

**CATALOGO DE BUENAS
PRÁCTICAS DEL PROYECTO
CORES II.
2009/2010**

IMPLANTACIÓN Y
COMUNICACIÓN DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
EN LAS PYMES

CORES 



1. Introducción.	3
2. La Responsabilidad Social Empresarial: principios y conceptos claves.	5
3. Los ámbitos de la RSE y de las buenas prácticas del CORES II.	10
4. Buenas prácticas de RSE CORES II: las PYMEs de la Comunidad de Madrid.	11
GBS Finanzas	11
Signet Armorlite Ibérica S.A.	15
TANDEM	17
Colegio MARAVILLAS	19
ANTARTIDA	22
SUPRACAFE	24
Grupo formar-se	27
5. Buenas prácticas de RSE CORES II: las PYMEs de Cataluña.	30
BERNADÍ	30
CALAIX DE CULTURA	33
Divu*Ciencia	35
MADRE MÍA del Amor Hermoso	38
RIUS CONSULTORS I ASSOCIATS	41
Trànsit Projectes	44
TECHNICAL RACING COMPOSITES	50



1. Introducción.

Después de llevar a cabo el proyecto **CORES** en el período 2007-2008, cuyo objetivo fue acercar las herramientas de la **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** a las Pymes y en el que se consiguió que las empresas participantes mejorasen su relación con sus públicos relacionados y dispusieran de mayor visibilidad gracias al plan de comunicación desarrollado en el marco del proyecto, en 2009 se ha impulsado el desarrollo del proyecto **CORES II** (Implantación y comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMEs).

CORES II es un proyecto cofinanciado por la Dirección General de Política de la Pyme (Ministerios de Industria, Turismo y Comercio) a través del programa Innoempresa Supraregional.

Los objetivos del proyecto han sido:

- Mejorar el comportamiento ambiental y social de las empresas.
- Promocionar y fomentar el concepto de RSE.
- Alinear las estrategias de RSE de las empresas con las políticas públicas.
- Ofrecer herramientas para la gestión del cambio.

El hecho de focalizarse en el segmento de las PYMEs se justifica por el resultado de los trabajos realizados, en su día, por el Observatorio Europeo de la PYME, que señaló que las principales características de la RSE en PYMES eran las siguientes:

- Las actividades de RSE son habituales en las PYMES, aunque éstas no identifiquen dichas actividades con el concepto de RSE.
- La RSE depende de la cultura y de la sociedad en la que se desarrollan dichas actividades y por ello la RSE está más extendida en países donde la solidaridad y el respeto al medio ambiente son valores fuertemente arraigados.

- Se asimila una política de RSE como una cesión por parte de los beneficios económicos a la sociedad y no como un cambio en los valores y en la forma de gestionar los negocios.
- Sus actividades de RSE son, en su mayoría, ocasionales y no forman parte de su estrategia empresarial. Las realizan cuando surge una ocasión concreta y cuando disponen de recursos para ello. Por este motivo, las actividades de RSE son consideradas como un gasto sin contrapartida y no como una inversión que les proporcione beneficios actuales y futuros.

De ahí que, en su Comunicación de marzo de 2006, la Comisión Europea indicase que el impacto colectivo de la RSE, tal como la practican las PYME, resulta básico para aprovechar plenamente el potencial de la RSE como un elemento que debe contribuir al crecimiento, al empleo y al desarrollo sostenible en Europa.





2. La Responsabilidad Social Empresarial: principios y conceptos claves.

La Responsabilidad Social Empresarial es un término de complejas resonancias aunque, de hecho, es una idea relativamente sencilla.

La Comisión Europea define la RSE como *“un concepto por el que las empresas integran voluntariamente la preocupación por temas sociales y medioambientales en sus operaciones empresariales y en sus interacciones con terceros”*.

La RSE se basa en lo que las empresas pueden hacer, y no en lo que deben hacer; se refiere a oportunidades y no a obligaciones. En pocas palabras, se trata del modo de añadir valor a la empresa mediante un análisis más detenido de algunos de los aspectos sociales y medioambientales de las actividades empresariales.



Una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés. En el ámbito internacional, en las últimas décadas, la RSE ha empezado a desarrollarse en buena medida por el impulso de las iniciativas y denuncias de la sociedad civil y las organizaciones no gubernamentales. Estas demandas de una responsabilidad social a las empresas han sido recogidas por las Organizaciones Internacionales y han inspirado buena parte de su actuación en esta materia.

La RSE se refiere a cómo las empresas son gobernadas respecto a los intereses de sus trabajadores, sus clientes, proveedores, sus accionistas y su impacto ecológico y social en la sociedad en general.

En España, la RSE tiene su origen a finales de los años 90 a través de la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO) que introduce el concepto de Inversión Social Responsable. La RSE incorpora respeto por la ética, las personas, las comunidades y el Medio Ambiente. Es un conjunto de políticas, prácticas y programas que están integradas en todo el proceso de operaciones de los negocios y en su toma de decisiones. Las empresas se han dado cuenta que estas prácticas incrementan su productividad y crean una imagen positiva de la compañía. Una estrategia efectiva de RSE por parte de las empresas puede traer ganancia de competitividad además de un impacto social, económico y ambiental positivo.

Por esa razón las PYMEs están dejando de ver estas prácticas como algo exclusivo de las grandes corporaciones y están incrementando su atención en las prácticas de RSE como medio para mantener o abrir acceso a los mercados.

En el ámbito laboral, se entiende como la ética de compromiso por una acción constante para mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los trabajadores y su entorno, que vaya más allá de lo establecido en la ley y que permite a la empresa ser más competitiva.

(Foro de Expertos RSE (2005): I, II y III Sesión de trabajo: definición y ámbito de la RSE,

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales).



No es de extrañar, por tanto, que el proyecto **CORES II** apueste precisamente por promover un proyecto dedicado a las PYMEs.

El proyecto **CORES II** se ha entendido sobre la base de que una empresa sólo es responsable si comunica a la sociedad y a sus grupos de interés los impactos generados a través de su actividad, poniendo en práctica el ejercicio de la transparencia y dando un valor a las actuaciones de las organizaciones en esta materia.

El alcance del proyecto ha llevado al equipo de trabajo a asesorar a 7 empresas en Cataluña y 7 más en la Comunidad de Madrid. El trabajo realizado con las empresas se ha orientado a dar respuesta a las preguntas ¿qué se debe comunicar? y ¿cómo se debe comunicar la RSE?

Uno de los objetivos principales del proyecto **CORES II** ha sido identificar y recopilar las acciones más destacables de las pymes participantes y recogerlas en el “Catálogo de Buenas Prácticas en RSE del Proyecto CORES”; esto se ha hecho con la finalidad de



reconocer la labor de las pymes en RSE y animar a empresas homólogas a seguir este camino.

Para la elaboración de este catálogo se procedió a identificar, priorizar y seleccionar los principales casos de éxito detectados durante el trabajo con las 14 empresas participantes en el proyecto con el doble objetivo de:

- Servir de ejemplo: se trató de presentar dicho contenido de un modo eminentemente didáctico, de tal manera que las empresas no iniciadas puedan llegar a conocer cada vez mejor qué tipo de actuaciones pueden ser consideradas RSE y qué pasos pueden dar para integrar dicha filosofía o estilo de gestión en su organización.
- Apoyar la difusión de la iniciativa y de las empresas participantes en ella: de ahí que se haya tratado de presentar la información teniendo en cuenta dos criterios complementarios:
 - Por una parte, recoger toda la información sobre las buenas prácticas RSE identificadas.
 - Y, por otra parte, hacer mención en al menos una ocasión a todas las PYMEs participantes.

