



**INICIATIVAS**  
**EN RESPONSABILIDAD**  
**SOCIAL CORPORATIVA**  
REGIÓN DE MURCIA

  
**CátedraRSC**  
Universidad de Murcia





**INICIATIVAS**  
EN RESPONSABILIDAD  
SOCIAL CORPORATIVA  
REGIÓN DE MURCIA

  
**CátedraRSC**  
Universidad de Murcia

1ª Edición 2013

Reservados todos los derechos. De acuerdo con la legislación vigente, y bajo las sanciones en ella previstas, queda totalmente prohibida la reproducción y/o transmisión parcial o total de este libro, por procedimientos mecánicos o electrónicos, incluyendo fotocopia, grabación magnética, óptica o cualesquiera otros procedimientos que la técnica permita o pueda permitir en el futuro, sin la expresa autorización por escrito de los propietarios del copyright.

© de los textos:

Longinos Marín Rives  
Sylvia López Davis  
Marcos García La O  
Ginés Muñoz Pérez  
Victor Meseguer Sánchez

© Universidad de Murcia, 2013



ISBN: 978-84-16038-06-0

Depósito Legal: MU-1145-2013

Impreso en España - Printed in Spain

Imprime:

Servicio de Publicaciones.  
Universidad de Murcia.

C/ Actor Isidoro Máiquez 9. 30007 MURCIA



Publicado en papel 100% reciclado, postconsumo y libre de cloro.  
Las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a la edición de este trabajo han sido calculadas y compensadas mediante proyectos de reducción y absorción de emisiones a través de CeroCO<sub>2</sub> ([www.ceroco2.com](http://www.ceroco2.com)).

# ÍNDICE





Presentación de D. Pedro Antonio Sánchez López	11	<b>3.10.</b> Hero España	70
Presentación de D. José Antonio Cobacho Gómez	12	<b>3.11.</b> Ikea Ibérica	72
Presentación de D. Longinos Marín Rives	13	<b>3.12.</b> Postres Reina	74
		<b>3.13.</b> Repsol Petroleo	76
<b>1. ADMINISTRACIONES PÚBLICAS</b>	10	<b>3.14.</b> Sabic Innovative Plastics España	78
<b>1.1.</b> Área I Murcia Oeste. Hospital Clínico Virgen de la Arrixaca	16	<b>3.15.</b> Sogesol-Florette	80
<b>1.2.</b> Asamblea Regional de Murcia	18	<b>3.16.</b> Terra Fecundis	82
<b>1.3.</b> Autoridad Portuaria de Cartagena	20	<b>4. PYMES</b>	84
<b>1.4.</b> Ayuntamiento de Fuente Álamo	22	<b>4.1.</b> Aguas de Cieza	86
<b>1.5.</b> Ayuntamiento de Lorca	24	<b>4.2.</b> Aguas de Jumilla	88
<b>1.6.</b> Ayuntamiento de Molina de Segura	26	<b>4.3.</b> Aguas de Lorca	90
<b>1.7.</b> Ayuntamiento de Murcia	28	<b>4.4.</b> Ambiental SL	92
<b>1.8.</b> Ayuntamiento de Santomera	30	<b>4.5.</b> Amyca S. Coop	94
<b>1.9.</b> Ayuntamiento de Ulea	32	<b>4.6.</b> Aseform SL	96
<b>1.10.</b> Universidad de Murcia	34	<b>4.7.</b> Asesores Urbanísticos Indesur SL	98
		<b>4.8.</b> Centro de Educación Ays S. Coop	100
<b>2. ASOCIACIONES EMPRESARIALES</b>	36	<b>4.9.</b> Centro de Salud Virgen del Alcázar de Lorca SA	102
<b>2.1.</b> Asociación de Jóvenes Empresarios Región de Murcia (AJE)	38	<b>4.10.</b> Centro Formador de Cualificación Profesional SL	104
<b>2.2.</b> Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (PROEXPORT)	40	<b>4.11.</b> Coato S. Coop	106
<b>2.3.</b> Asociación Murciana de Empresas del Sector de las Tecnologías de la Información, de las Comunicaciones y del Audiovisual (TIMUR)	42	<b>4.12.</b> Desguace y Grúas París	108
<b>2.4.</b> Asociación Regional de Empresarios de Pastelería de Murcia (AREPA)	44	<b>4.13.</b> Empresa Municipal de Aguas y Saneamiento de Murcia SA	110
<b>2.5.</b> Confederación Regional de Organizaciones Empresariales de Murcia (CROEM)	46	<b>4.14.</b> Fernando López Alonso Abogado	112
<b>2.6.</b> Organización de Mujeres Empresarias y Profesionales (OMEP)	48	<b>4.15.</b> Fundación Cajamurcia	114
		<b>4.16.</b> Hospital de Molina	116
<b>3. GRANDES EMPRESAS</b>	50	<b>4.17.</b> Kernel Export	118
<b>3.1.</b> Agromediterranea	52	<b>4.18.</b> La Calle es Tuya	120
<b>3.2.</b> Aquagest Región de Murcia	54	<b>4.19.</b> Logic Murcia SL	122
<b>3.3.</b> Banco Sabadell	56	<b>4.20.</b> Manuel Jódar Asesores	124
<b>3.4.</b> Cajamar Caja Rural	58	<b>4.21.</b> Plásticos Romero	126
<b>3.5.</b> El Corte Inglés	60	<b>4.22.</b> Portavoz	128
<b>3.6.</b> ElPozo Alimentación	62	<b>4.23.</b> Premium Ingredients	130
<b>3.7.</b> Grupo Hortofrutícola Paloma SA	64	<b>4.24.</b> Proasol Entremares	132
<b>3.8.</b> Grupo Orenes	66	<b>4.25.</b> Redyser Transporte SL	134
<b>3.9.</b> Hermandad Farmacéutica del Mediterraneo SCRL	68	<b>4.26.</b> Sermubeni	136
		<b>4.27.</b> Sociedad Anónima Española de Cartón Ondulado (SAECO)	138
		<b>4.28.</b> Sociedad Concesionaria Tranvía de Murcia SA	140
		<b>4.29.</b> Verdimed	142

## TIPO DE ACCIÓN / STAKEHOLDER:

GESTIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS / ESTRATEGIA

RESPONSABILIDAD ECONÓMICA, GOBIERNO CORPORATIVO, TRANSPARENCIA

CLIENTES

MEDIO AMBIENTE

RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA

ACCIÓN SOCIAL

DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN



# PRES ENTA CIÓN





Es evidente que, hoy en día, el cumplimiento estricto por parte de las empresas de las obligaciones legales vigentes ha sido sobrepasado como exigencia social para inspirar la confianza necesaria; y muchas empresas apuestan por la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en sus estrategias, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y diálogo de éstas con su entorno y grupos de interés, responsabilizándose de las consecuencias e impactos que derivan de sus acciones. Lo que define sin duda al concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

El esfuerzo de concienciación, promoción, y por qué no considerarlo así, de predicamento, de que una sociedad avanzada, y su tejido económico y empresarial, debe actuar con responsabilidad social, ha ido dando sus frutos; hoy podemos contemplar con cierta satisfacción que se ha extendido esta premisa, y que la RSE es un concepto entendido y compartido mayoritariamente. Pero no debemos dejarnos llevar por la autocomplacencia, porque aún queda mucho camino por recorrer.

