complicada.
3. Realización de entrevistas personales a los y las responsables de las empresas, que permitieron profundizar en el conocimiento de las prácticas y la recogida de evidencias de su relevancia.
4. Recogida de documentación certificativa de las empresas, primero con la firma del formulario de autoevaluación por parte de la Dirección y después, para los 12 casos finales, con la validación adicional de las prácticas con un o una representante del personal, que se plasmó en sendas firmas de los contenidos y prácticas que finalmente se han publicado, para dar fe de su imagen fiel a la realidad.
5. Redacción de los casos a partir de los esquemas globales empleados para la elaboración del formulario de autoevaluación, intentando aportar una coherencia editorial global que transmitiera la variedad de ámbitos de buenas prácticas.

CUADRO 2. LOS 5 ÁMBITOS PRINCIPALES DE LA RSO



Estructura de los casos

Los casos tienen la siguiente estructura y contenidos:

- > **Datos** de la empresa.
- > **Breve historia** de la empresa, motivación por la RSO y líneas principales de actuación.
- > **Firmas** de la Dirección y representación del personal.
- > Identificación del **dato responsable** más significativo para cada empresa.
- > Identificación de las **principales prácticas** responsables para los ámbitos en que se han detectado o considerado relevantes a nivel editorial, etiquetando cada práctica con una [palabra clave] para clasificarla dentro de cada ámbito (según cuadro adjunto).

CUADRO 3. ESQUEMA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

| ALTA DIRECCIÓN | | |
|--|------------------------------------|----------------------------------|
| [Códigos] | [Sistema de gestión] | [Anticipación de legislación] |
| [Transparencia] | [Asignación responsable] | |
| RELACIÓN CON LA CLIENTELA | | |
| [Calidad] | [Etiquetado] | [R+D+i] |
| [Comunicación] | [Ética] | [Transparencia] |
| [Garantía] | [Fidelización] | |
| RELACIÓN CON LAS EMPRESAS PROVEEDORAS | | |
| [Control subcontractació] | [Condiciones de pago] | [Criterios de selección] |
| Internalización] | | |
| RECURSOS HUMANOS | | |
| [Rotación interna de puestos] | [Política de contratación] | [Baja rotación externa] |
| [Salud y seguridad] | [Flexibilidad horaria] | [Conciliación] |
| [Participación] | [Formación y ocupabilidad] | [Beneficios sociales] |
| [Igualdad de género] | [No discriminación de inmigración] | [No discriminación por edad] |
| [Bonificaciones a la infancia] | [Gestión de la ruptura] | [Protocolos] |
| [Acogida de personas en prácticas] | [Inclusión sociolaboral] | [Gestión de conflictos] |
| RELACIONES CON EL ENTORNO SOCIAL | | |
| [Proyectos en pro de la sociedad] | [Donaciones] | [Acuerdos estratégicos con ONGs] |
| [Servicios libres de cargo] | [Voluntariado] | [Cesión de infraestructuras] |
| [Implicación con la comunidad] | | |
| RELACIONES CON LA COMPETENCIA | | |
| [Fomento del diálogo] | | |
| MEDIO AMBIENTE | | |
| [Gestión de residuos] | [Uso de materiales] | [Ahorro energético] |
| RELACIONES CON ADMINISTRACIONES | | |
| [Implicación con la comunidad local] | | |



Casos

| | |
|---|----|
| Avet - Set | 10 |
| Bambuc | 12 |
| Bitlònia.com | 14 |
| Cetemmsa | 16 |
| Dentell | 18 |
| Residència Cerdanyola | 20 |
| Residència Laia | 22 |
| Restaurant Raïm | 24 |
| Senfo | 26 |
| Anaïs Floristes, Ferretería Lluïsa i Roc Transports | 28 |



Avet – Set

«La tradición de la responsabilidad o la responsabilidad de la tradición»

| | |
|-----------------------|---|
| Razón Social: | Vilaseca, SA |
| Responsable: | Esteve Vilaseca |
| Año fundación: | 1952 |
| Actividad: | Fabricación y venta de género de punto interior |
| Plantilla: | 48 |
| Web: | www.avet.es |

Antecedentes

Según varios estudios, cerca del 70% de las empresas del sector textil de la ciudad estarán en serio riesgo de desaparición en los próximos años. En el contexto de esta segunda gran crisis del sector, identificar buenas prácticas RSO resulta difícil, puesto que la prioridad de la mayoría de empresas pasa, según dicen, por subsistir. Pero esto no significa renunciar a la RSO porque suponga aparentemente un coste. La segunda generación de la familia Vilaseca dirige en la actualidad una empresa basada en dos marcas comerciales (Avet para textil femenino y Set para masculino) que exporta un 15% de su producción a Francia, Bélgica, Holanda y Suecia especialmente. “La competencia se deslocaliza o cierra, cada vez hay menos margen para las marcas y los intangibles, pero a nosotros la cultura y la tradición industrial no nos dejan marchar ni limitarnos a importar producto acabado”.

Vilaseca es una de esas empresas familiares con profundas raíces en el país en las que pensamos al hablar de la tradición industrial. Al estudiar este tipo de empresas, a menudo es difícil llegar a aislar e identificar los factores de RSO, ejemplificando el caso de muchísimas PIMES catalanas. Es a menudo a través de indicadores de resultados dónde se ve mejor la RSO: bajos índices de rotación externa del personal (“la gente se jubila en la empresa”), clima de trabajo agradable, flexibilidad en horarios y permisos, trato directo entre dirección y personal y, a veces, implicación en proyectos en pro de la sociedad y la ciudad.

Pero parece que la moderación, con una estructura relativamente reducida, la buena gestión interna, e inversiones rebuscadas en marketing e internacionalización, han podido permitir que una empresa que fabrica en el país pueda seguir creando riqueza. Y como en el caso de Vilaseca, la RSO parece una fuente más que probada de ventaja competitiva a medio y largo plazo, y no una moda pasajera... siempre y cuando aumente la responsabilidad social de quienes reclaman mucho en su condición ciudadana y no ejercen en la consumidora.

Firmas

| | |
|---|--|
|  SIGNATURES Nom: ESTEVE VILASECA Responsable de l'empresa |  Nom: TERESA PERA Representant del personal |
| Esteve Vilaseca (Responsable de la empresa) | Teresa Pere (Representante del personal) |

Prácticas responsables más destacadas

BUEN GOBIERNO Y TRANSPARENCIA

- [Sistema de gestión] La empresa cuenta con un sistema de indicadores de gestión integrales, relacionado con la certificación en calidad, que les permite una toma de decisiones objetiva.

RELACIÓN CON LA CLIENTELA

- [Calidad] Empresa certificada con la ISO 9001
- [Etiquetado] Los productos disponen de un etiquetado responsable, con la presencia de varias lenguas, entre ellas el catalán, y con constancia de la razón social y clara mención de que los productos han sido fabricados en el país. A la vez, en los albaranes a clientela intermediaria se hace constar de forma explícita que los productos son fabricados en Mataró.
- [R+D+i] Existencia de un Comité de Innovación, originado en la participación en un proyecto del CIDEM y Cetemmsa, que posteriormente se ha ido consolidando, con la participación de entre 8 y 10 personas de diferentes departamentos. Dispone de una parte rotatoria, en la que puede participar cualquier persona de la organización.

RELACIÓN CON EMPRESAS PROVEEDORAS

- [Control subcontratación] Pese a que no disponen de ninguna política formalizada en términos sociales que estén certificados en la ISO 9001, les obliga a tener firmada una normativa con las empresas subcontratadas. El hecho de tener una relación histórica con ellas y conocer incluso a su personal, facilita el respeto al cumplimiento de los requisitos laborales.