Debido a esta necesidad de encaje, es importante tener en cuenta que ni las buenas prácticas seleccionadas por empresa tienen por qué ser sus medidas más destacadas ni que las empresas escogidas para representar una determinada buena práctica constituyan el caso de éxito más notorio entre todo el colectivo; simplemente, se ha procurado lograr el equilibrio óptimo entre ambas cuestiones, teniendo como objetivo que este permita comprender el sentido de la buena práctica y servir como ejemplo de la misma.

Es preciso señalar, también, la limitación asociada al distinto grado de información disponible sobre las PYMEs de las distintas regiones participantes; un hecho que ha podido impactar de manera más o menos directa tanto en la selección de las buenas prácticas por empresa como en el grado de detalle de las mismas.





3. Los ámbitos de la RSE y de las buenas prácticas del CORES

II.

Las buenas prácticas que se presentan en este documento han sido clasificadas en función a su “ámbito de pertenencia de la RSE”: un ámbito de la RSE que es tanto interno como externo a la empresa.



En su **ámbito interno** se refiere a los derechos de los trabajadores a la libre negociación colectiva, a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, a la no discriminación por razón de edad, origen racial o étnico, religión o discapacidad, a la salud y seguridad laboral, y a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.



En el **ámbito externo** se refiere al respeto riguroso a los derechos de los clientes y consumidores que compran sus productos y servicios o de sus proveedores, al respeto a los Derechos Humanos y a la no connivencia con la corrupción o con el soborno, y la acción cultural, medioambiental o social de las empresas, entendida ésta última como la asignación de recursos empresariales a proyectos relacionados con personas desfavorecidas en las comunidades donde opera la empresa. En su ámbito externo se refiere también al respeto al medio ambiente en la actividad de la empresa, en la medida en que la calidad y la conservación de éste, como marco en el que se desarrolla la vida y como fuente de recursos, preocupan a los grupos de interés.



4. Buenas prácticas de RSE CORES II: las PYMEs de la Comunidad de Madrid.

GBS Finanzas



La empresa **GBS Finanzas** fue fundada en 1991 por un grupo de profesionales con gran experiencia en bancos de inversión internacionales de primer nivel, siendo actualmente una de las principales entidades dedicadas a Investment Banking en España.

La experiencia del equipo de profesionales de **GBS Finanzas** comprende el asesoramiento de operaciones en prácticamente cualquier sector de actividad. Entre los clientes de la compañía figuran empresas cotizadas en Bolsa, multinacionales con presencia en España y compañías de accionariado familiar.

El área de actuación de **GBS Finanzas** es principalmente el mercado español y portugués, habiendo llevado a cabo también proyectos con clientes en varios países de Europa, Estados Unidos y América Latina.

GBS Finanzas es actualmente la principal entidad en Investment Banking totalmente independiente en España, habiendo ampliado su gama de servicios hacia distintos segmentos del mercado. Su oferta actual incluye las siguientes áreas de asesoramiento:

- **GBS Finanzas Corporate Finance**



- **GBS Finanzas** Family Office
- **GBS Finanzas** Alternative Investments
- **GBS Finanzas** Private Equity
- **GBS Finanzas** Real Estate

GBS Finanzas Corporate Finance presta servicios de asesoramiento para proyectos relacionados con adquisiciones de compañías, desinversiones, alianzas estratégicas y, en general, todas las materias relacionadas con Corporate Finance, entre las que destacan:

- Fusiones
- Valoraciones de empresas
- Alianzas estratégicas
- Asesoramiento pre-bolsa
- Elaboración de dictámenes independientes
- Adquisiciones de ramas de actividad
- Compra o ventas de compañías
- Procesos de privatización
- Operaciones apalancadas (LBO, MBO, MBI)
- Estrategias de defensa ante situaciones



Como fruto de la amplia y dilatada experiencia desde 1991 como asesores de operaciones corporativas **GBS Finanzas** ha sido premiada por la publicación de referencia en el sector, Acquisitions Monthly, con los siguientes galardones:



“the M&A world’s most
prestigious awards...”



- **Continental Independent Corporate Finance House of the year (2005)**
- **Iberia M&A Adviser of the year (2008)**

En 2005, **GBS Finanzas** fue la primera entidad española en recibir este premio, en cualquiera de sus categorías, reconociendo así a la empresa como mejor entidad independiente del sector en Europa.

Además, en 2008 **GBS Finanzas** fue galardonada como el mejor asesor para operaciones corporativas en España y Portugal (país donde actúa desde hace más de una década).

Durante el desarrollo del proyecto **CORES II** se han identificado las siguientes acciones como buenas prácticas de la compañía:

- **Publicación del ‘White Book’: GBS Finanzas.** La compañía entrega a todas sus nuevas incorporaciones un ‘White Book’ en el que se describe el código de conducta, la misión, visión y valores de **GBS Finanzas**. Así mismo, la misión y los valores son publicados en la página web de la empresa. Proporcionar el “White book” y dar a conocer el código de conducta, la misión, la visión y los valores han servido a la empresa para que los empleados recién llegados entiendan las características de la empresa a la que acaban de incorporarse y además se les previene de posibles infracciones. Por infracciones se entienden aquí el



incumplimiento de la política de privacidad de la empresa (al tratar esta con información confidencial). Asimismo, existe un código de pautas a seguir en relación a las compañías cotizadas con las que se trabaja y que permite a la empresa cumplir con las normas fijadas por la Comisión Nacional de Valores (CNMV).

- **Respeto a la diversidad e igualdad de oportunidades.** En **GBS Finanzas** existe una preocupación para asegurar la igualdad de oportunidades y permitir la conciliación de la vida laboral y profesional. Actualmente, hay dos mujeres en plantilla que disponen de reducción de jornada por maternidad. Los trabajadores tienen acceso a la red de **GBS Finanzas** en sus portátiles y tienen a su disposición teléfono de empresa y, en algunos casos, HTC. Mediante estas medidas, en **GBS Finanzas** se permite el teletrabajo en caso de que se considere necesario. Esta política de respeto a la diversidad e igualdad de oportunidades ha permitido a **GBS Finanzas** reducir el grado de absentismo laboral y conciliar la vida laboral y personal de los empleados, algo que, sumado a la gran diversidad cultural existente en la plantilla, aporta un beneficio y un alto valor añadido para la empresa.



Signet Armorlite Ibérica S.A.



Signet Armorlite Ibérica S.A. es una empresa especializada en el sector óptico. Los principales clientes de la empresa son ópticas, desde la pequeña óptica de barrio hasta las grandes cadenas independientes. ARMORLITE fue fundada a finales de los años 40 en California, siendo una empresa pionera en el desarrollo de material orgánico. Por su parte, **Signet Armorlite Ibérica** nació en 1960, también en California, como laboratorio para la fabricación de lentes oftálmicas. La fusión de las dos empresas tuvo lugar en 1983 y dio paso a la empresa actual, SIGMET ARMORLITE INC. Con unos pilares sólidos en cuanto a especialización y conocimiento del sector, esta será elegida como la compañía que, desde 1993, fabrique y distribuya, en exclusiva mundial y bajo licencia de EASTMAN KODAK, los productos KODAK LENS.

SIGNET ARMORLITE INC. tiene su sede central en San Marcos, California, donde se encuentran las instalaciones para la producción de lentes semiterminadas (materia prima) para todas sus filiales y distribuidoras (más de 28 en todo el mundo), entre las que destacan las europeas, siendo una de ellas **Signet Armorlite Ibérica** que opera en España, Portugal y Francia.