Debemos seguir trabajando para que cada uno de los miembros de nuestra sociedad comience a llevar a cabo y a implantar iniciativas que estén en su mano y que sean las más adecuadas para mejorar su entorno de forma responsable.

Esta tarea no es sencilla y requiere del liderazgo oportuno. Por ello no puedo tener más que palabras de agradecimiento y reconocimiento a la Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de Murcia, por el trabajo que realiza en esa dirección, y que ahora ha cristalizado en este libro que tienen en sus manos.

Con este trabajo podemos conocer múltiples acciones de gran valor que pueden servir de ejemplo y guía para los que, ya convencidos de la necesidad de adoptarlas, y de los beneficios que reportarán no sólo a la sociedad sino a ellos mismos, precisan de ideas inspiradoras y buenas prácticas ejemplarizantes.

En la Consejería de Educación, Universidades y Empleo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia nos sentimos orgullosos de participar en este proyecto, al formar parte de la Cátedra; y lo hacemos desde la conciencia de que las Administraciones Públicas tienen la obligación de apoyar y animar estas iniciativas que provienen de la sociedad, y la benefician. Quiero finalmente reconocer y felicitar a todos los que han puesto en marcha las acciones relatadas en este trabajo, los referentes y pioneros en la materia, lo que les otorga doble valor.



**Pedro Antonio Sánchez López**

Consejero de Educación, Universidades y Empleo



El mundo y la sociedad piden cada día que las instituciones educativas seamos un ejemplo de eficiencia en el ámbito de los recursos económicos y de generosidad en el ámbito social. En el actual escenario económico estos retos suponen un esfuerzo que solo desde la perspectiva de la RSC se puede acometer, gracias al trabajo de las miles de personas que cada día acuden a nuestra casa, para trabajar, estudiar o apoyar su actividad diaria.

En la Universidad de Murcia hemos publicado recientemente nuestra segunda Memoria de RSC, dando materialidad a un conjunto que convicciones y reflexiones del equipo de gobierno de esta institución que se alinea en la idea de ofertar servicios educativos y transferencia de conocimiento bajo unos principios de ética, buen gobierno, respeto al medioambiente, compromiso social y promoción de valores ciudadanos. Queremos que la suma de impactos positivos que genera la institución sea cada vez mayor y ayudar a nuestros ciudadanos a vivir cada vez mejor. Al mismo tiempo, nuestro deseo es el de minimizar las actividades e impactos negativos derivados de la actividad, particularmente los impactos medioambientales, en los que después de una década hemos conseguido unos resultados, permítanme decirlo, espectaculares. Se trata, en definitiva, de rendir cuentas a la sociedad de cómo la institución hace uso de los recursos que los ciudadanos ponen en sus manos y de cómo responde tanto a las funciones que se le encomiendan como a los retos que se le plantean en cada tiempo concreto.

Desde el Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo se coordinan las distintas Cátedras de carácter socioeconómico, con la misión de fomentar la investigación y la transferencia de conocimiento en diferentes ámbitos de interés. Con el funcionamiento y la dinámica de trabajo de la Cátedra de RSC estamos contribuyendo de forma activa al fomento y sensibilización de las prácticas de RSC en nuestro entorno social y económico, y este libro supone un ejemplo más de este reto universitario, si cabe, más presente que nunca, con la actual situación económica.

Seguimos siendo conscientes de que queda mucho por hacer, pero el compromiso del equipo de gobierno es seguir implicando a toda la comunidad universitaria de la UMU en mejorar las relaciones con la sociedad de la Región de Murcia, a la que quiero manifestar, otra vez, un gran agradecimiento por el esfuerzo que ha puesto en la colaboración con el equipo investigador que ha trabajado en el presente libro.



**José Antonio Cobacho Gómez**

Rector Magnífico de la Universidad de Murcia

Desde la Cátedra de RSC de la Universidad de Murcia, un grupo de investigadores en RSC llevamos casi cuatro años intentando realizar la mejor labor investigadora en este ámbito, siempre teniendo como referente la posibilidad aplicar nuestro trabajo en las empresas y organizaciones de nuestro entorno. Por dos motivos: sentirnos orgullosos de hacer bien nuestro trabajo y por ser útiles, en la medida de nuestras posibilidades a generar riqueza y valor.

Casi siempre lo urgente desplaza lo importante. Y por todo ello estamos dispuestos desde la Cátedra de RSC a contribuir a todo aquello que pueda generar prosperidad y empleo. Tenemos que cumplir nuestro papel, por un lado, investigando, y por otro, sensibilizando con argumentos de fuerza para que todos apostemos por la excelencia utilizando la alternativa de la responsabilidad, la transparencia y la sostenibilidad.

En ocasiones se pone en duda el grado de madurez de la RSC en las empresas e instituciones de la Región de Murcia, y probablemente parte de esa cuestión está fundamentada en la falta de difusión de las prácticas responsables que se ha hecho hasta ahora. Mientras muchas empresas, empresarios y profesionales de Murcia son auténticos referentes a nivel nacional en RSC y han recibido a ese nivel distintos premios y reconocimientos, no se ha alardeado, presumido y abusado de estos méritos. Pero en su justa medida creemos necesario que sí hay que contarlos. Las empresas en la Región de Murcia han evolucionado de forma espectacular en los últimos años para poner en marcha prácticas responsables, y lo han hecho por convencimiento propio y por valores, pero también porque se han dado cuenta de que es más rentable ser honrado, transparente y responsable.

Por todo ello, desde la Cátedra de RSC hemos creído oportuno y pertinente publicar algunos ejemplos de todo lo que se está haciendo en la Región de Murcia en RSC. Hay un motivo adicional, y es la posibilidad de que algunas empresas e instituciones puedan recabar información que sea útil para diseñar e implementar nuevas acciones en el futuro. En este sentido, hemos querido constituir un banco de datos asequible y de fácil uso para inspirar nuevas iniciativas de RSC. Para recabar esta información nos hemos dirigido a todas las instituciones y asociaciones empresariales con el fin de dar máxima difusión al proyecto, para posteriormente recabar la información, ordenarla, homogeneizarla y ofrecerla de la manera más cómoda y práctica posible. En este sentido queremos ofrecer nuestro agradecimiento a las organizaciones empresariales que nos han ayudado y a las empresas por su disposición y generosidad.

Con este proyecto queremos complementar las acciones de investigación, sensibilización y formación que llevamos a cabo en la Cátedra de RSC de la Universidad de Murcia. Estamos convencidos de que gracias al presente libro mejoramos la transferencia de conocimiento y cumplimos con nuestro cometido de sensibilizar a las organizaciones acerca de la bondad de iniciarse en prácticas de RSC. Todo ello, como siempre, gracias a la Universidad de Murcia y a la Consejería de Educación, Universidades y Empleo, así como a nuestras empresas patrocinadoras: Agromediterránea, Hero, GrupoFuertes, Aguas de Murcia, Fundación Cepaim, Fundación Diagrama, Fundación Cajamurcia y el Ayuntamiento de Molina de Segura,



**Longinos Marín**

Director de la Cátedra de RSC de la Universidad de Murcia





# Adm inist raccio nes públi cas



**1.1. ÁREA I MURCIA OESTE (AIMO).  
HOSPITAL CLÍNICO VÍRGEN DE LA ARRIXACA**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Parque infantil para niños que visitan  
el hospital**

*Modalidad:*

**Administración Pública**

***Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:***

Organización de 5.168 trabajadores, dedicada a la asistencia sanitaria, tanto primaria como especializada.