RECURSOS HUMANOS

- [Rotación interna de puestos] Entre personal de oficina, la empresa adopta una política de rotación de puestos de trabajo, para cubrir posibles eventualidades en casos de bajas, permisos y flexibilidad laboral.
- [Política de contratación] El 95% de la plantilla es fija.
- [Baja rotación externa] Pese a que resulta difícil evaluar los motivos, lo cierto es que en la empresa la rotación externa de personal (bajas) es casi nula, en definitiva, un indicador de una alta capacidad de fidelización del personal.

EL DATO RESPONSABLE

El 95% de la plantilla es fija.

RELACIÓN CON EL ENTORNO SOCIAL

- [Proyectos en pro de la sociedad] Constitución de la Fundación Jaume Vilaseca (para el Museo del Género de Punto). A partir de la colección de máquinas de fabricación textil, recopiladas por el fundador de la empresa al ver que los numerosos fabricantes del entorno desaparecían en su totalidad, la empresa ha impulsado la exposición pública de las 250 máquinas, por el momento en una ubicación provisional, a la espera de la construcción del Museo de la Industrialización de Can'n Marfà, que impulsa el Ayuntamiento. Disponen de una fábrica entera desmontada, a punto para funcionar, todavía en activo hace apenas 10 años.

RELACIÓN CON LA COMPETENCIA

- [Fomento del diálogo] Recepción de visitas de la competencia (y ellos también lo hacen).



Bambuc

«Beneficio y bienestar no son incompatibles»



| | |
|-----------------------|---|
| Razón social: | Bambuc, SL |
| Responsable: | Jordi Argelich |
| Año fundación: | 2004 |
| Actividad: | Desarrollo de software, Web y soluciones para PIMES |
| Plantilla*: | 7 *Incluye socios/socias |
| Web: | www.bambuc.net |

Antecedentes

Bambuc es la voz malaya que designa a la planta de bambú, que destina la primera etapa de su crecimiento a desarrollar las raíces y, posteriormente, se eleva hacia el exterior. Éste es el objetivo de la empresa, “destinar uno o dos años a construir una base sólida”. En la actualidad disponen de dos líneas de trabajo: a medio plazo se busca el desarrollo de software para gestión documental de ingenierías y, con el objeto de financiarlo, ya desde ahora adoptan una segunda línea de trabajo, los servicios informáticos integrales para PIMES.

Todos los emprendedores han trabajado para terceros con anterioridad, y querían “hacer la empresa dónde nos hubiera gustado trabajar siempre, hacer que sea un lugar ideal para nosotros y para quien esté con nosotros”. La motivación, por lo tanto, es “hacerlo para nosotros, los emprendedores, pero lo exportamos a todo el mundo (...) Debemos poder tirar adelante con beneficio, pero también con bienestar”.

En paralelo a esta línea de actuación interna, RSO y fuente motivacional principal, la orientación a la calidad de servicio y la atención personalizada de la clientela es una segunda línea estratégica; “queremos romper con el tópico de informalidad y carencia de palabra de la informática, que durante el trato nos vean diferentes, serios con los compromisos”. Finalmente, en la vertiente de la acción social, el hecho de que dos de los emprendedores tengan personas con discapacidad en su entorno más próximo, les motiva más todavía para incluir también dentro de los objetivos empresariales finalidades de orden social, “primero tú haces una acción sin esperar nada a cambio, es después que recibes el beneficio, no es utilitario (...) Soy más feliz ahora con menos ingresos este primer año que ganando mucho dinero trabajando para terceros (...) No hay una estrategia en RSC, término que hemos conocido recientemente, pero se resume en trabajar a gusto y destinar una parte a obra social”. Recomiendan al empresariado que “busque motivaciones personales y las aplique a la empresa”.

| Firmas | |
|---|--|
|  SIGNATURES Nom: Jordi ARGELICH Responsable de l'empresa |  Nom: Eduard BERNAL Representant del personal |
| Jordi Argelich (Responsable de la empresa) | Eduard Bernal (Representante del personal) |

Prácticas responsables más destacadas

BUEN GOBIERNO Y TRANSPARENCIA

- [Códigos] El decálogo de actitudes plasma lo que siempre habían pensado los emprendedores, para que sirva de elemento transmisor hacia la clientela y el personal al crecer la empresa. De entrada, sirve como manual de bienvenida para el personal, pero también incluye aspectos relacionados con la calidad de vida de las personas en la empresa, orientación a la clientela a través de la consagración de principios como la adaptación y la personalización a sus necesidades.
- [Transparencia] El decálogo de actitudes se publica en la Web corporativa de la empresa desde el primer día. También se invita al nuevo personal a leerlo antes de aceptar el puesto de trabajo.

RELACIÓN CON LA CLIENTELA

- [R+D+i] Se destina un 30% de los recursos a innovación y búsqueda.
- [Comunicación] A través de un boletín electrónico para clientela y públicos colaboradores se comunica la evolución de la empresa y sus acciones RSO.
- [Calidad] La empresa ha rechazado proyectos a fin de no crecer demasiado rápido y provocar problemas en una atención personalizada de calidad.

RECURSOS HUMANOS

- [Salud y seguridad] Para evitar problemas de salud habituales en informática, como problemas de cervicales, espalda y dolores de cabeza, todo el mundo dispone de sillas ergonómicas, y los ordenadores portátiles tienen apoyos para poner la pantalla a la altura de los ojos.
- [Flexibilidad horaria] El personal dispone de total libertad en permisos para gestiones personales, recuperándolo cuando lo desean, dado que se plantea el trabajo por objetivos y no por presencialidad.
- [Conciliación] Se acostumbra a conceder uno o dos días de fiesta después de épocas especialmente intensas de trabajo.

EL DATO RESPONSABLE

Se acostumbran a conceder uno o dos días de fiesta después de épocas especialmente intensas de trabajo.

RELACIÓN CON EL ENTORNO SOCIAL

- [Donaciones] Se destina un 0,7% de la cifra de negocio a una ONG (Fundación Nexo).
- [Acuerdos estratégicos con ONGs] Se ha comprometido una colaboración estratégica con la Fundación Nexo a medio y largo plazo, entidad pionera en el cuidado de niños y niñas con pluridiscapacidad, dando a la vez apoyo a sus padres o tutores. En este proyecto futuro conciben aspectos como hacer software para gente con problemas de movilidad y accesibilidad.



Bitlònia.com

«La formación enriquece»



| | | |
|-----------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| Razón social: | Know How Technologies, SL | |
| Responsable: | Josep-Lluís de Gabriel i Eroles | |
| Año fundación: | 2000 | |
| Actividad: | Agencia de marketing en Internet | |
| Plantilla*: | 10 | *Incluye socios/socias |
| Web: | www.bitlonia.com | |

Antecedentes

En plena burbuja de Internet nació Bitlònia.com, una agencia de marketing en Internet, con un enfoque centrado en los resultados concretos para el cliente. El tiempo acabaría favoreciendo proyectos como éste, enfocado a resultados.