SIGNET ARMORLITE está presente en España desde 1988 cuando esta adquirió OFTÁLMICA GALILEO, la empresa con más tradición en la fabricación de lentes oftálmicas. Hoy por hoy, **Signet Armorlite Ibérica** es una de las empresas con mayor crecimiento y evolución en el mercado español y europeo, dedicando gran parte de sus recursos, tanto a la mejora de los aspectos materiales y humanos como al desarrollo de las lentes progresivas para el mercado. **Signet Armorlite Ibérica** destaca por los tratamientos que ofrece y por la calidad y las prestaciones de los productos que se



distribuyen en el mercado. La inversión en I+D+I que se realiza desde la casa matriz SIGNET ARMORLITE, tiene su reflejo en una amplia gama de productos que destaca por su innovación y su calidad.

Durante el desarrollo del proyecto **CORES II** se han identificado las siguientes acciones como buenas prácticas de la compañía:

- **Jornada Laboral flexible:** La empresa ofrece a los empleados una alta flexibilidad en los horarios de entrada y salida, en los días laborables por semana (con la posibilidad de trabajar de martes a sábado o de lunes a viernes), ofreciendo la jornada intensiva los viernes y los tres meses de verano y permitiendo la acumulación de días de vacaciones y descansos por horas extras trabajadas (mediante el pago de las mismas y la concesión de un día añadido de vacaciones). En **Signet Armorlite Ibérica** se ponen todos los esfuerzos en adecuar, en la medida de lo posible, los horarios laborales a las circunstancias personales de los trabajadores. Esto se consigue mediante la posibilidad de trabajar en jornadas partidas, turnos exclusivamente de mañana o tarde, etc.
- **Igualdad de oportunidades:** En **Signet Armorlite Ibérica** se intenta asegurar la igualdad de oportunidades tanto en materia de formación como en el desarrollo de planes de carrera, siempre haciéndolo con independencia del sexo, la nacionalidad o la religión de los trabajadores. De la misma manera se intenta asegurar la máxima paridad en la plantilla asegurando la presencia de mujeres en todas las áreas y categorías de la empresa.



TANDEM es una escuela internacional de enseñanza de idiomas (inglés, alemán y español) orientada a particulares, empresas e instituciones diversas. En paralelo a estas actividades, **TANDEM** desarrolla tareas de formación de profesorado en lenguas y se encarga de desarrollar programas culturales.

TANDEM es una organización que cuenta entre sus prioridades con una gestión innovadora de la calidad, por lo que durante años se ha sometido a procesos de inspección por parte de prestigiosos organismos, entre los que destaca el Instituto Cervantes.

Incluida dentro de la visión de calidad de la empresa se encuentra no sólo la buena gestión administrativa, organizativa, económica y de los recursos humanos de la empresa, sino también la adecuación a las necesidades de conciliación de los trabajadores, el cumplimiento de las buenas prácticas en materia medioambiental y el mantenimiento de una política consecuente de igualdad.

En relación a este último objetivo, **TANDEM** llevó a cabo, durante el año pasado, los procedimientos necesarios para obtener el Plan de Igualdad de la Comunidad de Madrid.

Actualmente, la estrategia de **TANDEM** se centra en trabajar de manera más intensiva las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad. Esta estrategia es la continuación de los esfuerzos de la empresa para garantizar una gestión humanista y honesta que asegure el bienestar de sus empleados, la honestidad en las relaciones laborales, la



excelencia en el trabajo, el buen servicio al cliente y la satisfacción por el trabajo bien hecho.

Durante el desarrollo del proyecto **CORES II** se han identificado las siguientes acciones como buenas prácticas de la compañía:

- **Apoyo a las acciones solidarias: TANDEM** es una empresa preocupada por las cuestiones que afectan a la sociedad que la rodea y por ello colabora con la ONG Ayuda en Acción a la que dona el 0,7% de sus beneficios para el desarrollo de proyectos educativos en el Tercer Mundo. Mediante estas acciones, la empresa extiende y hace visible su compromiso con la sociedad.
- **Preocupación social: TANDEM** ofrece descuentos a personas en situación de desempleo con el objetivo de contribuir a la mejora de la situación socio-económica en la que estas se encuentran.



Colegio MARAVILLAS



El **Colegio MARAVILLAS** es un centro educativo privado, formado por una comunidad educativa que tiene como fuerza integradora la responsabilidad compartida, que evalúa constantemente sus actitudes y sus prácticas y que está atenta al cambio con el fin de renovar objetivos, programas y métodos.

El **Colegio MARAVILLAS** imparte Educación Primaria, Secundaria Obligatoria y Bachillerato. Junto a ello, desarrolla 35 actividades extraescolares y cuenta con una escuela de padres, a lo que se tienen que añadir otros servicios como: servicios médicos, ONG-Edificando, tienda, comedor, cafetería, 5 rutas de transporte o el desarrollo de cursos lectivos en el extranjero.

La visión de futuro del **Colegio MARAVILLAS** es la de convertirse en una “comunidad educativa comprometida con el desarrollo de las personas y con el cambio en la sociedad, que ofrezca una excelencia educativa, basada en evidencias, y todo ello facilitado por un sistema de gestión innovador”. De este modo, Innovación y Conocimiento se convierten en el núcleo central del plan, y la “formación integral y excelente, tanto académica como en valores” en su centro de atención.

Durante el desarrollo del proyecto **CORES II** se han identificado las siguientes acciones como buenas prácticas de la compañía:

- **Jóvenes y sostenibilidad:** El **Colegio MARAVILLAS** desarrolla dentro del marco del Ecoparlamento Europeo de los Jóvenes por la sostenibilidad el programa de



las Tres Erres Maravillas. El Coparlamento europeo incentiva las acciones escolares que movilizan a la población para actuar a favor del medio ambiente. Los proyectos desarrollados dentro de este marco de actuación se recogen en el libro Jóvenes por la Sostenibilidad, que se hará llegar a los principales agentes de la sociedad española.

- **Fomento del voluntariado.** En el **Colegio MARAVILLAS** se da una gran importancia a la incentivación de acciones de voluntariado por parte de los alumnos. De este modo, se desarrollan a lo largo de los cursos académicos actividades enfocadas a concienciar al alumnado de la importancia de las actitudes responsables con la sociedad. Entre estas actividades cabe destacar la participación de la escuela en campañas de las organizaciones Domund, Manos Unidas, Edificando, etc.

Para fomentar el desarrollo de las actividades de voluntariado se crean entre los alumnos Equipos de Dinamización de Campañas encargados de coordinar las actividades relacionadas con estas. Aunque estas iniciativas ya se desarrollan entre los alumnos de educación primaria y ESO, es entre los estudiantes de Bachillerato donde se hace especial hincapié en la participación en acciones solidarias. Así, a lo largo de sus años formativos los alumnos perciben la importancia de tomar parte en acciones responsables con su sociedad y toman conciencia de la importancia de su compromiso social.

Causa que motivó el desarrollo de la práctica:

Uno de los valores que el centro trabaja con todos los alumnos, pequeños y grandes, es la responsabilidad. Difícilmente podríamos defender este valor sin una implicación social con el medioambiente y la solidaridad. Es una exigencia de coherencia en los planteamientos educativos.



Beneficios generados para la empresa:

Los más importantes, cumplir con el compromiso adquirido con las familias y los alumnos, satisfacción de un trabajo bien realizado y seguridad de un futuro con más oportunidades para todos.

Beneficios que ofrece a los destinatarios de la práctica:

Experiencia positiva al comprometerse y llevar a cabo acciones sociales. Conocer la realidad del mundo y no sólo el pequeño círculo donde se vive. Amplitud de miras y de espíritu. Conocer otros grupos sociales que también está comprometidos.

Recursos empleados:

El centro dispone de un Departamento para este tipo de actividades llamado: Departamento Social al frente del cual se encuentra una persona dedicada a organizar, facilitar, resolver, coordinar este tipo de actividades. Además contamos con la participación de otros profesores que colaboran y con una ONG en el centro que impulsan las familias.