---

***Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:***

Para entretenimiento y diversión de los más pequeños que visitan nuestro Hospital.

---

***Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:***

Para ello se pone a disposición de los posibles interesados, de forma permanente las 24 horas del día y los 12 meses del año, mil metros cuadrados, dotados de mobiliario infantil así como diversos juegos para el entretenimiento y diversión de los más pequeños que acuden a visitarnos. Para su implantación han sido necesarios invertir 34.100 euros.

---

***Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:***

Los beneficiarios de la iniciativa han sido los propios los niños y padres que acuden al hospital. Se ha conseguido hacer el Hospital un lugar más humano, en el que también se puede disfrutar y jugar.

---

***¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?***

Que se pueden hacer las cosas cada vez mejor y ser responsables socialmente, con un gasto perfecta y adecuadamente asumible.

---

***Cómo se puede continuar:***

Esta es ya una política de la empresa, que seguirá siendo así en el futuro.



## 1.2. ASAMBLEA REGIONAL DE MURCIA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Inserción laboral de personas con discapacidad**

*Modalidad:*

**Administración Pública**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Órgano legislativo de la Región de Murcia.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

El convenio desarrollado pretende facilitar la inserción laboral de personas con discapacidad en el ámbito profesional de los servicios públicos. La Asamblea Regional de Murcia anualmente contrata, a través de un CEE, a un trabajador para prestar servicios de auxiliar de ujier de la Institución Parlamentaria. La supervisión corresponde a los Servicios Generales y Administrativos de la Asamblea que se encargan de su formación y adiestramiento en las diferentes tareas que configuran el puesto de trabajo, así como en evaluar su desarrollo.

El convenio viene desarrollándose durante 10 años.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La Asamblea Regional de Murcia provee al trabajador de todos los útiles necesarios para el desempeño de sus tareas, incluyendo el vestuario, que es el uniforme oficial de trabajo del resto de ujieres de la Cámara, a fin de facilitar su integración en igualdad de condiciones.

El trabajador desempeña rotativamente las tareas que corresponden al cuerpo de funcionarios al que se asimila, con exclusión de las labores de conducción de vehículos y aquellas actividades que suponen ejercicio de autoridad.

Junto a los recursos materiales a disposición del trabajador, maquinaria de reprografía, equipos de comunicación, centralita telefónica, etc., destaca la especial dedicación de la Regente-Ujier de la Cámara para monitorizar el desempeño de su trabajo y orientarle en su periodo de formación continua.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

El beneficiario más directo ha sido el trabajador contratado, por su inserción laboral.

Indirectamente se han beneficiado todas las personas que trabajan en la Asamblea Regional, al comprobar la eficacia del trabajador con discapacidad.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

El que las personas con discapacidad están plenamente capacitadas para desempeñar determinadas tareas.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Renovando la contratación de personas con discapacidad.



### 1.3. AUTORIDAD PORTUARIA DE CARTAGENA

*Título de la campaña/iniciativa:*

#### **Evaluando la Materialidad en la Autoridad Portuaria de Cartagena**

*Modalidad:*

**Administración Pública**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Organismo público de prestación de servicios portuarios y gestión del dominio público portuario de Cartagena.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Durante el año 2012, la APC ha desarrollado un método para evaluar la materialidad, teniendo en cuenta que no existen referentes de reconocido prestigio para ello. La iniciativa ha consistido en dotar a la organización de un método de trabajo estandarizado que permite identificar los Grupos de Interés y los Temas Reputacionales Críticos, bien por ser riesgos que deben integrarse en el sistema de gestión de la APC o bien por ser oportunidades a integrarse en la planificación estratégica.

Del conocimiento exhaustivo de los grupos de interés por parte del Comité de RSE de la APC, se han sentado las bases del Estudio de Materialidad. Del cruce de Temas Reputacionales Críticos o Temas Materiales y Grupos de Interés, se ha definido el Cuadro de Materialidad. Este resultado, junto con el

## Gestión de Grupos de Interés / Estrategia

trabajo de coordinación y evaluación llevado a cabo por el Comité y los correspondientes canales de comunicación, configuran el Modelo Estandarizado de Evaluación de la Materialidad en la APC. Modelo que permitirá desarrollar una herramienta de diálogo con el entorno de la APC, incrementando la confianza entre todas las partes.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La APC, a través de su Comité de RSE, permite que las principales áreas funcionales de la organización se hayan visto implicadas en la iniciativa. Además, ha dispuesto de sus instalaciones para desarrollar las acciones necesarias.

La participación del Comité, junto con CIMAS Innovación y Medio Ambiente, S.L.L. como asistencia técnica, ha permitido desarrollar todas las etapas de forma transversal en la organización. Así, se cumple con el objetivo de integrar la RSE en todos los departamentos y de aportar las diferentes visiones que desde cada área se tiene de los Temas y Grupos de Interés que interactúan con la organización.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Dado el carácter de la iniciativa, los beneficiarios de ésta son todos aquellos Grupos de Interés de la APC considerados "materiales" tras la aplicación del método de evaluación de la materialidad. De forma directa, estos Grupos van a ver cómo sus demandas de información y expectativas se integran en la gestión de la APC y en sus Memorias, de forma que se trabaje por darles respuesta de la mejor manera.

De igual forma, la propia Autoridad Portuaria se beneficia al disponer de un método que, periódicamente, actualiza los temas que son materiales para cada Grupo de Interés y para la propia entidad. Con ello, se mejora significativamente la calidad de la comunicación con su entorno, una necesidad básica allí donde una organización tiene un impacto tan significativo en el entorno. Por último, la APC dispone de una herramienta básica para el despliegue de su estrategia en RSE, garantizando que sus esfuerzos y recursos van dirigidos a aquellos temas que realmente van a generar un cambio positivo en la sociedad y en la organización.

Resultados: 1. Método estandarizado de Evaluación de la Materialidad. 2. Cuadro de Materialidad de la APC. 3. Mapa de Diálogo con los GGII. 4. Fichas Técnicas para la comunicación con los GGII.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

- Entender la materialidad como la base de su Estrategia de RSE.
- Crear una red de suministro de información más estable, que garantiza una gestión adecuada de los riesgos reputacionales de la organización.
- Crear valor compartido, tanto para la propia APC como para el resto de Grupos de Interés.
- Comprender mejor las expectativas y preocupaciones de los diversos Grupos de Interés.
- Adaptar los procesos de comunicación a las necesidades reales e inquietudes de los diferentes entornos de la APC.
- Incrementar la calidad de las acciones de Responsabilidad Social que se desarrollan en la APC.

---

### *Cómo se puede continuar:*

La APC da continuidad a la iniciativa en forma de Plan de Comunicación Responsable de la APC 2013-2014. Pasando del conocimiento adquirido en el Estudio de Materialidad a la acción, trasladando los objetivos detectados durante las etapas precedentes a acciones concretas y encaminadas a mejorar la transparencia informativa y el conocimiento que la sociedad tiene acerca de la APC. También puede derivar en el diseño de un panel de indicadores para realizar el seguimiento de los temas materiales en una organización, la elaboración de una Memoria de Sostenibilidad centrada en los temas materiales, o la implantación de un plan de acción de RSE, entre otras.