Como en la mayoría de PIMES, la responsabilidad social (RSO) no fue concebida como tal de entrada. El principio rector siempre ha sido “hacer las cosas bien”, ideando un espacio para trabajar en el que de entrada la gente pudiera trabajar en aquello que le gustaba. Posteriormente, a partir del segundo año, se dieron cuenta de que tenían sueños que podían llevar a cabo a través del proyecto empresarial: “en lugar de centrarse únicamente en el crecimiento económico, se podían hacer mejor las cosas, aunque también por motivos egoístas: sentirse bien con un mismo”. Lo que denominaron el Plan de redistribución fue la semilla de lo que ahora se entiende como RSO. El agradecimiento con el entorno era el objetivo: una ciudad que había apostado por las nuevas tecnologías, la formación recibida por las facilidades de la sociedad actual, la burbuja de Internet... hacía falta devolverle lo que habían recibido. Con el tiempo “hemos conocido gente que hablaba de RSO, nos han enseñado que se podía divulgar y que hacerlo no le quitaba valor ni era malo, tal y como pensábamos”.

Las líneas maestras de la responsabilidad corporativa de la empresa son la combinación entre la responsabilidad interna entre las personas y la responsabilidad externa con las necesidades sociales. En esta interesante combinación entre dimensión interna y externa actúan elementos de clima laboral como la participación, la conciliación (Premio a la Conciliación Laboral del Consejo Comarcal del Maresme) y la ocupabilidad, con elementos claramente de vocación social como el voluntariado del personal el viernes por la tarde, la elaboración de sitios Web para ONGs sin coste para ellas y la clara implicación con la comunidad y el entorno local.

| Firmas | |
|--|--|
|  Nom: Josep-Lluís de Gabriel Responsable de l'empresa |  Nom: Carles Jordà Representant del personal |
| Josep Lluís de Gabriel (Responsable de la empresa) | Carles Jordà (Representante del personal) |

Prácticas responsables más destacadas

| BUEN GOBIERNO Y TRANSPARENCIA | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • [Códigos] Existencia de un Ideario de compromisos éticos consensuado y formalizado. • [Transparencia] Creación de una Web pública (bitlonia.org) y una intranet para la divulgación y la documentación de prácticas. | |
| RELACIÓN CON LA CLIENTELA | |
| <ul style="list-style-type: none"> • [Ética] Asumen y aplican el código ético internacional Natural SEO para la indexación de Webs de la clientela. • [R+D+y] Disponen de un Comité de innovación. • [Transparencia] Han desarrollado herramientas para medir con detalle los resultados obtenidos en las campañas en Internet. | |
| RECURSOS HUMANOS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • [Participación] Los Días “B” semestrales sirven para asegurarse de que la empresa no abandona las vías éticas marcadas. A la vez, todo el mundo es miembro, como mínimo, de un comité de decisión. Se realiza una encuesta anual al personal. • [Conciliación] Cada puesto de trabajo tiene su propietario y su backup, es decir, todo el mundo puede ser sustituido en caso de necesidad por temas personales o de formación. A la vez, dos personas tienen horarios especiales de acuerdo con su situación familiar o personal. • [Formación] A través del Career Plan se documentan las necesidades formativas de cada uno, a la vez que sirve para asignar nuevas tareas o definir los perfiles compatibles para nuevas incorporaciones. | <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>EL DATO RESPONSABLE</p> <p>A través del Career Plan se documentan las necesidades formativas de cada uno, a la vez que sirve para asignar nuevas tareas o definir los perfiles compatibles para nuevas incorporaciones.</p> </div> |
| RELACIÓN CON EL ENTORNO SOCIAL | |
| <ul style="list-style-type: none"> • [Servicios libres de cargo] Realizan Webs para ONGs y el alojamiento gratis, y con la colaboración del voluntariado del personal los viernes por la tarde. • [Voluntariado] El programa Webs Solidarias parte del concepto de reciclar Webs empresariales para adaptarlas al servicio de una ONG, a la vez que a través de la plataforma Web se intenta captar voluntariado externo para colaborar en las necesidades de las ONGs a las que se presta servicio gratis. | |
| RELACIÓN CON LA COMPETENCIA | |
| <ul style="list-style-type: none"> • [Fomento del diálogo] Forma parte de GENTIC, asociación comarcal en pro del desarrollo de las nuevas tecnologías, que desarrolla acciones en las que colaboran empresas competidoras y sirve de foro de intercambio de experiencias. | |
| RELACIÓN CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • [Implicación con la comunidad local] El responsable es presente en el Consejo de Ciudad del Ayuntamiento de Mataró | |



Cetemmsa

«Corresponsabilitat entre dos partes»

| | |
|-----------------------|---|
| Razón social: | Fundació Privada Cetemmsa |
| Responsable: | Albert Vidal (Gerente) y Ariadna Manent (RSC) |
| Año fundación: | 1991 |
| Actividad: | Centro tecnológico |
| Plantilla: | 35 |
| Web: | www.cetemmsa.es |

Antecedentes

Tras la primera gran crisis del sector textil, y por iniciativa de administraciones públicas, asociaciones empresariales y otros agentes sociales, se constituyó en Mataró la Fundació Privada Cetemmsa, un centro tecnológico que fomenta la R+D y la innovación tecnológica entre las PIMES. Actualmente ha expandido su actividad a otros ámbitos territoriales del Estado. Actúa en cinco grandes ámbitos: búsqueda e innovación, TIC y telecomunicaciones, innovación y organización de empresas, formación y proyectos internacionales.

La idea de formalizar lo que ya se venía haciendo desde siempre en los ámbitos de la RSO surgió a raíz de un comité, que ha facilitado que se intensifiquen las actuaciones, se comunique lo que ya se hace y se haya nombrado una responsable, que dedica parte de su tiempo a la RSO. Para ellos el beneficio es evidente; “como empresa de servicios tenemos un retorno muy claro en el talante”.

Cetemmsa apuesta por dos líneas claras: la formalización y la participación del personal. La apuesta por la formalización de la RSO, la transparencia y por “compartir la gestión” hace que “se legitimen y se entiendan mejor las decisiones de la Dirección”. La organización entiende la RSO como “una corresponsabilidad entre ambas partes”, empresa y personal son copartícipes. Las acciones deben ser realistas y crecer como una mancha de aceite; “queremos, ante todo, poner por escrito lo que ya hacemos, y después ir introduciendo una o dos prácticas nuevas cada año por ámbito; más vale cumplir lo que nos proponemos”.

| Firmas | |
|--|--|
| <p>SIGNATURES</p>  <p>Nom: Responsable de l'empresa</p> |  <p>Nom: Representant del personal</p> |
| Albert Vidal (Responsable de la empresa) | Ariadna Manent y Sílvia Ferré (Representantes del personal) |