ANTARTIDA

ANTARTIDA es una empresa de consultoría en Tecnologías de la Información y Servicios Informáticos integradora, dinámica y que basa su actuación en el trabajo en equipo, la motivación de los trabajadores, la formación continua y un compromiso firme de innovación para sus clientes y trabajadores. Para ello **ANTARTIDA** considera la profesionalidad de toda su plantilla como su mayor activo. Esto tiene como resultado una plantilla en crecimiento, comprometida y consciente de la apuesta de la empresa por la tecnología y las soluciones innovadoras a las necesidades de los clientes.

En este sentido, y haciendo uso de su experiencia en un amplio espectro de actividades y servicios, **ANTARTIDA** ha desarrollado, entre otros materiales, la herramienta ProfitBC de Gestión de Soluciones Integrales para la PYME.

Con una plantilla en crecimiento, **ANTARTIDA** apuesta por la formación constante de sus trabajadores, con la intención de potenciar las capacidades de estos y dotarlos de las mejores herramientas para desarrollar su trabajo. Esta preocupación por los trabajadores nace de la convicción por parte de la empresa de que su mayor activo es el potencial humano de su plantilla.

Durante el desarrollo del proyecto **CORES II** se han identificado las siguientes acciones como buenas prácticas de la compañía:

- **Formación Continua:** **ANTARTIDA** considera imprescindible la formación continua de sus empleados para asegurar así la renovación y el desarrollo de nuevos recursos que ayuden, tanto a los empleados como a la empresa, a mejorar su eficacia y la gestión del trabajo. La formación media que se ofrece



por empleado puede alcanzar, de media, las 20 horas anuales. Estas actividades formativas están orientadas a la totalidad de la plantilla y buscan mejorar el grado de satisfacción y confianza de los trabajadores.

- **Políticas de incentiación:** Para asegurar la eficiencia del trabajo y recompensar el trabajo bien hecho, **ANTARTIDA** dispone de una media salarial de más de 30.000 euros anuales como incentivo a una plantilla que continua creciendo y que sigue incorporando profesionales comprometidos con su trabajo. Mediante estos incentivos la empresa pretende compensar los esfuerzos de la plantilla en el desarrollo de las actividades de la compañía.



SUPRACAFE



SUPRACAFE S.A. se constituyó como Sociedad Anónima el 11 de Mayo de 1990, no habiendo modificado, desde entonces, su denominación social. El objeto social de **SUPRACAFE S.A.** es la importación, proceso y comercialización de cafés de alta calidad. **SUPRACAFE S.A.** comercializa exclusivamente cafés 100% arábicas de tueste natural y clasificación gourmet, además de otros productos como té especiales, azúcares, chocolates, etc. que completan la línea de cafés de alta gama.

Además de lo anterior, otros rasgos diferenciadores de la empresa son los siguientes:

- Especialidad en café 100% de Colombia.
- Selección e importación directa de la materia prima.
- Todos los cafés comercializados por S **SUPRACAFE S.A.** son varietales certificados con garantías de origen, productor, zona, variedad y cosecha.
- La atención a los clientes de **SUPRACAFE S.A.** es personalizada y los servicios prestados incluyen asesoría, supervisión de equipos, catas, cursos de formación, etc.
- La empresa mantiene un compromiso con la calidad y el buen hacer, características que le confieren un extraordinario valor y que han contribuido a que la empresa haya sido calificada como una de las más prestigiosas en el mercado, implantando y certificando los sistemas de gestión de calidad ISO 9001:2008, y el de gestión ambiental ISO 14001:2004. También se ha obtenido la licencia de uso de la Marca de Garantía MADRID EXCELENTE en reconocimiento al desarrollo de las



labores de calidad.

Como parte integral de la atención al cliente, **SUPRACAFE S.A.** ofrece los siguientes servicios:

a) Asesoría en todos los temas referentes a la calidad del café: cursos, catas, etc.

b) Supervisión y asesoramiento sobre los equipos de preparación del café y su funcionamiento.

c) Control de rotación: suministro periódico para garantizar la frescura y la máxima calidad del producto.

e) Visitas a las instalaciones: supervisión y explicación del proceso.

En **SUPRACAFE S.A.** todos los servicios son personalizados y se prestan de manera individualizada para cada cliente.

Durante el desarrollo del proyecto **CORES II** se han identificado las siguientes acciones como buenas prácticas de la compañía:

- **Compromiso con la calidad, medio ambiente y el buen hacer:** Estas características confieren a la empresa un extraordinario valor y han contribuido a que esta haya sido calificada como una de las más prestigiosas en su mercado de actuación; prueba de esta preocupación son la implantación y certificación de los sistemas de gestión de calidad ISO 9001:2008, y el de gestión ambiental ISO 14001:2004.
- **Integración social: SUPRACAFE S.A.** emplea personas con minusvalía en su organización, lo que resulta significativo por su tamaño (al tratarse de



una Pyme) y por el hecho de que por número de empleados no está sujeta a una obligación legal. (LISMI).

- **Conciliación:** **SUPRACAFE S.A.** tiene implantado un sistema de horarios flexible con el objeto de facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral de sus trabajadores.
- **Compromiso con productores y desarrollo de programas sociales** en origen tanto con programas de apoyo directos, como a través del Sello de Comercio Justo y la participación en la Fundación Cafemundi. La constante preocupación por el desarrollo económico y social de las comunidades cafeteras en origen ha sido una de las prácticas en las que **SUPRACAFE S.A.** ha venido prestando especial atención y apoyo.



Grupo formar-se



Grupo formar-se es una de las principales consultoras del ámbito de la Formación Continua presentes en el Estado Español. Se entiende este tipo de formación como aquella que incide sobre las necesidades formativas de los trabajadores en su puesto de trabajo u orientadas a la mejora de su perfil profesional.

Formar y Seleccionar, S.L. - FORMAR-SE nace el 20 de enero de 2004 con la intención de ofrecer servicios formativos de valor añadido a agentes sociales, organizaciones empresariales, empresas y trabajadores. A lo largo de estos años se ha convertido en uno de los puntales para la formación de los Recursos Humanos de numerosos sectores de actividad.

El crecimiento sostenido de las líneas de negocio en las que FORMAR-SE es especialista, ha permitido que, durante el año 2009, se haya abordado la consolidación de FORMAR-SE como grupo empresarial. En el presente año ha nacido, por tanto, el **Grupo formar-se** compuesto por empresas especializadas en diferentes áreas de la Formación y la Consultoría:

- **Formar y Seleccionar, S.L.:** Especialista en la gestión de Formación Continua subvencionada mediante Contratos Programa.
- **FORMAR-SE CANARIAS, S.L.:** Dedicada especialmente a la gestión de Formación Continua para trabajadores ocupados en el territorio de las Islas Canarias.



- **FORMAR-SE TRAINING, S.L.:** Dedicada a la gestión de Planes de Formación Bonificada, Formación “In Company” y Formación a Medida.
- **FORMAR-SE PROYECTOS, S.L.:** Especializada en la gestión de proyectos estatales y autonómicos de investigación social y de mercados, proyectos relacionados con las nuevas tecnologías, consultoría de Formación, etc.
- **FORMAR-SE ESTRATEGIAS, S.L.:** Centrada especialmente en labores de consultoría estratégica: Comunicación y Marketing, Implantación de Calidad y otras certificaciones, Recursos Humanos, etc.

En todos los proyectos emprendidos desde el **Grupo formar-se** se ha primado siempre la satisfacción de sus clientes, apostando por la generación, desde el punto de vista formativo e informativo, de iniciativas innovadoras que permitan a los agentes sociales, asociaciones empresariales y empresas afrontar los desafíos de un mercado de trabajo eminentemente cambiante y repleto de retos de futuro.