#### **1.4. AYUNTAMIENTO DE FUENTE ÁLAMO**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Eficiencia energética local**

*Modalidad:*

**Administración Pública**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Administración pública local de Fuente Álamo.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Contrato de servicios energéticos en las instalaciones de alumbrado exterior del municipio de Fuente Álamo de Murcia para un consumo energético sostenible.

La iniciativa consiste en promover la eficiencia energética en las instalaciones de alumbrado público municipal a través de medidas de modernización y de sustitución de tecnologías obsoletas en iluminación, contribuyendo de esta manera a reducir el consumo de energía de las instalaciones.

Desde el 19 de febrero de 2.013 es de total aplicación.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Desde los servicios técnicos municipales, y con la colaboración de una empresa externa, se ha llevado a cabo un inventariado y pre-diagnostico de la situación actual de las instalaciones de alumbrado público del municipio.

A partir de dicha información se realizó el concurso público para su adjudicación. Donde los licitadores presentaron diferentes propuestas para mejorar la eficiencia de las instalaciones de alumbrado público y así reducir el consumo energético de las mismas.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de la iniciativa son tanto el Ayuntamiento de Fuente Álamo como los propios vecinos del término municipal.

Los resultados obtenidos han sido una reducción del consumo de energía eléctrica en las instalaciones de alumbrado público del 52 %, y un notable aumento en la calidad del servicio de alumbrado debido a las labores de mantenimiento preventivo y correctivo implícitas en el concurso.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que se pueden ofrecer los servicios de una forma más eficiente, y sin necesidad de un gasto excesivo. El coste energético es uno de los gastos más importantes para un Ayuntamiento. Lo que nos ha llevado a hacer un uso racional de la energía para ser más sostenibles y eficientes.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Se pretende trasladar esta iniciativa a las dependencias municipales, con el objetivo de poder conseguir que sus instalaciones trabajen de una forma más eficiente y de esta manera se obtenga una reducción en el consumo energético de las mismas.



## 1.5. AYUNTAMIENTO DE LORCA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Concejalía de Gestión y Recuperación  
tras el Terremoto**

*Modalidad:*

**Administración Pública**

***Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:***

Concejalía Transversal que orienta y ayuda a los ciudadanos afectados por los seísmos del 11/05/2011 ocurridos en Lorca.

---

***Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:***

Desde los seísmos acaecidos en el Municipio de Lorca el pasado 11 de mayo de 2011, a fin de coordinar, orientar, asesorar y ayudar en la medida de lo posible a los ciudadanos afectados por los terremotos, efectuando con los mismos una atención directa y personalizada, fue creada esta Concejalía con los fines expuestos, estando compuesta actualmente por personal de las distintas Administraciones Públicas contando con asesoría jurídica, técnicos en construcción y personal administrativo.

---

***Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:***

Los recursos materiales aportados son los propios del Ayuntamiento. En cuanto al personal, se compone actualmente de 10 personas siendo su implicación del 100%, estando comprometidos con la ciudadanía a fin de dar respuesta a todas las peticiones realizadas por los mismos, tanto a nivel personal como colectivo.

---

***Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:***

Son beneficiarios de esta Concejalía todos los ciudadanos afectados por los terremotos del 11 de mayo ocurridos en Lorca. Los resultados obtenidos no han sido aún todo lo satisfactorios que deberían, estando el proceso sin concluir pues se trata de una tarea a largo plazo; no obstante las tareas de reparación de los inmuebles afectados están prácticamente ejecutadas, encontrándonos en plena fase de reconstrucción de los inmuebles demolidos, ofreciendo asesoramientos a las comunidades de propietarios, trámites legales a seguir con las distintas Administraciones, solicitudes de licencias y elaboración de proyectos, información sobre las ayudas solicitadas, edificación forzosa, etc.

---

***¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?***

Que con la implicación de las distintas Administraciones y contando con personal responsable e involucrado, se pueden llegar a efectuar iniciativas encaminadas a humanizar la Administración Pública, acercándola al ciudadano buscando las posibles soluciones y dando respuestas a sus demandas.

---

***Cómo se puede continuar:***

Concienciando a las distintas Administración Públicas para que motiven e involucren al personal participante en este tipo de iniciativas.



## 1.6. AYUNTAMIENTO DE MOLINA DE SEGURA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Estatuto de Participación Ciudadana**

*Modalidad:*

**Administración Pública**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Administración Pública local. Ayuntamiento de Molina de Segura. Servicios de interés público de ámbito municipal.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

El Estatuto de Participación Ciudadana nace del compromiso político del Alcalde de Molina de Segura, D. Eduardo Contreras Linares, por favorecer y fomentar la transparencia y la participación efectiva de los ciudadanos en las decisiones municipales que les atañen.

Fruto de ese compromiso desde hace años en Asambleas Ciudadanas del municipio, se exponen y se debaten los presupuestos municipales, se analiza la cuenta de gastos, se toman decisiones sobre algunas inversiones, etc. Esto ha generado que se camine hacia los presupuestos participativos, como una manera de que los ciudadanos puedan fiscalizar qué se hace con el dinero público.

Gracias a la buena estructura organizativa del municipio, el Estatuto es aprobado por unanimidad del Pleno del Ayuntamiento en febrero de 2007. Un Estatuto pionero que recoge el derecho a la información y a la participación, favoreciendo la capacidad decisoria en la gestión municipal de todos los ciudadanos, más allá de la cita con las urnas cada cuatro años. También por unanimidad del Pleno, en noviembre de 2008, se aprueba el Reglamento de Régimen Interno que desarrolla dicho Estatuto, instaurando así una serie de mecanismos y órganos que se ponen en marcha con la aprobación, en marzo de 2010, de la división del municipio en zonas territoriales, habilitando, en su virtud, la constitución de las Juntas de Zona y Junta Local de Participación Ciudadana en mayo 2013.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

En torno a treinta personas procedentes de las Concejalías de Participación Ciudadana, Nuevas Tecnologías y Gobierno Abierto y de la Asesoría Jurídica del Ayuntamiento participan en el desarrollo del Estatuto de Participación Ciudadana, impulsado por el propio Alcalde de Molina de Segura. El presupuesto global anual que el Ayuntamiento destina para esta Iniciativa de RSC - que engloba el proceso de implantación de dicho Estatuto y su desarrollo durante el año, el mantenimiento de los centros sociales, las asignaciones presupuestarias, subvenciones que reciben los distintos colectivos y los funcionarios adscritos a este proyecto - asciende a 635.413,73 €.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios inmediatos, directos y necesarios de la iniciativa son los propios ciudadanos de Molina de Segura. El Estatuto de Participación Ciudadana y su Reglamento constituyen el instrumento que favorece, facilita y hace más eficaces los mecanismos para una participación efectiva, permitiendo que toda la población molinense que lo desee tenga oportunidad de participar. De igual forma, se potencia una comunicación eficaz entre administración y ciudadanía que conforma, con reciprocidad, el debate sobre los problemas del municipio y sus soluciones. También se generan nuevas formas y espacios de concertación y negociación entre personas representantes de la ciudadanía y de éstas con el gobierno municipal en orden a la construcción compartida de políticas y programas de desarrollo de la ciudad. Todo ello constituye una verdadera labor de fomento de la vida asociativa y da la plena participación en la vida común en los distintos barrios, pedanías y urbanizaciones.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