Prácticas responsables más destacadas

| BUEN GOBIERNO Y TRANSPARENCIA | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • [Códigos] Existencia de un documento formal denominado Política en RSC y de un Manual de Buenas Prácticas que anualmente incorpora uno o dos nuevos hitos para cada ámbito. • [Responsable] La entidad tiene nombrada una responsable de RSC. . • [Transparencia] Las cuentas anuales se presentan a todo el personal en una reunión anual. | |
| RELACIÓN CON LA CLIENTELA Y EMPRESAS PROVEEDORAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • [Condiciones de pago] Pago por confirming emitido entre una y dos semanas tras la fecha de factura, y en condiciones ventajosas (aprox. euribor + 2%). • [Garantía] Se ha devuelto el importe satisfecho en alguna ocasión en que se mostró insatisfacción con el servicio formativo prestado. | |
| RECURSOS HUMANOS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • [Participación] El Comité de Participación, integrado por personas de todos los departamentos, no sólo jefes, discute mensualmente temas que tienen carácter consultivo para la Alta Dirección. • [Formación] Posibilidad de cofinanciación al 50% de cursos, ya sea de forma inmediata o diferida en dos o tres años, según objetivos, precio y características de la formación. • [Flexibilidad horaria] La adaptación horaria laboral según necesidades personales ha sido siempre una práctica habitual, se pone por escrito con el objeto de poder ser valorada. • [Beneficios sociales] Posibilidad de usar plazas de aparcamiento según condiciones personales. Ofertas de material informático. | <p>EL DATO RESPONSABLE</p> <p>Cada mes se reúne un Comité de participación consultivo. Facilitar la transparencia permite que se entiendan mejor las decisiones.</p> |
| RELACIÓN CON EL ENTORNO SOCIAL | |
| <ul style="list-style-type: none"> • [Cesión infraestructuras] Cesión de espacios a entidades terceras. • [Voluntariado] Cesión del tiempo laboral de algunas personas a entidades del entorno, como es la asunción de la Secretaría de la Federación de Asociaciones y Gremios Empresariales del Maresme (FAGEM) o la cesión de personal técnico. | |
| MEDIO AMBIENTE | |
| <ul style="list-style-type: none"> • [Gestión de residuos] Disponibilidad de papeleras para el reciclaje de papel, que recoge periódicamente un centro especial de trabajo. • [Ahorro energético] Especial cuidado en apagar aparatos de climatización durante las horas de no presencia, y mantener cerradas puertas y ventanas durante su funcionamiento. | |



Dentell

«La gestión responsable de la información»

| | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| Razón social: | Dentell, SL |
| Responsable: | Joan Antoni Pous i Canaleta |
| Año fundación: | 1986 (con otra denominación el 1946) |
| Actividad: | Construcción |
| Plantilla: | 48 |
| Web: | www.dentell.com |

Antecedentes

En 1946 la empresa familiar inició una actividad de promoción inmobiliaria bajo otro nombre. Posteriormente, 40 años más tarde, se constituyó la sociedad Dentell, SL, que se centró en la construcción. Desarrolla su actividad en Mataró, en el resto del Maresme y el Vallès, en su mayoría trabajando para grandes promotores, aunque también lo hace en menor medida para pequeños promotores y para obra pública y equipamientos.

La elevada rivalidad en el sector, y el alto nivel de exigencia actual de la clientela final, debido al precio elevado de la vivienda, ha hecho necesario que la empresa se plantee como prioridad la calidad tanto del producto como del servicio. Esto pasa por asegurar el cumplimiento estricto de todas las normativas, la efectiva coordinación con otros agentes de los proyectos y la capacidad de retención del personal cualificado con mejores salarios y beneficios sociales.

Las dos líneas de trabajo en términos de RSO son, por un lado, la transparencia hacia el personal y su fidelización; “si no das al personal toda la información necesaria para su trabajo y para lo que les exiges, no lo pueden hacer bien de ninguna manera. (...) Si tienen información saben qué pasa, y creas más vínculos; que puedan saber para quienes y con quienes se trabaja”, y por otro lado, las obligaciones hacia terceras personas y entidades, en especial con respecto a toda la documentación requerida en cuanto al cumplimiento de las obligaciones con Hacienda y prevención de riesgos laborales. “Si cumplen la ley ya es mucho, pero buscamos la profesionalidad. A las proveedoras de siempre intentamos concienciarlas para que se pongan al día, no sólo para evitar multas, también porque les abre más puertas, es un proceso natural de selección”. La transparencia y la gestión de la información, tanto interna como externa, es en este caso un aspecto clave.

| Firmas | |
|---|--|
|  <p>SIGNATURES La Fideja, 14 Cr 1a - Tel. 93 756 47 80 Nom: J. A. POZOS Responsable de l'empresa</p> |  <p>Nom: J. Reniu Representant del personal</p> |
| Joan Antoni Pozos (Responsable de la empresa) | Jordi Reniu (Representante del personal) |

Prácticas responsables más destacadas

BUEN GOBIERNO Y RELACIÓN CON LA CLIENTELA

- [Sistema de gestión] La empresa está implantando un nuevo sistema de gestión, que permita una transmisión fluida de indicadores económicos y de gestión de proyectos, a fin de facilitar que el personal pueda acceder a él y poder asegurar en mayor medida la calidad de servicio a la clientela y mejorar a la vez la coordinación con la dirección facultativa de las obras (que contrata normalmente su clientela).
- [Anticipación de legislaciones futuras] Aunque la empresa no se plantea ninguna certificación, desea desarrollar todos los procesos que le permitan hacerlo en caso de necesidad u obligación legal futura.

RELACIÓN CON EMPRESAS PROVEEDORAS Y SUBCONTRACTADAS

- [[Criterios de selección] El alto nivel de regulación en la subcontratación en el sector de la construcción hace necesario un acompañamiento y sensibilización de muchas empresas subcontratadas o bien dejar de trabajar con ellas. La primera es la opción de Dentell, facilitar a las empresas con las que han trabajado desde siempre que se puedan poner al día en normativas. A pesar de todo, alguna vez se han visto obligados a dejar de trabajar con alguna de ellas. Están también preparando la formalización de un proceso de homologación de empresas proveedoras.

EL DATO RESPONSABLE

No pueden pedir más que cumplir la ley a las subcontratas, pero antes de dejar de trabajar intentan acompañarlas en la mejora.

RECURSOS HUMANOS

- [Igualdad de género] Las tres últimas incorporaciones en la oficina han sido mujeres.
- [No discriminación de inmigración] El 90% de las solicitudes de trabajo vienen de personas inmigradas, que en muchos casos o no tienen papeles o no tienen experiencia. La empresa tiene como prioridad estudiar vías de solución, que por el momento se limitan a derivar al personal inmigrado hacia empresas proveedoras más especializadas, dónde la formación es más fácil.
- [Políticas de contratación] Todo el personal de oficina es fijo, mientras que en la obra lo es aproximadamente un 70%.
- [Conciliación] Para el personal de oficina, donde el trabajo en equipo no es tan imprescindible como en la obra, se les ha ofrecido recientemente hacer fiesta los viernes por la tarde, dando cierta elasticidad en la compensación horaria dentro la semana.
- [Beneficios sociales] Para fomentar que el personal de obra pase por las oficinas se les ofrece la posibilidad de asesorarlo en aspectos personales (laborales, financieros y legales) este asesoramiento lo puede ofrecer el personal y personas colaboradoras de la empresa.




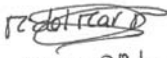
Residència Cerdanyola

«Gente del barrio para gente del barrio»

| | |
|-----------------------|---|
| Razón social: | Centre Geriàtric Cerdanyola |
| Responsable: | Ginés Teruel i Gila |
| Año fundación: | 1994 (2003 para el nuevo personal de dirección) |
| Actividad: | Residencia asistida / Geriátrico |
| Plantilla: | 24 |
| Ubicación: | Av. Puig y Cadafalch, 208 – 210 (Mataró) |