Factores como la profesionalidad, la innovación (tanto metodológica como tecnológica) y la especialización sectorial han permitido que **Grupo formar-se** se haya convertido en una institución de referencia en el ámbito de la formación no reglada para múltiples sectores de actividad.

Durante el desarrollo del proyecto **CORES II** se han identificado las siguientes acciones como buenas prácticas de la compañía:

- **Apoyo a las acciones solidarias:**

Grupo formar-se lleva colaborando en acciones solidarias desde su nacimiento en 2004. Estas acciones han surgido a raíz de varias iniciativas espontáneas de los trabajadores, y otras promovidas por la propia organización. Para **Grupo formar-se** colaborar con estas causas supone por un lado, contribuir al



mejoramiento social, y por otro, apoyar las iniciativas de los trabajadores. La repercusión de este tipo de acciones en el beneficiario es positiva y muy superior a lo que podamos a simbólica aportación que hacemos.

- **Campañas de sostenibilidad:**

El Medio Ambiente y la Sostenibilidad son ámbitos con los que **Grupo formar-se** está sensibilizado desde su creación. A lo largo de nuestra trayectoria hemos desarrollado numerosas iniciativas. En su mayoría relacionadas con las prácticas internas de la organización, optimizando recursos siendo responsables con el Medio Ambiente. Ya de carácter externo, **Grupo formar-se** ha colaborado en estudios de investigación relacionados con las energías renovables y las buenas prácticas medioambientales. Nuestra pequeña aportación contribuye a crear un mundo más sostenible.



5. Buenas prácticas de RSE CORES II: las PYMEs de Cataluña.

BERNADÍ



Bernadí

Mobiliari d'Oficina
Des de 1968

Bernadí, es una empresa familiar de tercera generación que rinde culto al ingenio y profesa verdadero amor por el detalle. Prueba de ello son sus principales valores corporativos: un gran equipo humano -el mayor activo de Bernadí-, el diseño, una exquisita atención personalizada y un seguimiento exhaustivo de todo el proceso de comercialización -asesoramiento, compra e instalación.

Bernadí es una empresa comprometida con sus valores e inquieta por el desarrollo de actividades en RSE. Al mismo tiempo, es una empresa que se preocupa por ofrecer a los clientes un producto de calidad y confianza gracias a su conocimiento directo de gran parte de los proveedores.

- **Buena práctica en conciliación:** El comercio es uno de los sectores en los que se hace más difícil disponer de horarios laborales que permitan conciliar el área profesional con la familiar. El desempeño del sector del comercio está muy condicionado a la flexibilidad dirigida al cliente y, por ello, el horario de apertura de las tiendas es clave para el funcionamiento de la empresa.

Sin embargo, esta flexibilidad se sustenta sobre dos condicionantes: la productividad y el clima laboral del personal.

Por ello, **Bernadí** ha buscado fórmulas que permitan mantener la calidad y la flexibilidad al cliente al mismo tiempo que mejoren la calidad de vida de todo el personal.



Por una parte, se han formado cuatro equipos de trabajo que de forma rotatoria permiten ampliar el horario hasta las 19:30h. De esta forma, cada semana tres equipos dispondrán de un horario de trabajo más reducido (17:30h). Para facilitar esta medida, se ha acompañado con la reducción de una hora en el descanso de la comida. Anteriormente, los trabajadores disponían de dos horas para comer, mientras que ahora se ha creado un espacio para el comedor y se ha reducido el descanso a una hora. Los grupos que no tienen "guardia" trabajan, los viernes, en horarios intensivos de 8-14h. Todos los puentes se consideran no laborables, algo que se prioriza en el diseño de los calendarios anuales. Los trabajadores disponen de 3 semanas de vacaciones distribuidas por grupos más una semana a repartir entre Navidad y Semana Santa.

Por otro lado, buscamos con el personal formas que permitan mejorar la conciliación de las personas en los días más señalados del año. Así, en el 2010, se han considerado festivos el 24 de junio y el 31 de diciembre, fechas en las que tradicionalmente se mantenía servicio por las mañanas.

- **Participación en campañas solidarias:** **Bernadí** destaca por una importante labor humanitaria, que desempeña mediante la colaboración en diversos proyectos desarrollados por organizaciones humanitarias. Se trata de apoyos a proyectos que defienden el desarrollo de los derechos y de la calidad de vida de todas las personas que sufren exclusión y marginación social, centrándose en los ámbitos de la infancia/juventud, el mundo penitenciario y el desarrollo comunitario.

Bernadí participa como figura promotora y/o participante en las diferentes actividades impulsadas por la Fundación Pare Manel. Uno de los proyectos participados la incorporación en plantilla de una persona en situación de riesgo de exclusión y se ha participado en diferentes campañas de Navidad en la distribución de comida.



Dirección es miembro del Club Rotary y fundadora del Club Rotary Barcelona 92. Rotary es una organización internacional integrada por líderes empresariales y profesionales que brinda servicios humanitarios, alienta la práctica de elevadas normas de ética en todas las ocupaciones y contribuye al desarrollo de la buena voluntad y la paz en todo el mundo. Un millón y medio de rotarios, aproximadamente, integran los más de 31.000 clubes rotarios que funcionan en 166 países. Parte de esta acción social consiste en la donación económica y de muebles **Bernadí** a organizaciones que quieran acondicionar espacios para personas en riesgo de exclusión.



CALAIX DE CULTURA



CALAIX DE CULTURA S.L. fue creada a finales de 2002 por un grupo de profesionales de la gestión cultural con una larga experiencia en otras empresas del sector, y con el objetivo de ampliar el alcance territorial de su acción cultural (más allá de la gestión directa de equipamientos y proyectos).

Uno de los objetivos de **CALAIX DE CULTURA S.L.** es poner al alcance de las instituciones, centros y administraciones locales diferentes recursos de programación para los sus espacios culturales y de proximidad.

En **CALAIX DE CULTURA S.L.** se apuesta firmemente por la calidad de la actividad formativa y de ocio en todos sus aspectos:

- Calidad del equipo humano: Los profesionales de **CALAIX DE CULTURA S.L.** cuentan con una extensa formación en sus áreas de especialización y en el desarrollo de cursos formativos y talleres.
- Calidad en la definición de los contenidos y en el grado de transmisión de capacidades y conocimientos.
- Calidad en la metodología: Los talleres son considerados en **CALAIX DE CULTURA S.L.** actividades de aprendizaje, de crecimiento personal y de relación interpersonal y eso se debe reflejar en la metodología desarrollada.



- Calidad en la gestión: El conocimiento adquirido a lo largo de la trayectoria profesional, la planificación y la flexibilidad de **CALAIX DE CULTURA S.L.**, le permiten ofrecer un servicio de la más alta calidad.

Se señalan a continuación algunas de las buenas prácticas identificadas durante el desarrollo del proyecto **CORES II**:

- **Iniciativas de incentivación e intercambio de experiencias:** En **CALAIX DE CULTURA S.L.** se considera que todos y cada uno de los trabajadores de la organización tienen una gran importancia para la definición de la filosofía de la empresa y que todos ellos aportan valores y conocimientos positivos para esta. Estos conocimientos no se limitan únicamente a las actividades profesionales de la empresa, sino que van más allá del ámbito meramente laboral. Es por ello, que desde **CALAIX DE CULTURA S.L.** se fomenta el desarrollo de actividades en equipo que permitan el intercambio de experiencias y de puntos de vista entre todos los empleados y que generen relaciones de confianza entre todos ellos. Entre estas actividades se pueden mencionar las reuniones de equipo, las cenas extra laborales (navidad) o las actividades informativas de la empresa.
- **Buenas prácticas de comunicación interpersonal:** En este sentido, se promueve el mismo intercambio de información entre directores, coordinadores de proyectos y trabajadores de la organización mediante el desarrollo de jornadas informativas sobre la evolución de la empresa y los objetivos anuales. Para estas jornadas, los directores y coordinadores de proyectos reciben información por parte de todos los trabajadores implicados en el desarrollo de los proyectos.