El Ayuntamiento de Molina de Segura ha constatado, a través de la iniciativa de la aprobación y puesta en marcha del Estatuto de Participación Ciudadana y su Reglamento, que no es baladí la tarea de procurar el cumplimiento, lo más literal posible, del artículo 9, apartado 2, de la Constitución Española de 1978, cuando establece que “corresponde a los poderes públicos facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social”. Y la mayor enseñanza recibida toma cuerpo al comprobar que la ciudadanía responde al llamamiento y, en legítima utilización de la herramienta ofrecida, participa.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Partiendo de la base de que la Participación Ciudadana es un derecho imprescriptible cuyo ejercicio en libertad debe posibilitarse desde toda estructura de Gobierno, la implantación del Estatuto de Participación Ciudadana tiene su camino marcado. Una vez realizadas las elecciones a Presidentes de Zona, constituidas las Juntas de Zona y la Junta Local de Participación Ciudadana, se ponen en funcionamiento sus órganos para atender las iniciativas de Participación Ciudadana, fundamentalmente en la elaboración de los presupuestos municipales y en las políticas municipales, de manera especial en aquéllas que se han convertido en la seña de identidad de Molina de Segura: políticas sociales y política culturales.



## 1.7. AYUNTAMIENTO DE MURCIA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Compra pública responsable de  
productos forestales: madera y papel**

*Modalidad:*

**Administración Pública**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Administración Pública: Excmo. Ayuntamiento de Murcia

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La iniciativa consiste en promover la gestión forestal sostenible a través del consumo responsable de los productos forestales, garantizando un uso social, ambiental y económicamente sostenible de los bosques del planeta.

Cuando se inician expedientes de contratación que suponen la adquisición de madera, papel o sus derivados, se incluye en las cláusulas administrativas de los contratos un criterio de Calidad Ambiental que asignará valoraciones más altas a aquellas adquisiciones de productos forestales que ofrezcan mayores garantías de su origen social y ambientalmente responsable, avalado por los correspondientes certificados.

También se valora el papel reciclado, ya que un aprovechamiento más sostenible de los recursos forestales implica la reutilización de las materias primas procedentes de procesos de reciclaje.

Esta iniciativa se está aplicando en el Ayuntamiento de Murcia desde el año 2007.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Esta iniciativa implica a todos los Servicios del Ayuntamiento que realicen expedientes de contratación, donde se incluyan la adquisición de productos forestales (madera y papel).

El Servicio de Medio Ambiente asumió la responsabilidad de implantación de esta iniciativa, desde donde se realiza el seguimiento y control de los expedientes de contratación, asesoramiento a los distintos Servicios (valoración e interpretación de certificados, documentos justificativos, relación con los proveedores, etc) así como, la interpretación y análisis de los resultados. Los recursos aportados son principalmente recursos humanos.

En junio de 2010 obtuvimos por este Proyecto el reconocimiento “Ciudad por los Bosques” de WWF/ESPAÑA y pasamos a su Lista Verde.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de esta iniciativa somos todos, pues de lo que se trata, es de hacer un consumo responsable de nuestros recursos.

Los resultados obtenidos en el periodo 2008 a 2012 son los siguientes:

Pliegos donde se han incluido criterios ambientales - 69.

Adjudicados a empresas que se le valoraron los criterios ambientales - 37.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Las Administraciones Públicas deben jugar un papel activo en la Conservación de los bosques, ya que un uso social, ambiental y económicamente sostenible de los bosques del planeta, está directamente ligado al modelo de consumo de sus productos.

Las talas insostenibles e ilegales, la deforestación, los incendios, la pobreza, amenazan la conservación de las masas forestales. Para frenarlas, es esencial conocer el origen de los productos y ejercer una actitud de compra preferente a favor de los que procedan de masas forestales gestionadas y explotadas de forma legal y responsable.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Introduciendo cada vez más criterios ambientales en la compra pública, tales como la eficiencia energética y el fomento de las energías renovables; el ahorro en el consumo de agua; el uso de materiales reciclados; el fomento de la biodiversidad y la disminución de emisiones contaminantes.



## 1.8. AYUNTAMIENTO DE SANTOMERA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Proyecto de educación medio-ambiental en centros educativos del municipio**

*Modalidad:*

**Administración Pública**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Concejalía de Desarrollo Sostenible y Concejalía de Empleo del Ayuntamiento del municipio de Santomera.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

El fin es proporcionar a los jóvenes universitarios de la región, y en particular de nuestro municipio, el poder realizar prácticas laborales relacionadas con sus estudios, proporcionándoles así una experiencia y un primer contacto con el mundo laboral, con la intención de que les resulte más fácil el acceso a éste posteriormente, una vez finalizados sus estudios.

En este caso, un alumno de la Licenciatura de Ciencias Ambientales de la UMU ha estado desde el 1 de octubre de 2010 hasta el 20 de diciembre de 2010.

Durante ese tiempo, el alumno en prácticas ha elaborado un proyecto de Eco-Auditoría para llevar a cabo en los centros educativos del municipio. Para ello se les realizaron encuestas, charlas por niveles y un concurso para incentivar y motivar a los participantes.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Entre los recursos que se aportaron, destacan:

- Material de oficina.
  - Un espacio donde realizar el trabajo administrativo.
  - Contenedores de cartón para instalar nuevos puntos en los centros educativos.
  - Premios para el concurso (2 entradas para un parque acuático).
  - Pegatinas de “Ahorro de agua” para colocar en los puntos de agua en los centros.
- 

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los principales beneficiarios del proyecto fueron los Centros Educativos del municipio en sí, y por extensión las familias de los alumnos participantes al trasladar a sus hogares todo lo aprendido a lo largo del proyecto.

El resultado más destacable de este proyecto fue obtener información sobre los hábitos de consumo energético, conocimientos sobre energías renovables, flora y fauna de nuestro entorno, etc. por parte los escolares del municipio.

También sirvió para conocer más detalladamente el estado de los centros educativos y detectar las deficiencias energéticas de éstos y poder tomar medidas al respecto.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que al mismo tiempo que se ofrece la oportunidad de realizar las prácticas laborales a jóvenes universitarios, nuestra entidad se ve beneficiada por la aportación de una visión más “fresca” y diferente de abordar proyectos de este tipo.

---

### *Cómo se puede continuar:*

En este caso, el proyecto, al tratarse de una ecoauditoría volverá a realizarse en un periodo de 6 años aproximadamente, según lo aconsejado por el propio alumno.