Antecedentes

La actual propiedad y personal de dirección del centro asumió la gestión del mismo en 2003, aumentando el número de plazas a 34-44 familias y aumentando el personal de atención, consolidando dos personas para el turno de noche e intentando mantener la mayoría de personal que tenía el centro. “El objetivo es crecer, crecer y crecer, ser el centro de referencia en el barrio de Cerdanyola, dando salida a las necesidades sociosanitarias de la gente del barrio. (...) Los retos son un centro de día y llegar a las 50 plazas, y más adelante ofrecer ayuda domiciliaria”. “Crecer era una necesidad para sobrevivir, una tamaño mediano permite mejorar el servicio sin los problemas de deshumanización de un centro grande, no ingresamos personas sino familias”. Definir un entorno de atención personalizada, implicando a las familias y a la comunidad del entorno, fue la motivación inicial del proyecto; “se intenta ir mejorando e introduciendo pequeñas mejoras constantemente en todos los aspectos, es una apuesta a medio y largo plazo, y el personal lo entiende, pues reinvertimos el 100% de los beneficios”. La política del centro se ha orientado a incorporar personas y empresas proveedoras y personal del propio barrio; “aparte de alimentación, en el barrio acabas encontrando las proveedoras de confianza que necesitas. (...) Tener personal del barrio también ayuda a reducir o casi eliminar la alta rotación por bajas que hay en el sector”. En la vertiente externa, se ha potenciado la implicación con la comunidad del entorno; “de hecho, el barrio nos ayuda a nosotros: vienen a buscar y a bajar a los abuelos y abuelas, nos ayudan a hacer la comida, etc. (...) ¡Se ha mejorado la reputación y hay una lista de espera de familias y también de personal!”. El Centre Geriàtric Cerdanyola es un ejemplo de coherencia estratégica entre la RSO interna y la externa, con la obtención de ventajas competitivas a medio y largo plazo, fruto de la reputación y la sensación creada entre la gente del barrio de ser el centro de referencia del mismo.

| Firmas | |
|--|---|
|  <p>SIGNATURES Nom: <u>Ginés Teruel i Gila</u> Responsable de l'empresa</p> |  <p>Nom: <u>Mª del Mar Prieto setano</u> Representant del personal</p> |
| Ginés Teruel i Gila (Responsable de la empresa) | Mª del Mar Prieto (Representante del personal) |

Prácticas responsables más destacadas

RELACIÓN CON LA CLIENTELA

- [Calidad] Disponen de un Programa de Atención Personalizada para cada familia (para la empresa, la familia, que incluye a la persona residente, es la clientela), con reuniones en las que participa la persona profesional de referencia, la familia y una tercera persona de la organización.
- [R+D+i] Desde 2003, cuando asumieron la propiedad y la gestión del centro, se han reinvertido el 100% de los beneficios.

RELACIÓN CON EMPRESAS PROVEEDORAS

- [Internalización] Han internalizado el servicio de cocina para implicarlo en mayor medida con el proyecto.
- [[Criterios de selección] Intentan trabajar con personas y empresas proveedoras del propio barrio, en especial, con respecto al mantenimiento. También se ha solicitado a las proveedoras de alimentos que sirvan los productos en cajas de plástico reciclables.

RECURSOS HUMANOS

- [Igualdad de género] Dos de los profesionales auxiliares son hombres, aunque si alguna residente lo desea, se le asigna una mujer.
- [Conciliación y flexibilidad] La disponibilidad de una persona correturnos facilita la cobertura de bajas temporales y permisos por motivos personales.
- [[Políticas de contratación] En general, el personal es del barrio, lo cual facilita una mayor implicación y una menor rotación (en el último año sólo han tenido una baja en un sector donde es muy habitual). La práctica totalidad del personal es fijo, incluso la persona correturnos, en general, están retribuidos por sobre convenio.
- [No discriminación por edad] La estructura por edades de la plantilla es equilibrada, la mitad son mayores de 40 años.
- [Acogida de personas en prácticas] Anualmente acogen un total de 14 personas en prácticas
- [No discriminación de inmigración] La empresa ayudó a una trabajadora gambiana en su proceso de reagrupación familiar. Desgraciadamente, murió al poco tiempo.
- [Bonificaciones a la infancia] Se facilita a las trabajadoras poder agrupar las horas de lactancia y sustituirlas por un alargamiento del permiso de maternidad, ventaja a la que ya se ha acogido la única trabajadora que hasta ahora ha estado en situación de hacerlo.

EL DATO RESPONSABLE

En general, el personal y las personas externas son del propio barrio, y durante las fiestas del barrio se invita a las personas residentes a participar en ellas.

RELACIÓN CON EL ENTORNO SOCIAL

- [Implicación con la comunidad] Con la idea de potenciar la animación sociocultural de las personas residentes, durante las fiestas del barrio se colabora con la organización, y la gente del barrio visita los abuelos y abuelas para invitarlos a participar de las actividades, ayudándolos a bajar a la calle y hacer la comida. También se colabora con la parroquia adyacente, que los lunes van a hacer la lectura y dar la comunión.

MEDIO AMBIENTE

- [Gestión de residuos] Separación de todos los residuos por tipos (orgánicos, aceite, material de curas y agujas), tienen en proyecto hacerlo para cartón y plástico.

Residència Laia

«La RSO como sistema de gestión»

| | |
|-----------------------|-------------------------------------|
| Razón social: | Delta servicios sociosanitarios, SL |
| Responsable: | Montse Alsina |
| Año fundación: | 2000 |
| Actividad: | Residencia geriàtrica |
| Plantilla: | 49 |
| Contacto: | www.residencialaia.com |

Antecedentes

La Residència Laia nació en 2000 como residencia asistida (por lo tanto, los y las residentes son de edad avanzada, superior normalmente a los 85 años, y con dependencia física o psíquica), con la clara voluntad de crear “una casa y no un hospital para las personas dependientes”. Los retos iniciales serían la necesidad de corregir hechos como la baja calificación general de los y las profesionales del sector, los bajos niveles salariales por convenio, la baja motivación y la falsa creencia de que cuidar abuelos y abuelas lo puede hacer cualquiera.

Estos tópicos son los que plantearon la necesidad de establecer un plan de formación y de fidelización del personal. Así, por ejemplo, se trabaja en un programa de formación en habilidades, a fin de orientar el personal en los valores de Laia, autoestima, relajación, etc. Por lo tanto, va más allá de la calificación técnica; “si queremos hacer que las personas a las que atendemos se sientan como en casa, que siguen viviendo, devolverles la ilusión y decirles que es un lugar de vida en definitiva, era necesario que el personal también lo viviera como tal”.

Por lo tanto, las líneas estratégicas RSO seguidas han sido sobre todo el establecimiento de mecanismos, planos y procesos que aseguren una adecuada coordinación del proyecto para que conjuntamente vayan juntas todas sus partes. Han desarrollado un sistema de gestión altamente profesionalizado, gestión por procesos, un código ético y han planificado formación sobre él, y han creado mecanismos de participación y autoevaluación del personal que les permita mejorar continuamente.

| Firmas | |
|--|--|
|  <p>SIGNATURES DELTA Servicios Sociosanitarios, SL Nom: <u>Montse Alsina</u> Responsable de l'empresa</p> |  <p>Nom: <u>Antoni Vera</u> Representant del personal</p> |
| Montse Alsina (Responsable de la empresa) | Antoni Vera (Representante del personal) |

Prácticas responsables más destacadas

BUEN GOBIERNO Y TRANSPARENCIA

- [Códigos] En la memoria de 2003 hicieron constar el código ético, que han adaptado del de Enfermería. El objetivo para 2006 es hacer formación entre el personal sobre el código ético.
- [Sistema de gestión] Tienen implantado un sistema de gestión altamente profesionalizado que establece tres niveles organizativos y la relación entre ellos a través de procesos estandarizados (procesos de salud, autonomía personal y relación), utilizando un software suizo para la gestión de los procesos de curas a la persona.