Desde sus inicios, el equipo de **divu*Ciencia** ha sabido integrar en su misión valores que hacen de la organización una empresa comprometida con su entorno. En este sentido, se han establecido colaboraciones con proveedores para la incorporación de productos ecológicos en las actividades de **divu*Ciencia**, o el uso de papel 100% reciclado bajo sello FSC en todos los materiales dirigidos al cliente y sociedad.

La sensibilidad de la empresa hacia estos temas la ha impulsado a buscar siempre diferentes materiales o formas para ofrecer a sus clientes un producto lo más respetuoso posible con el medio ambiente.

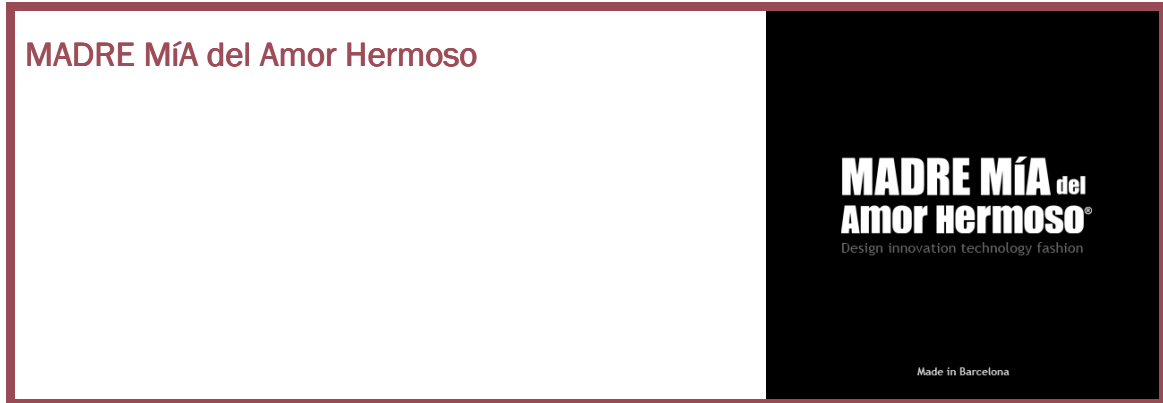
Al mismo tiempo desde la empresa se intentan promover proyectos con un enfoque más social, que permitan mejorar el acceso al mayor número posible de personas al sector de la cultura, ya sean como colaboradores o público objetivo.

Se señalan a continuación algunas de las buenas prácticas identificadas más allá de las indicadas en la metodología del proyecto **CORES II**:

- **Promoción de los productos ecológicos:** Recientemente, **divu*Ciencia** ha llegado a un acuerdo con los proveedores de productos ecológicos, por el que dichos productos reciben publicidad en los eventos organizados por Divu*ciencia a cambio de proporcionar sus productos de forma gratuita. De este modo, no sólo se fomenta la publicidad de los productos ecológicos sino que mediante su uso se fomenta su impacto en el mercado y el consumo responsable.
- **Vínculos de compromiso:** Para **divu*Ciencia**, la relación con algunos proveedores ha llegado a convertirse en estratégica, logrando establecer unos vínculos más estrechos que permiten mejorar el compromiso, la comunicación



y la eficiencia de la empresa. Con miras a este objetivo **divu*Ciencia** desarrolla frecuentes jornadas de intercambio de información con sus clientes y proveedores con la finalidad de dar una respuesta coherente con las necesidades identificadas por el propio mercado. Este compromiso va más allá mediante el trabajo codo con codo con los proveedores en la investigación y desarrollo de nuevos materiales que permitan reducir el impacto ambiental del producto final dirigido a los clientes.



MADRE MÍA del Amor Hermoso es una empresa creada en 2005 en la que el mundo de la moda adquiere una fuerza emocional desde su base. En **MADRE MÍA del Amor Hermoso** se utilizan los conocimientos adquiridos en diversas disciplinas creativas, para diseñar prendas de vestir para momentos concretos. El lema de la compañía describe perfectamente la filosofía en la que se sustenta:

"Hacer sentir lo que vives a través de lo que llevas".

MADRE MÍA del Amor Hermoso expresa en sus creaciones la mezcla perfecta de la sólida experiencia junto a un espíritu innovador, joven y rico en vivencias. Sus creaciones pretenden provocar sensaciones y generar sentimientos. La empresa considera que sus prendas no conocen ni de tiempo, ni lugar, ni clima; que estas deben ser entendidas como pura sensación.

MADRE MÍA del Amor Hermoso estudia la moda desde puntos no contemplados hasta ahora y da a sus clientes la oportunidad de decidir cómo quieren sentirse en un momento determinado a través de la prenda que escojan. Es muy importante para la empresa generar siempre en los clientes una sensación de calidez y seguridad transmitida por una prenda bien pensada, bien acabada, bien resuelta, y sobre todo cuidada.



MADRE MÍA del Amor Hermoso es una empresa en constante evolución que busca nuevos retos en nuevos tejidos y aplicaciones y que pretende alcanzar toda esa emoción de la mano de la Tecnología.

Los pilares fundamentales en los cuales se sustenta la ideología de **MADRE MÍA del Amor Hermoso** son:

- Cuidada atención tanto al diseño como la utilización de nuevas tecnologías. Éstas son utilizadas a lo largo de todo el proceso de creación y de producción de los productos, otorgándoles así un alto valor añadido.
- Clara apuesta por la Innovación, tanto a nivel de estrategia comercial como de producto. **MADRE MÍA del Amor Hermoso** entiende la innovación desde un punto de vista práctico aplicable a lo largo de todo el proceso de creación.
- **MADRE MÍA del Amor Hermoso** es una empresa en plena expansión y que tiene una clara vocación de conciliación entre la vida laboral y personal de todos sus empleados.

Se señalan a continuación las dos buenas prácticas identificadas en el proyecto **CORES**

II:

- **Política medioambiental:** **MADRE MÍA del Amor Hermoso** aplica una política medioambiental muy estricta sobre el origen de los materiales utilizados para la confección de las prendas. Del mismo modo, la empresa ha invertido años de investigación en tecnologías que permitan asegurar la alta calidad de los tejidos utilizados y al mismo tiempo garantizar la salud de sus clientes y el respeto absoluto por el medio ambiente. Tanto las prestaciones que dan al producto como la tecnología de producción permiten reducir posibles impactos sobre el medio ambiente o el consumo innecesario de recursos naturales.



- **Buenas prácticas en procesos de innovación: MADRE MÍA del Amor Hermoso** apuesta por la innovación tanto en términos de estrategia comercial como de producto. En la empresa se entiende la innovación desde un punto de vista práctico y que debe ser aplicado en cada uno de los procesos de producción. Los procesos innovadores se han convertido en uno de los pilares del mercado actual, en el que se buscan nuevas soluciones a nuevas demandas sociales y, es por ello que, desde **MADRE MÍA del Amor Hermoso**, analizar, evaluar y dar respuesta a estas necesidades se ha convertido en una de las máximas prioridades. Así, desde la empresa se impulsan constantes iniciativas que permitan sistematizar prácticas de innovación y de desarrollo de nuevas tecnologías, logrando que los procesos innovadores sean parte integral del espíritu de la plantilla.