## 1.9. AYUNTAMIENTO DE ULEA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Comedor para personas mayores**

*Modalidad:*

**Administración Pública**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Ayuntamiento. Prestaciones del centro de atención a personas mayores. Esta actividad se desarrolla en el centro de atención a personas mayores.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Esta iniciativa gestiona en las dependencias del centro de atención a personas mayores un servicio de comedor. Este servicio, coincidiendo con el horario de apertura del centro, se lleva a cabo de lunes a viernes (excepto festivos). A este comedor asisten en la actualidad 13 usuarios mayores de 65 años.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

El centro de atención a personas mayores, que cuenta en sus dependencias con una cocina y comedor, con dimensiones e infraestructura suficiente para llevar a cabo dicha actividad. También ha contratado a 2 auxiliares de cocina.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de esta iniciativa son las personas mayores de 65 años de este municipio y sus familiares. El comedor se ha convertido en punto de encuentro y de convivencia, donde se combate la soledad o el aislamiento social en el que viven inmersos. Este servicio ha supuesto una mejora primordial de su calidad de vida, potenciando las relaciones interpersonales, la integración social, favoreciendo la autonomía personal y la permanencia en su entorno habitual. Y, para los familiares, este servicio les proporciona tranquilidad porque se les ofrece un menú saludable y variado, ya que en sus domicilios no se puede garantizar que sigan una dieta equilibrada, acorde a sus problemas de salud.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Con esta iniciativa hemos conseguido ser más solidarios con nuestros mayores, lo que nos ha proporcionado una gran satisfacción por mejorar su calidad de vida, ya que son personas con recursos limitados y en situación de aislamiento y/o soledad.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Esta iniciativa sí va a tener continuidad en el futuro porque nos parece que es muy beneficiosa para nuestros mayores y sus familiares, y se intentará por parte de este ayuntamiento, seguir costeadando este servicio tal y como se hace en la actualidad, mediante una aportación simbólica de cada uno de los usuarios al mes, así como intentar que aumente el número de personas que se benefician de él.



**1.10. UNIVERSIDAD DE MURCIA**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Voluntariado Universitario con  
Infancia y Adolescencia: Proyecto de  
Refuerzo Escolar Aprendemos UNI2**

*Modalidad:*

**Administración Pública**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado, que depende del Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo. Universidad de Murcia.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

El objetivo principal de esta actividad es reforzar las pautas necesarias para conseguir el éxito escolar. Tal acción se lleva a cabo a través de la labor del voluntariado universitario, que no sólo trabaja en el ámbito académico sino que busca realizar una intervención social en el ámbito tanto de la educación formal como la no formal, en el que se trabaja en red con diferentes ONGs.

El proyecto consiste en apoyar a menores en su desarrollo escolar y personal de manera individualizada, estimulando sus capacidades y actitudes. Preferentemente se lleva a cabo en el domicilio familiar, siempre que reúna unas condiciones adecuadas. En él pueden participar estudiantes de cualquier titulación universitaria. Se desarrolla a lo largo del curso escolar hasta mayo, pudiendo organizar la actuación de forma flexible según la disponibilidad de los voluntarios.

Las diferentes entidades y Ayuntamientos, o los propios Centros Educativos, serán quienes, a través de sus trabajadores sociales o educadores, seleccionarán a los menores y/o familias, destinatarios de la acción voluntaria.

El periodo de aplicación es durante el curso escolar, de septiembre a junio.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La dedicación completa de dos técnicos, uno personal interno de la UMU y otro técnico de apoyo con un contrato externo.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los destinatarios pertenecen a diferentes municipios y tienen en común, ser menores SIN recursos educativos complementarios a la escuela, CON desfase o retraso escolar, DE contextos en desventaja social, ESCOLARIZADOS, y de edades comprendidas entre los 6 y los 14 años.

Las familias seleccionadas se encuentran en situación de exclusión social; con falta de recursos culturales; funciones parentales débiles, y bajas expectativas con respecto a la educación de sus hijos, y/o desestructuración familiar.

Durante el curso 2012-2013 se han beneficiado 145 voluntarios y 263 menores de 5 entidades: Ayuntamiento de Murcia, Ayuntamiento de Totana, Fundación FADE, Solidarios para el Desarrollo y ASPANPAL.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Este proyecto supone un paso más en la gestión del voluntariado universitario y la coordinación interinstitucional con muchas entidades públicas y ONGs.

---

### *Cómo se puede continuar:*

La Universidad de Murcia, a través de ADyV va a potenciar este proyecto puesto que, hoy en día es el más demandado por los ayuntamientos.

Esta es ya una política de la organización, que seguirá siendo así en el futuro.





# Asoc iacio nes emp resa riales



## 2.1. ASOCIACIÓN DE JOVENES EMPRESARIOS REGION DE MURCIA (AJE)

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Mi empresa ha plantado un bosque**

*Modalidad:*

**Asociación empresarial**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Organización empresarial de tres trabajadores que engloba a empresarios menores de cuarenta años de la Región de Murcia

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Con esta iniciativa empresarial, pionera en España, se demostró que la implicación de los jóvenes empresarios de la Región de Murcia con el Medio Ambiente y el Desarrollo Sostenible de nuestra tierra va más allá de las palabras y las intenciones, transformándose en hechos concretos.

Con la iniciativa "MI EMPRESA HA PLANTADO UN BOSQUE", la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero y CO<sub>2</sub> ha sido una realidad gracias a los asociados a AJE Región de Murcia y al apoyo de la Consejería de Agricultura y Agua.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Cada asociado participante compensó la emisión de CO<sub>2</sub> por parte de su empresa, a través de la plantación de un número de árboles que contrarrestasen la contaminación.

Para ello se calculó la "huella de CO<sub>2</sub>" (emisión de estos gases de efecto invernadero por efecto de la actividad empresarial) y, en función de ésta, el empresario plantó un número de árboles.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Además de la participación de la empresa en la mejora por el medio ambiente de nuestra Región y la reducción de la huella de CO<sub>2</sub> como ciudadano y como empresa, se obtuvo el beneficio de formar parte de la lista de Empresas Responsables de la Comunidad Autónoma, y de toda la difusión en medios realizada.

Las empresas participantes tienen derecho al uso del logotipo oficial RSCO<sub>2</sub> con Certificación oficial de la reducción y compensación voluntaria de emisiones de CO<sub>2</sub> emitida por la Comunidad Autónoma, pudiendo acreditar ante clientes, proveedores, Administración Pública (concursos, contratación,...) y ante los propios empleados, el compromiso voluntario como empresarios y ciudadanos concienciados por el cambio climático. etc.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

A ser consecuentes con el medio ambiente.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Trabajando entre todos en la puesta en marcha de este tipo de iniciativas.



## **2.2. ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES-EXPORTADORES DEFRUTAS Y HORTALIZAS DE LA REGIÓN DE MURCIA (PROEXPORT)**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Fruticoles, Colegios que Disfrutan ([www.fruticoles.com](http://www.fruticoles.com))**

*Modalidad:*

**Asociación empresarial**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

PROEXPORT representa 50 grupos de empresas y cooperativas líderes en la exportación de frutas y hortalizas en la Región de Murcia.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Fruticoles' es una iniciativa que PROEXPORT y sus empresas asociadas desarrollan con el objetivo de apoyar a la comunidad educativa en la promoción del consumo de frutas y hortalizas entre los escolares.