RELACIÓN CON LA CLIENTELA

- [Transparencia] Las familias tienen libre acceso al centro en todo momento, y la directora les atiende siempre personalmente cuando tienen sugerencias, lo cual hace que el buzón de sugerencias de que disponen no sea prácticamente utilizado por innecesario.
- [Nuevas tecnologías] Disponen de un servicio de webcam para que las familias puedan ver a los o las residentes.
- [Comunicación] Una revista trimestral permite una relación más directa con las familias.

RECURSOS HUMANOS

- [Participación] El personal de dirección (primer nivel de gestión) está formado por personal multidisciplinar (enfermería, supervisión y psicología) que se reúne semanalmente.
- [Ocupabilidad] Periódicamente, el personal realiza un cuestionario de autoevaluación, cuyos resultados se contrastan con la opinión del equipo al que pertenece.
- [Rotación interna de puestos] El 25% del personal está en un programa de rotación de turnos voluntario e incentivado, que evita la creación de vicios por la repetición de las mismas tareas.
- [Políticas de contratación] Con la voluntad de reducir la rotación externa del personal por bajas, se ha potenciado la incorporación de mujeres de más de 45 años procedentes de la reconversión del sector textil y el turismo, mejorando mucho la estabilidad. La contratación es indefinida.
- [Protocolos] Se ha elaborado un protocolo de acogida para los profesionales, cuya misión es facilitar su inserción en el centro, también disponen de un protocolo de funcionamiento del comedor que facilita el aprendizaje rápido y el buen funcionamiento de este servicio.
- [Beneficios sociales] Se pretende implicar a la familia del personal, con acciones como regalos a sus hijos e hijas por Reyes, o la integración en las actividades del centro, aniversarios, etc.

EL DATO RESPONSABLE

La implantación de un sistema de gestión altamente profesionalizado pretende la orientación a la calidad de vida de los y las residentes y la implicación del personal.

RELACIÓN CON EL ENTORNO SOCIAL

- [Implicación con la comunidad] El centro ha recibido el Premio ACRA a la innovación en la atención a las personas mayores, por un programa con las Escuelas Pías para la implicación de los niños en la organización de actividades con los y las residentes.

Restaurant Raïm

«La RSO da tranquilidad»

| | |
|-----------------------|---------------------------|
| Razón social: | Raïm Plats 2000, SL |
| Responsable: | Carles Zandundo |
| Año fundación: | 2001 |
| Actividad: | Restaurante y bar |
| Plantilla: | 21 |
| Ubicación: | c/ Barcelona, 18 (Mataró) |

Antecedentes

El Restaurant Raïm fue fundado en 2001 por la familia propietaria de la Fonda Europa de Granollers. Actualmente Carles es el administrador. El enfoque inicial del negocio en su fundación era la cocina informal, y aunque mantienen todavía platos como el pan con tomate, las ensaladas y los embutidos, se está orientando hacia una cocina más elaborada y formal, pero con precios justos. La reciente reforma del local debe darle un nuevo impulso en esta etapa. También disponen de cafetería.

Al analizar la motivación del empresario nos damos cuenta que no es nada convencional: “soy un empresario que se diría de izquierdas, procuro ayudar a la gente, y aunque todavía no me sale rentable, me acuesto muy tranquilo, pero es necesario hacerlo sostenible, claro está, intentaremos que ya lo sea este año con la reforma, la cafetería y la orientación hacia una cocina más formal como la de la Fonda Europa, y abrir el local durante 18 horas”. Es también muy crítico con las administraciones, según él, por las pocas facilidades que se otorgan a la creación de puestos de trabajo, la regularización del personal inmigrado o la gestión del centro de la ciudad. Es clara su personalidad y motivación filantrópica y es uno de los tipos de empresariado socialmente responsable que se identificaron en el estudio anterior del IMPEM sobre la RSO en las PIMES de Mataró en 2005, aunque no sean, ni mucho menos, los más numerosos.

La tranquilidad con la que Carles se acuesta la obtiene, por un lado, porque pide a su equipo “que nunca hagan ni sirvan un plato que no se comerían; otra norma para la sala es que si no se ha comido una cosa, no se cobra”; un sentido y apuesta por la calidad y la exigencia. Por otro lado, “soy de la opinión que si el trabajador está bien, trabajará bien, es lo que me hubiera gustado que hicieran conmigo”. Asegura que “no sé si será rentable, lo sabré dentro de cinco años; en el sector se practica la máxima de ‘es lo que hay’, pero a mí esto no me gusta, si no nos llevamos bien las 12 horas que pasamos juntos, mal asunto... hago de entrenador para que el equipo funcione”.

| Firmas | |
|--|---|
|  <p>SIGNATURES</p> <p>RAÏM PA AMB TOMÀQUET C/ Barcelona, 18 - Tel. 93 790 15 23 Mataró</p> <p>Nom: Carles Zandundo Responsable de l'empresa</p> |  <p>Nom: Pere Cardona Representant del personal</p> |
| Carles Zandundo (Responsable de la empresa) | Pere Cardona (Representante del personal) |

Prácticas responsables más destacadas

RELACIÓN CON LA CLIENTELA

- [Garantía] Existencia de la norma de no cobrar un plato que no haya sido consumido por la clientela.

RECURSOS HUMANOS

- [Igualdad de género] No hay ninguna política formal en este sentido, se valoran las aptitudes. En la práctica, hay un total de 3 hombres y 2 mujeres en la cocina, y 2 hombres y 5 mujeres en la sala.
- [No discriminación de inmigración] De las 12 personas, un 75% (9 personas) son inmigradas de Sudamérica, África, Asia o Europa.
- [No discriminación por edad] Han contratado en ocasiones personas mayores de 50 años.
- [Flexibilidad horaria] El personal de cocina tiene libertad de horarios (en general de entrada entre las 9 y las 10 de la mañana), sólo tienen que asegurar que a la una está todo a punto. No se pide justificar los permisos por cuestiones personales.
- [Política de contratación] Pasados los 3-6 meses, se hace siempre fijo al trabajador.
- [Beneficios sociales] El empresario acostumbra a ayudar al personal extranjero en la regularización de su situación legal, ayuda en las gestiones por la compra de una vivienda u otros trámites importantes.
- [Gestión de conflictos] Por norma general el empresario no interfiere en posibles conflictos, como en otros aspectos deja que de entrada las cosas funcionen por sí solas. Aun así, dispone de criterios claros sobre la necesidad de que el equipo funcione en armonía, con lo cual si una persona lo rompe se le invita a marchar, primando el criterio del equipo al del propio empresario.

EL DATO RESPONSABLE

Un 75% del personal es inmigrado de Sudamérica, África, Asia o Europa.

RELACIÓN CON EL ENTORNO SOCIAL

- [Implicación con la comunidad] Ha participado, con otros tenderos de la calle Barcelona, en la colocación de flores y plantas en el exterior, porque cree que la política de promoción del centro de la ciudad es inadecuada.

Senfo

«Fomento de las relaciones responsables»

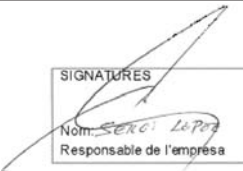

| | |
|-----------------------|--|
| Razón social: | Serveis d'educació no formal, SL |
| Responsable: | Sergi López i Junqueras |
| Año fundación: | 1996 |
| Actividad: | Proyectos ludicoeducativos, sociales y culturales para escuelas, administraciones y empresas |
| Plantilla*: | 225-250 *Entre personal de estructura y desplazado (unos 200) |
| Web: | www.senfo.com |

Antecedentes

La empresa fue constituida por dos hermanos, un educador social y experto en intervención en infancia y adolescencia con riesgo de exclusión, y un abogado y experto en gestión empresarial, inicialmente para ofrecer servicios profesionales de Ocio Educativo en las escuelas. Con el tiempo identificaron un sector incipiente con el objeto de colaborar en la formación integral del niño y el adolescente. La necesidad subyacente es la necesidad de las familias de conciliar la vida profesional con la familiar y escolar “defendemos una idea de conciliación que complemente la educación formal a través de una educación integral del niño, pero que a la vez implica activamente a las familias en el proceso”.