RIUS CONSULTORS ASSOCIATS



Nada se crea si no es con entusiasmo e ilusión. **Rius Consultors Associats** se creó con entusiasmo y ha crecido con la ilusión de ser útil a las empresas, para compartir el conocimiento de 27 años de experiencia profesional y aportar valor añadido a sus clientes.

La evolución ha sido importante, la firma conserva desde sus orígenes la filosofía de trabajo y servicio de calidad basada en un equipo de profesionales especializados en los diferentes ámbitos del asesoramiento a empresas.

Se señalan a continuación las dos buenas prácticas identificadas en el proyecto **CORES**



- **Prácticas en gestión del talento:** En RIUS CONSULTORS ASSOCIATS se desarrolla un amplio abanico de iniciativas dirigidas a mejorar la capacitación de sus trabajadores y la conciliación de la vida laboral y familiar.

La formación es un valor estratégico para la empresa, y se planifica con un doble objetivo, mejorar la calidad de los servicios que ofrecemos a nuestros clientes, y mejorar el desarrollo y carrera profesional de todos los miembros de la empresa.

Hemos ido incorporando distintas medidas para fomentar la conciliación laboral y familiar, como disponer de una "Bolsa de horas" para ajustar las jornadas de trabajo según épocas de mayor concentración de servicios, implantar la jornada intensiva todos los viernes del año, exceptuando Enero,



facilitar el acceso al personal de los servicios que ofrece la empresa a sus clientes.

Las características del sector, y la voluntad de RIUS CONSULTORS ASSOCIATS de incorporar avances de las TIC's en la empresa, han permitido ofrecer el teletrabajo en aquellos puestos de trabajo que lo requieran.

El personal durante el 2008 y 2009 ha recibido una media anual de 75 horas de formación. Todas estas acciones fueron reconocidas por la patronal CECOT a través del premio a la Gestión de la Formación y el Talento en la Noche del Empresario 2009.

- **Buenas prácticas en Innovación Tecnológica:** **RIUS CONSULTORS** cuida de manera especial la relación con sus clientes. Para comprender mejor sus necesidades la empresa va más allá y trata de descubrir aquellas no manifestadas y que no son tan visibles, generando en la empresa una cultura de atención a la calidad de los servicios ofrecidos.

Con la voluntad de mejorar la productividad, inició en 2009 un proyecto de gestión documental que le permitió digitalizar todas las comunicaciones realizadas con los clientes, consiguiéndose minimizar el uso de papel y mejorar la eficiencia de sus servicios. Este proceso se ha acompañado de la implantación del Portal Web. Ofrecemos al cliente la posibilidad de acceder a través de internet mediante un entorno seguro, a consultar todos los documentos e informes que ha solicitado, permitiendo mejorar notablemente la comunicación y servicio al cliente. Gracias a esta nueva medida, los clientes pueden acceder en cualquier momento y lugar a todo el historial de los diferentes documentos o servicios solicitados a RIUS CONSULTORS ASSOCIATS.



La compañía considera necesario establecer relaciones lo más próximas posibles para recoger de primera mano las necesidades y atender mejor las inquietudes de los clientes. Para mejorar esta relación y la eficiencia en el servicio, la labor del equipo consultor se ha visto reforzada con la incorporación de ordenadores portátiles. RIUS CONSULTORS ASSOCIATS entiende las Tecnologías de la Información y la Tecnología (TIC) como una oportunidad para ganar proximidad y eficiencia con los clientes, sin olvidar la aplicación de valores y calidad a través del Decálogo de buenas prácticas dirigidos al cliente.



Trànsit Projectes



Trànsit
Projectes

Trànsit Projectes actúa desde 1985 como un equipo de profesionales de la cultura y la educación, al servicio de las políticas de desarrollo territorial.

Hablamos, por tanto de una larga trayectoria, de un proceso de redefinición de paradigmas y de actitud abierta para poder leer el entorno y adaptarse a los nuevos retos que surgen. Los nuevos tiempos exigen la interacción entre el sector público, la iniciativa social y la privada, y trabajar desde códigos globales. Nosotros proponemos encontrar espacios para la cooperación y el consenso, y definir estrategias a partir de las diversas realidades territoriales que potencien el desarrollo sostenible y cuenten con algunos factores significativos que nos permitan llevarlo a cabo:

Por un lado, la experiencia. Hace veinte años que trabajamos para las administraciones públicas y el sector privado. Somos una empresa sólida y estable, con un amplio número de profesionales contratados, y un equipo de profesionales con funciones especializadas y objetivos comunes.

En segundo lugar, la diversidad de proyectos y clientes. Trabajamos para diversas administraciones públicas dentro y fuera de Cataluña (Ayuntamientos, Diputaciones, Administraciones Autonómicas, Administración Central y Unión Europea) y para diferentes entidades privadas (Recesa, Fundación La Caixa, CAM...)

La capacidad de responder a demandas complejas. El hecho de contar con un equipo multidisciplinar nos permite adaptar los proyectos a las necesidades de cada cliente. A menudo un encargo, como por ejemplo la gestión de un equipamiento, puede generar



otro tipo de demandas asociadas: representación, producción, diseño gráfico, programaciones específicas.

Trànsit Projectes aglutina profesionales con itinerarios profesionales y formativos diversos, con capacidad para asumir diferentes encargos en el marco de la cultura, los proyectos sociales o la educación.

Perspectiva de desarrollo. Para los profesionales de **Trànsit Projectes** es muy importante que el concepto y la definición de cualquier proyecto cultural tengan un sentido en el marco de las políticas culturales y educativas, y a la vez, se inserte en la lógica de las diferentes identidades locales.

Gestión de calidad. La experiencia de **Trànsit Projectes** en la gestión de proyectos culturales nos obliga a poner el acento, no sólo en el planteamiento o la creatividad del proyecto, sino, y sobre todo, en una gestión eficaz y de calidad. Este planteamiento va desde la excelencia en los procesos de producción, (horarios, infraestructuras, seguros, etc...) hasta el rigor en los diferentes procedimientos administrativos.

Alianzas. Es una clara política de **Trànsit Projectes** desde sus inicios: generar sinergias y relaciones que mejoren el desarrollo de los proyectos y servicios. Esto supone establecer alianzas estratégicas con otros agentes culturales, educativos y sociales que, por sus características e intereses, suponen un valor añadido. Sumar esfuerzos desde las alianzas, aportando cada entidad su conocimiento específico, mejorando los contenidos y prestaciones de los servicios y productos culturales.

El posicionamiento de Trànsit Projectes

Hace más de veinte años que conceptualizamos, planificamos, evaluamos, diseñamos con el objetivo de facilitar el acceso al capital cultural de los ciudadanos, desde una lógica de colaboración entre empresas e instituciones. Cada vez más, las diferencias de



clase dejan de definirse exclusivamente por el capital económico y toma más importancia el acceso diferencial al poder simbólico. La importancia de los procesos de globalización cultural y económica dota de más sentido la construcción cultural en el desarrollo territorial.

Entendemos pues la cultura como un factor de construcción y fortalecimiento de la comunidad, la identidad y la organización. Y todo esto desde una organización con vocación de implicarse en los proyectos donde desarrolla sus servicios. Por eso priorizamos la noción global, la idea de proyecto a la gestión de actividades o a la prestación de servicios. Nuestros proyectos cobran sentido en el desarrollo territorial.

Trànsit Projectes es un instrumento útil para todas las entidades, empresas e instituciones comprometidas con el desarrollo integral y cultural del territorio y que apuesten por la calidad en la gestión atendiendo a los siguientes elementos:

- La constatación inequívoca que una visión, compromiso, gestión compartida permitirá la consecución de los objetivos con una mayor eficacia
- Un escenario de relaciones que permita generar una mayor racionalización del gasto y, en muchos casos, la posibilidad de incrementar los recursos económicos del propio proyecto.
- Una distribución de papeles que facilite el desarrollo progresivo del servicio.