Algunas actividades desarrolladas: Web [www.fruticoles.com](http://www.fruticoles.com), portal que sirve de punto de encuentro a todo el programa; Distribución directa de 400.000 raciones de frutas y verduras a través del Plan de Distribución de frutas y Verduras en Escuelas de la CARM, promovido por la UE, la CARM y el Gobierno de España en el que PROEXPORT y sus empresas asociadas han sido durante tres cursos consecutivos la única entidad autorizada para suministrar estos productos; concurso de Fotografía "Me

gustan las Frutas y Verduras”, que en el curso 2012-2013 ha desarrollado la 3ª edición; Fruti-Material Didáctico.; microsites personalizados de alimentación saludable; campaña de comunicación “Aliméntalos bien”; recetario “Frutirecetas fáciles para peques”; participación en eventos deportivos como la Carrera “El Estirón” de Antena 3.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Varias de las empresas asociadas a PROEXPORT han participado en la elaboración y distribución de muchas de las frutas y verduras repartidas como parte de sus programas de Responsabilidad Social. Asimismo, han financiado un gran número de actividades y eventos del programa complementando a aquellas que han estado cofinanciadas por las diferentes administraciones. La implicación de sus empresas asociadas requiere, como es lógico, la implicación de sus técnicos y profesionales responsables en supervisar que las propiedades de las frutas y verduras repartidas sean las más adecuadas y saludables en términos de calidad, sabor, textura, etc. para asegurar su aceptación por parte de los niños.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

El programa Fruticoles beneficia a más de 350 centros escolares de toda la Región y 50.000 escolares de primaria. Participan activamente más de 4.000 profesores y un gran número de familias.

Algunos de los resultados obtenidos en el curso 2011-2012 fueron: incremento de un 6% en el consumo de frutas y verduras por parte de los niños; se ha dado un protagonismo destacado a las frutas y verduras de la Región de Murcia; se ha llegado a todos los sectores sociodemográficos, garantizando la igualdad de oportunidades en el acceso al programa; se ha reducido la distancia que hay en el consumo de fruta y verdura entre niñas y niños; se ha incrementado la percepción positiva de los niños hacia las frutas y verduras así como el conocimiento de sus propiedades saludables. La trascendencia social de las acciones ha sido grande, amplificando los mensajes de sensibilización hacia las frutas y verduras.

Asimismo, el programa ha recibido el PREMIO ESTRATEGIA NAOS 2012 otorgado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad; PREMIO A LA MEJOR WEB ASOCIATIVA 2012, otorgado por el Diario La Verdad (Grupo Vocento); SELLO EL ESTIRÓN, otorgado por el Grupo Antena 3.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La apuesta por la promoción de la salud es una herramienta imprescindible para incidir en el consumo de frutas y hortalizas. Por eso, constituye para PROEXPORT uno de los ejes clave de su estrategia de responsabilidad social. No en vano, todas las iniciativas llevadas a cabo en este ámbito subrayan la idea de que la mejor política de promoción de la salud consiste en aumentar el consumo de frutas y hortalizas, dado que innumerables estudios científicos demuestran sus efectos beneficiosos. Los beneficios mutuos entre la sociedad y las empresas agrarias cuando se desarrollan este tipo de actuaciones, algo clave para conformar una verdadera estrategia de RSE, son más que evidentes.

---

### *Cómo se puede continuar:*

PROEXPORT y sus empresas asociadas prevén una continuación en ejercicios futuros del programa. El compromiso con la promoción del consumo de Frutas y hortalizas tiene su continuidad en otras campañas: Campaña “Verduras de Europa. We Care, You enjoy” ([www.wecareyouenjoy.eu](http://www.wecareyouenjoy.eu)), impulsada por PROEXPORT y HORTYFRUTA dirigida a restaurar la confianza del consumidor europeo en el consumo de hortalizas frescas de Europa e incrementar el consumo de estos productos, tras la crisis de la E.coli; II Campaña de Promoción del Brocoli ([www.masbrocoli.com](http://www.masbrocoli.com)) impulsada por la Asociación + Brocoli de la que PROEXPORT es socio fundador.



### **2.3. ASOCIACIÓN MURCIANA DE EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, DE LAS COMUNICACIONES Y DEL AUDIOVISUAL (TIMUR)**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Las TICS y la RSC**

*Modalidad:*

**Asociación empresarial**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Asociación empresarial que representa al sector de las Tecnologías de la Información, las Comunicaciones y del Audiovisual de la Región de Murcia

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La iniciativa, llevada a cabo en 2011, pretendió difundir y concienciar al sector sobre la importancia de aplicar políticas de RSC al mismo tiempo que destacar la utilidad de las TIC en la implantación de esas medidas. Se realizaron dos acciones:

**Jornada “Las TICs y la Responsabilidad Social Corporativa”.** Los objetivos específicos fueron: dar a conocer la situación actual con respecto a la RSC; analizar el impacto en el uso de las TICs; mostrar ejemplos de buenas prácticas donde diferentes empresas explicarán cómo contribuyen las TIC; infor-

mar sobre indicadores para evaluar la ventaja competitiva al adoptar políticas de RSC (ej: en políticas de calidad,...).

**Acciones de comunicación.** Aparecieron noticias en diversos medios digitales, especialmente La Verdad.es, y se creó una imagen en formato banner que se integró en el portal web de TIMUR, así como en el de las empresas asociadas, y otros boletines y medios electrónicos, etc.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

El equipo humano de TIMUR, su junta directiva y empresas asociadas estuvieron implicados en este proyecto que se llevó a cabo gracias a la cofinanciación de la Consejería de Educación, Formación y Empleo dentro del Programa: Fomento y Difusión de las Relaciones Laborales año 2011.

Las empresas Base Cía de Soporte Lógico S.L. y Tecnopolis Software participaron en la jornada compartiendo sus experiencias. Destacar la colaboración de Longinos Marin, Director de la Cátedra RSC de la UMU, de Paloma Lemonche Coautora de Cuadernos RSC y TIC de la Cátedra Telefónica en UNED, así como de Javier Ruano, Consultor en RSC.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Esta experiencia ha permitido lanzar un mensaje a los distintos agentes alrededor del sector, sobre la responsabilidad que cada uno tiene en la cadena de valor TIC, y como contribuye en diferente forma y medida a abordar los retos de la sostenibilidad en el mundo globalizado del siglo XXI.

Las TIC han sido reconocidas internacionalmente como un potente instrumento para incrementar la productividad empresarial en todos los sectores, generar crecimiento económico y mejorar la calidad de vida de todas las personas. Por ello, la manifestación de la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas del sector TIC supera la mera gestión consciente de los impactos sociales y ambientales de su actividad inmediata y adquiere una nueva dimensión derivada de la participación necesaria de las TIC en el resto de actividades económicas y sociales y de su papel necesario e insustituible en el planteamiento y solución de los más importantes retos de la humanidad.

Se ha conseguido concienciar a las empresas de TIC y resto de sectores del valor añadido que tienen sus productos y servicios al facilitar a otras empresas la implantación de políticas RSC.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La importancia de introducir políticas de RSC como una estrategia de valor y ventaja competitiva, al mismo tiempo que se ha difundido en los diferentes sectores de la economía como el uso de las TICs es un vector de la RSC, ya que las empresas TICs son indirectamente, dinamizadoras de la RSC.

Concienciar a las empresas del hipersector TIC del valor añadido de soluciones y servicios TICs que ofrecen y que permiten un compromiso medioambiental, la conciliación de la vida familiar y laboral, la integración de colectivos desfavorecidos y discapacitados, etc.

---

### *Cómo se puede continuar:*

TIMUR dispone de un Manual de Normas de conducta que las empresas conocen en el momento de su admisión y se comprometen a cumplir. Este compromiso por parte de cada empresa, mejora su propia imagen y la confianza al exterior además de beneficiar a la asociación y al conjunto del sector.

Las empresas asociadas, al integrarse en este proyecto a través de la inclusión en sus páginas web, del banner que se realizó para este proyecto y que mantiene nuestro compromiso con la RSC.