Como sector incipiente, se encontraron con la problemática de la carencia de personal cualificado; “ha sido necesario inventar muchas cosas, que poco a poco se han ido corrigiendo, apostando decididamente por la formación continua como filosofía empresarial. Aún así, sigue siendo necesario el máximo espaldarazo y reconocimiento de esta tarea social por parte de la Administración, la escuela, y los padres y madres al objeto de situar el sector del Ocio Educativo profesional en el lugar que le corresponde por su acción social. De esta forma, caminaremos decididamente hacia una respuesta eficiente, actualizada e innovadora a las necesidades agravadas que demanda la sociedad actual en este sector vital”.

Con la reciente puesta en marcha del primer convenio colectivo del Ocio Educativo, Social y Cultural en Catalunya (promovido por la patronal ACELLEC, que engloba un total de entre 25 y 30 empresas del sector), se ha conseguido un estatus inicial para los y las profesionales que tiene que ir mejorando con el paso del tiempo la consolidación del sector y la sensibilización de las escuelas, la Administración y los propios padres y madres. Una segunda línea de trabajo ha sido el fomento de la profesionalidad y la responsabilidad de los recursos humanos, con aspectos como la autogestión del tiempo y los objetivos, adoptando fórmulas laborales flexibles, captando personal ad hoc para proyectos que después desplazan a las escuelas; “pero no somos una ETT, sino proyeccionistas de Ocio Educativo, Social y Cultural; todo se documenta en un proyecto técnico que define las relaciones con todas las partes interesadas”.

| Firmas | |
|---|--|
|  <p>SIGNATURES</p> <p>Nom: <i>Sergi López</i> Responsable de l'empresa</p> |  <p>Nom: <i>Iolanda Boldú</i> Representant del personal</p> |
| Sergi López (Responsable de la empresa) | Iolanda Boldú (Representante del personal) |

Prácticas responsables más destacadas

| | |
|---|---|
| BUEN GOBIERNO Y TRANSPARENCIA | |
| <ul style="list-style-type: none"> · [Códigos] Existencia de un escrito flexible de la dirección entregado al personal nuevo donde se informa del proyecto global, los criterios de relación con la clientela y las otras partes interesadas. | |
| RELACIÓN CON LA CLIENTELA | |
| <ul style="list-style-type: none"> · [Transparencia] Antes de iniciar una relación con una escuela o administración cliente se formaliza un documento de proyecto técnico, donde se documentan las relaciones con todas las partes interesadas (AMPAs, escuelas, etc.), y se establecen mecanismos de rescisión de contrato si es necesario. | |
| RECURSOS HUMANOS | |
| <ul style="list-style-type: none"> · [Políticas de contratación] Debido a la incipiencia del sector, la empresa ha sido una de las impulsoras del primer Convenio colectivo de Ocio Educativo, Social y Cultural en Catalunya, promovido por la patronal ACELLEC, que agrupa entre 25 y 30 empresas catalanas, con el objeto de facilitar la profesionalización y mejorar las condiciones laborales. La empresa intenta mejorar entre un 5 y un 15%, según los casos, los mínimos que fija el convenio. La filosofía de contratación laboral es primordialmente la indefinida, que abarca la modalidad de fijos discontinuos a tiempo parcial y la indefinida a tiempo completo, con respecto al personal desplazado y de estructura respectivamente. · [No discriminación por edad] Ha participado en un exitoso proyecto piloto ya consolidado de inserción de mujeres mayores de 45 años en el Maresme, con apoyo del Consejo Comarcal del Maresme. Potencian la complementariedad entre jóvenes (actividades e iniciativa) con personas más mayores (madres en muchos casos; por lo tanto, aportan seguridad y experiencia en el trato con niños). · [Flexibilidad horaria] Todo el personal de estructura dispone de plena libertad para organizar su jornada, siempre que no afecte a la actividad de terceros. Organización, por lo tanto, por objetivos. · [Formación] Se subvenciona al 100% un programa de formación tanto para personal de estructura como desplazado, que supone una herramienta de fidelización y vinculación con la empresa, especialmente para este último. · [Bonificaciones a la infancia] Subvención del 100% para hijos e hijas del personal de estructura en las actividades de Centro de Navidad, Semana Santa y verano que organiza Senfo en cualquier parte del territorio catalán. · [Gestión de la ruptura] Especialmente para el caso del personal desplazado, se acompaña, en la medida de lo posible, al personal que debe ser recolocado en otras empresas del sector por la pérdida de algún contrato con alguna escuela cliente. | <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>EL DATO RESPONSABLE</p> <p>La empresa ha sido una de las impulsoras del primer convenio colectivo de Ocio Educativo, Social y Cultural en Catalunya, a través de la patronal ACELLEC.</p> </div> |
| RELACIÓN CON EL ENTORNO SOCIAL | |
| <ul style="list-style-type: none"> · [Donaciones] Algunos miembros del personal de dirección invitan, dando ejemplo, al apadrinamiento de niños y niñas del Tercer Mundo. | |
| RELACIÓN CON LA COMPETENCIA | |
| <ul style="list-style-type: none"> · [Fomento del diálogo] A través de la patronal ACELLEC la empresa participa del diálogo entre las empresas del sector a fin de profesionalizarlo. | |



**FERRETERÍA
LLUÏSA**

Empresas individuales

«La responsabilidad es mía»

| | | | |
|-----------------------|---|--------------------------------|---------------------------------------|
| Razón social: | Anaïs Floristes | Ferretería Lluïsa | Roc Transports |
| Responsable: | Ana Teruel | Lluïsa Ramos | Roc Terricabres |
| Año fundación: | 1999 | 1997 | 1992 |
| Actividad: | Floristería | Ferretería | Transportes |
| Plantilla*: | 1 | 1 | 2 |
| Contacto: | Rda. Santo Oleguer, 122-124 (Mataró) | Poeta Punsola, 1-3 (Mataró) | rocterri@terriespe.com (Argentona) |

Antecedentes

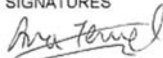




Ana Teruel, originaria de Almería y que siempre se disculpa por no hablar bien el catalán cuando lo hace magníficamente bien, inició su singladura en la floristería en un negocio familiar mientras estudiaba. Al llegar a Catalunya y no encontrar ninguna salida profesional atractiva, optó por montar un negocio de lo que más conocía, la floristería. Apuesta por “hacer cosas que sean diferentes, hago cursillos constantemente, me gusta la decoración, por lo tanto, me gusta la creación y la innovación, diferente de la floristería tradicional”, y acoyo alumnos en prácticas para “colaborar un poco en su aprendizaje, y a la vez ellos me aportan también su visión más fresca, un nuevo punto de vista es un intercambio”.

Lluïsa Ramos, que lleva más de 30 años en la ferretería y que estuvo más de veinte años en una de las tiendas que tuvo que cerrar de una conocida cadena de ferreterías de la ciudad, optó finalmente por montar un negocio de lo que más conocía, la ferretería. Para ella “sólo la familia estaría por encima del negocio, me da motivación, superarme en una venta y pensar que lo he hecho es como un premio”, ayuda a los y las jóvenes porque “a mí no me cuesta más que estar por ellos, me hace sentir mejor, les enseña qué es la vida de un negocio”, y está en la Asociación de Comerciantes porque “tengo cosas que decir y creo que si estoy al frente tengo la posibilidad de decir algo (...) ser negociante es estar presente y luchar”.