Y todo esto desde la lógica de un equipo multidisciplinar, organizado en distintos departamentos con la finalidad de dar una respuesta especializada a la conceptualización, producción y gestión de proyectos:

Planificar: En un escenario de cambio constante es imprescindible re-dibujar funciones y perfiles, definir nuevas líneas de acción y sistematizar procesos internos de funcionamiento.



Gestionar. En la lógica de la gestión público-privada, es necesario buscar alianzas que partan de criterios comunes sobre los objetivos a lograr y las estrategias para conseguirlos.

Producir. Impulsar la realización de eventos y actividades culturales (desde la dirección creativa a la producción técnica) que sean capaces de transmitir una idea singular.

Comunicar. Desarrollar un plan de comunicación supone reflexionar sobre la misión, el propósito del proyecto, la cultura organizativa, la visión, los modelos de gestión, etc.

Innovar. Un laboratorio para la combinación de conocimientos y experiencias que da lugar a nuevas respuestas para la gestión cultural.

A continuación se señalan algunas de las buenas prácticas identificadas durante el desarrollo del proyecto **CORES II**:

- **Buenas Prácticas en conciliación laboral y familiar:** En **Trànsit Projectes** se considera que las responsabilidades profesionales no pueden ocultar que, en ciertos momentos, las personas se enfrentan a serias obligaciones personales o familiares. En diversas ocasiones de estas situaciones depende la salud o la tranquilidad de las personas.

Por ello, desde **Trànsit Projectes** se ofrecen una serie de medidas para favorecer vida laboral y vida familiar:

- **Trànsit Projectes** ofrece a su personal la posibilidad de utilizar un permiso sin retribución para que la persona se pueda dedicar plenamente a estas obligaciones y necesidades.

- Igualmente facilita el cambio de turno entre los trabajadores a fin de poder atender las necesidades que se generen de manera esporádica en el ámbito personal de la persona trabajadora. La entidad fomenta la creación de bolsas horas que permiten no estar presente en el lugar de trabajo en momentos de interés para el personal, previo consenso con la dirección del centro al que esté adscrito.
- Por último hay que destacar la ampliación de los 30 días naturales de vacaciones establecidos por convenio. El personal de **Trànsit Projectes** disfruta de 4 días laborables adicionales en Semana Santa y 4 días laborables adicionales en Navidad.

- **Buenas prácticas en participación:** El diseño de una estrategia es una tarea que tienen que ser compartida por el máximo posible de agentes y personas. La suma de experiencias y opiniones permite obtener una gran riqueza de conocimiento que permitirá establecer una estrategia consensuada por un gran número de personas y, por tanto, al mismo tiempo garantizar su éxito.

En este proceso no se debe olvidar cómo la persona puede influenciar de una forma notable en el diseño de la estrategia final. El personal es el grupo de interés que tiene un vínculo más estrecho con el resto de grupos de interés, y dispone de una mayor información sobre el mercado y las necesidades de la sociedad. Su involucración es un elemento clave en el desarrollo estratégico para lograr un elevado compromiso hacia la empresa y así orientar al personal en la consecución de los objetivos transmitiendo la importancia de su opinión para el futuro de la empresa.

Trànsit Projectes ha diseñado un procedimiento que permite involucrar a todo el personal en esta misión. A principios de cada año, se solicita a todo el personal su participación en los objetivos anuales presentando los antecedentes del año



previo así como la propuesta de objetivos para el presente año. Todos los objetivos son recogidos y evaluados por los diferentes responsables, que a su vez lo exponen en el Comité de Dirección para el estudio y diseño de los nuevos objetivos. Finalmente, Dirección General aprueba los objetivos anuales y lo transmite a todo el personal a través de los diferentes responsables.

CORES

TECHNICAL RACING COMPOSITES



TECHNICAL RACING COMPOSITES es una empresa de base tecnológica, dedicada al diseño y producción de moldes, prototipos y componentes de fibra de carbono o otros composites para los mercados de la automoción, el motociclismo, el motorsport y las industrias aeronáutica y aeroespacial, entre otros.

En sus años de experiencia **TECHNICAL RACING COMPOSITES** se ha convertido en una de las empresas pioneras en el diseño, la concepción y la fabricación de moldes, componentes, ensamblajes y prototipos que utilizan la tecnología de composites más avanzada. Para el éxito de la empresa ha sido imprescindible la utilización de las más innovadoras tecnologías mecánicas y de la producción junto a un uso eficiente de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Su extensa experiencia y alta especialización permiten a **TECHNICAL RACING COMPOSITES** ofrecer una cartera de servicios que va desde la conceptualización al diseño de piezas, prototipos, fabricación de moldes y útiles, producción de componentes, acabados y ensamblaje de piezas.

- Automoción
- Motociclismo
- Motor sport
- Aeronáutica & Espacio
- Industria Náutica
- Bienes de equipo



Su extensa experiencia y alta especialización permiten que **TECHNICAL RACING COMPOSITES** ofrezca sus servicios en los siguientes campos:

- Concepto
- Diseño
- Prototipos
- Fabricación de moldes y útiles
- Producción de componentes
- Acabado y ensamblaje

Se señalan a continuación algunas de las buenas prácticas identificadas:

- **Buena práctica en conciliación:** Muchas de las tareas que ejecuta el personal no requieren de la presencia de la persona en su puesto, pudiéndose realizar a distancia utilizando Tecnologías de la Información y la Comunicación (más conocidas como TIC). **TECHNICAL RACING COMPOSITES** juega con un doble factor. Por una parte, el entorno geográfico de las oficinas de la empresa, ubicadas en Fogars de la Selva (Girona), no permite la captación del personal cualificado necesario para realizar las tareas necesarias. Esto obliga a la empresa a contratar personal cuya residencia no es próxima a los alrededores de **TECHNICAL RACING COMPOSITES**. Por otro lado, las funciones que realiza Oficina Técnica no requieren necesariamente la presencia continuada del personal para la realización de las tareas. La implantación del teletrabajo ha permitido a **TECHNICAL RACING COMPOSITES** mejorar esta situación posibilitando, por un lado, la captación de nuevo talento humano y mejorando, al mismo tiempo, las oportunidades de conciliación con la vida familiar de las personas. Ofreciendo esta opción, **TECHNICAL RACING COMPOSITES** disminuye los tiempos de desplazamiento y reduce los tiempos muertos sin tareas que realizar, planteándose una nueva planificación del trabajo que se deja de



enfocar por "horas en la oficina" a "horas dedicadas al trabajo". Además, puesto que no todas las empresas permiten la posibilidad del teletrabajo, esto permite a **TECHNICAL RACING COMPOSITES** lograr una posición más competitiva.

- **Buena práctica en la Comunidad Local:** El desarrollo local es aquel modelo de análisis que incluye las empresas locales, la capacidad de innovación y el aprovechamiento del potencial de desarrollo existente en las regiones.

TECHNICAL RACING COMPOSITES considera que la creación de un desarrollo económico local constante ha de pasar por el establecimiento de relaciones económicas con las empresas que forman parte de su propio polígono industrial. Mediante estas acciones de intercambio de experiencias y conocimientos, la empresa **TECHNICAL RACING COMPOSITES** pretende contribuir al desarrollo local y fomentar iniciativas conjuntas en pos de este objetivo.

De esta forma **TECHNICAL RACING COMPOSITES** asume un papel relevante en el mantenimiento y creación de empleo, en la creación de empresas competitivas y en la supervivencia en un mercado globalizado.