Roc Terricabres no había estudiado, empezó trabajando en un hospital. Posteriormente, se sacó el graduado, y al quedarse en paro decidió ayudar puntualmente a su hermana haciendo encargos con su furgoneta 4L, hasta que “fui cogiendo conciencia de lo que quería hacer”, crecer en lo que más le motivaba, los transportes. Asegura que ahora puede “hacer una cosa amena, de la que estoy orgulloso, disfruto haciendo rutas, siendo rápido, mirando de superarme”. Cree en la diversidad, le gusta viajar, “todas las cosas desgarradoras de la sociedad intento integrarlas, y por lo tanto al pedir un trabajador me da igual cómo sea”, y es medioambientalmente sensible, “puede dar risa si quieres, pero tenemos un bolsa de desechos en los camiones que vaciamos periódicamente (...) me incordia ver cómo salen papeles de las ventanas de los coches”.

Firmas

| | | |
|--|---|---|
| SIGNATURES  Nom: Ana Teruel |  |  Nom: Roc Terricabres Signa pel que li correspon |
| Ana Teruel | Lluïsa Ramos | Roc Terricabres |

Prácticas responsables más destacadas

RELACIÓN CON LA CLIENTELA

- [Garantía] Anaïs **cambia una planta** o una flor que no aguante 2 o 3 días (garantía informal).
- [Formación] Anaïs asiste a **cursos especializados** con asiduidad (novias, Navidad, decoración de restaurantes, etc.)
- [R+D+i] Lluïsa ha reformado recientemente la tienda para dotarla de una mayor zona de exposición y escaparate a partir de las necesidades detectadas.
- [Fidelització] Anaïs realiza **obsequios** a la clientela habitual durante épocas como la Navidad, o pequeños regalos según determinados volúmenes de venta.

RECURSOS HUMANOS

- [Acogida de personas en prácticas] Anaïs acoge anualmente en prácticas a **jóvenes con necesidad de orientación laboral**, en el contexto del programa Xplora del IMPEM. También colabora con el Ayuntamiento de Vilassar de Mar al acoger a gente en prácticas.
- [Acogida de personas en prácticas] Lluïsa también acoge a unas 4 personas al año entre 2 y 4 días para que tengan su **primer contacto con el mundo laboral**.
- [Política de contratación] En la oferta de trabajo que Roc transmitió al IMPEM no hizo **ningún tipo de discriminación** por razones de edad, género u origen, y acabó finalmente contratando a un hombre de más de 40 años.
- [Flexibilidad horaria y conciliación] Roc tiene un acuerdo verbal con su trabajador para que pueda tener **fiesta 2 o 3 tardes** a la semana. De mutuo acuerdo, también **adaptan el horario laboral** a las necesidades del trabajo por la estacionalidad que pueda presentar.

EL DATO RESPONSABLE

Las relaciones personales directas ayudan a entender mejor la responsabilidad social.

RELACIÓN CON EL ENTORNO SOCIAL

- [Implicación con la comunidad] Anaïs colabora con las fiestas del barrio **donando algunas plantas**.
- [Voluntariado] Lluïsa **colabora con la Asociación de Comerciantes** de Rocafonda en los actos de las fiestas del barrio. También es la presidenta de dicha asociación, a través de la cual es presente en el Àgora de Mataró.

MEDIO AMBIENTE

- [Uso de materiales] Anaïs sólo vende **productos fertilizantes ecológicos**, poco difundidos hoy por hoy y que todavía no son obligatorios.
- [Gestión de residuos] Los dos camiones de Roc tienen en la cabina una **bolsa de desechos**, donde es obligatorio tirar todos los residuos y desechos que se generan.

Conclusiones finales del estudio

Del estudio realizado podemos concluir algunos aspectos destacables:

1. Las PIME de Mataró tienen un **potencial importante** en cuanto a RSO. El estudio de 2005 dejó claro que existe una motivación subyacente importante entre el empresariado, que pese a todo aún no se plasma en grandes prácticas concretas. Los ejemplos dados pretenden precisamente hacer un llamamiento a esta motivación para romper las reticencias que pueden existir todavía para traducir en prácticas la motivación.
2. El **mensaje a transmitir a las PIME** tiene que ser práctico, sobre todo destacando el ejemplo que empresas como las estudiadas pueden dar en el sentido de que es posible considerar que “responsabilidad social = rentabilidad sostenible”.
3. Todas las empresas, independientemente de su tamaño, pueden ser socialmente responsables y obtener ventajas. Por lo tanto, ya no discutimos sobre el sentido de la RSO en términos de un eje Gran Empresa – PIME, sino en **el eje PIMES – microempresas**, y la respuesta es siempre positiva.
4. En el ámbito de los **Recursos Humanos** la mayoría de las empresas estudiadas tienen buenas prácticas, por el hecho de que es un público común e importante para todas ellas. Pero cabe decir que hay subámbitos que están claramente poco trabajados, como es la conciliación entre la vida laboral y la personal y familiar, la integración de personas con discapacidad, la diversidad de razas en el trabajo y las prácticas más allá de la ley en temas de seguridad, salud e higiene en el puesto de trabajo.
5. Hay otros ámbitos incipientes que pueden aportar un gran sentido de responsabilidad a las empresas y que, a la vez, hacen de efecto multiplicador. Los **criterios socialmente responsables en la elección de las empresas proveedoras** es el primer catalizador social de difusión de la RSO. Si todas las empresas introducen algún criterio, la RSO se puede acabar difundiendo como una mancha de aceite por la vía del abastecimiento a todo el mercado.
6. Un segundo ámbito incipiente y que puede aportar una enorme potencialidad de retorno en ventajas a medio y largo plazo es **la acción social y la implicación con el territorio**. Las PIME por naturaleza tienen un impacto natural en un territorio local. Desarrollar acciones al respecto puede aportar elementos en la mejora de la reputación de la empresa y actuar de manera preventiva ante contingencias o necesidades futuras del entorno.
7. Las acciones deben tener un cierto **alineamiento estratégico**, es decir, es necesario que tengan un sentido para la empresa, ya sea por cultura, sector económico o imagen buscada, si se quiere que las ventajas sean sostenibles en el tiempo y aporten claros beneficios. Es necesario asumir que comunicar la RSO no debe ser un tabú, aunque hagan falta herramientas no convencionales de comunicación siempre accesibles a la PIME.
8. Ahora bien, si el papel de las PIME es claro, no lo es menos la **implicación de la Administración al difundir sus prácticas**, cosa que premia a las empresas socialmente responsables y a la vez promueve un efecto de imitación entre otras empresas.
9. Aun así, la mejor política pública es **practicar con el ejemplo**. El 40% del PIB del Estado es generado por las compras del sector público, con lo cual la introducción de criterios de responsabilidad social en las compras, y la difusión de prácticas propias, crea de forma automática y de la noche a la mañana (aunque no es fácil cambiar la sistemática) un mercado socialmente responsable de ámbito estatal.
10. Con todo esto, justo es decir que los **consumidores y consumidoras** tienen también un papel clave: a través de sus decisiones de compra deberán premiar a las empresas socialmente responsables. De este modo, es posible generar argumentos sostenibles ante el empresariado. Las empresas son y deben ser organizaciones lucrativas.