La introducción de planes de RSC, y su relación con la implantación de TIC es un objetivo destacado en TIMUR.



## **2.4. ASOCIACIÓN REGIONAL DE EMPRESARIOS DE PASTELERÍA DE MURCIA (AREPA)**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Dulces Minorías: Elaboración de la tarta más grande del mundo a beneficio de FEDER**

*Modalidad:*

**Asociación empresarial**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresarios de Pastelería de Murcia, en colaboración con otros profesionales (José Carlos Losada, Sergio Gallego, Alberto Costea y Felipe Gordillo).

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La iniciativa surge de un grupo de profesionales que deciden hacer un acto solidario a beneficio de las personas con una enfermedad rara junto con algunos pasteleros de la Región. Se trata de la confección de una tarta de 250 metros, la tarta solidaria más grande del mundo. El acto tuvo lugar el 20 de abril en la Plaza Belluga de Murcia.

La elaboración de esta tarta tuvo como finalidad tratar de sensibilizar a la población de la Región de Murcia sobre la importancia y la cercanía de las enfermedades raras en nuestro entorno, y especialmente en los niños y, de paso, recaudar la máxima cantidad de dinero para la puesta en marcha del servicio SIOERM (Servicio de Información y Orientación en Enfermedades Raras) en el Hospital Virgen de la Arrixaca.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Productos para la elaboración de la tarta (Huevos, harina, azúcar), escenario, iluminación equipo de sonido página web, equipo informático, huchas, infraestructura en la plaza, más de 70 voluntarios implicados. 10 Pasteleros y voluntariado.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios directos de la iniciativa han sido las personas con una enfermedad rara en general y particularmente las pertenecientes a la Región de Murcia.

La actividad a permitido dar visibilidad sobre la problemática de las enfermedades raras, a través de las redes sociales, web creada para el evento y medios de comunicación locales y nacionales.

Los resultados económicos obtenidos tras reducir gastos han ascendido a la cantidad de: 5.462,63€

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Cuando todos aportamos un poco de nuestro tiempo, esfuerzo y conocimiento en una causa se puede ayudar a mucha gente.

La satisfacción de hacer algo por los demás, y lo sencillo que resulta si cada uno pone de su parte.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Estableciéndolo como un acto solidario anual, en lugar de una iniciativa puntual.



**2.5. CONFEDERACIÓN REGIONAL DE ORGANIZACIONES  
EMPRESARIALES DE MURCIA**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**CROEM, Empresa Responsable**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Organización empresarial integrada por asociaciones empresariales de los distintos sectores de actividad de la Región de Murcia y empresas adheridas.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

CROEM puso en marcha el proyecto "CROEM Empresa Responsable" en 2008 con medidas para la mejor integración de la RSE en su entorno de trabajo. Las acciones emprendidas devinieron en la implantación de medidas para la flexibilidad laboral, la conciliación de la vida laboral, personal y familiar, el ahorro energético y la mejora de la salud y la seguridad en el trabajo, entre otras, en el nuevo convenio colectivo, que entró en vigor en junio 2011. Este convenio fue promocionado y difundido entre las organizaciones miembro de la confederación.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La participación ha sido colectiva. En la elaboración del texto original participaron los responsables de departamento y fue debatido y refrendado por la totalidad del personal cuando sus planteamientos se integraron en el nuevo convenio colectivo, con el visto bueno de la Dirección de la Confederación. Si bien el desarrollo de esta materia se vinculó en su etapa inicial al Departamento de Prevención de Riesgos Laborales, desde 2011 ha pasado a ser gestionada por el Departamento de Relaciones Laborales y la Dirección de Comunicación de CROEM con el objetivo de reforzar la divulgación, promoción y sensibilización en torno a este tema entre las asociaciones integrantes y las empresas adheridas.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los trabajadores de CROEM, desde que se aprobara el proyecto y se aplicara de facto en el convenio colectivo, desarrollan su jornada laboral en horario intensivo, de 8 a 15 horas. Esto supone disponer de tiempo propio para disfrutar del ocio personal y de las relaciones familiares. Además, se cuenta con flexibilidad laboral y con la posibilidad de trabajar en la primera o última semana de agosto a cambio de una semana vacacional en el periodo que convenga al trabajador. Otras medidas aplicadas en el convenio han permitido ahorros energéticos en la sede de la confederación, así como un mejor desarrollo de las acciones diseñadas para mejorar la seguridad y la salud laboral.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La RSE es consecuencia del compromiso y de la actitud. El principal activo de una organización o una empresa son las personas que la componen y con el desarrollo de este proyecto se ha procurado atender sus necesidades, en el bien entendido de que la responsabilidad de una organización es propiciar el clima de trabajo óptimo para consecución de los objetivos compartidos por todos quienes la componen.

---

### *Cómo se puede continuar:*

CROEM se ha marcado como prioridad seguir siendo un agente activo de la RSE con la participación y seguimiento de cuantas acciones, iniciativas y escenarios tengan que ver con ella.



## **2.6. ORGANIZACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS Y PROFESIONALES (OMEP)**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Colaboración con Organizaciones Sin  
Ánimo de Lucro**

*Modalidad:*

**Asociación empresarial**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

OMEP es una organización empresarial que agrupa a mujeres empresarias, profesionales, directivas y emprendedoras de la Región de Murcia.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Algunos ejemplos de colaboraciones con ONGs son:

- Fundación Desarrollo Sostenible: colaborando en la difusión de proyectos de voluntariado del Programa Empleaverde 2010-2011 de la Fundación Biodiversidad
  - Aire Solidario de FADE: iniciativa que pretende promocionar la labor de voluntariado que desarrolla esta fundación. Se trata de favorecer la venta de los abanicos que Fade llevará a los establecimientos o empresas, desgravando entre un 25 y un 35% en concepto de donativo.
  - Proyecto 'APORTA', para facilitar la inserción socio-laboral de la mujer en riesgo social, fundamentalmente inmigrante. La jornada pretende servir de base para crear una red de apoyo entre mujeres en riesgo social, especialmente inmigrantes del sur, con el objetivo de desarrollar estrategias que, impulsando su papel como líderes y emprendedoras por medio de la creación de una empresa, les permita alcanzar una calidad de vida digna en igualdad de oportunidades.
  - Torneo de Pádel Solidario, colaborando en su difusión y organización. En 2011 los beneficios fueron para la reconstrucción del asilo de San Diego de Lorca, destruido con motivo del terremoto.
  - Colaboración con la Fundación del Secretariado Gitano para lograr la inserción laboral de este colectivo dentro del Programa Incorpora de La Caixa.
- 

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Para el desarrollo de estas actividades con diferentes ONGs, ha puesto a disposición de las mismas sus recursos materiales y capital humano. Para las jornadas OMEP ha aportado el Know-how de empresarias asociadas que, de forma altruista, han participado en ponencias y mesas de experiencias. Todas las gestiones relativas a estos proyectos solidarios se han llevado a cabo por el personal técnico de OMEP, se han realizado labores de comunicación y difusión de los eventos así como de participación activa en los mismos. También la Junta Directiva se ha implicado en todas estas actividades asistiendo a los eventos y colaborando en la difusión.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de estas iniciativas han sido los colectivos de las organizaciones como ancianos, niños, personas en riesgo de exclusión... y en general la sociedad murciana en su conjunto por la amplitud de estas iniciativas.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

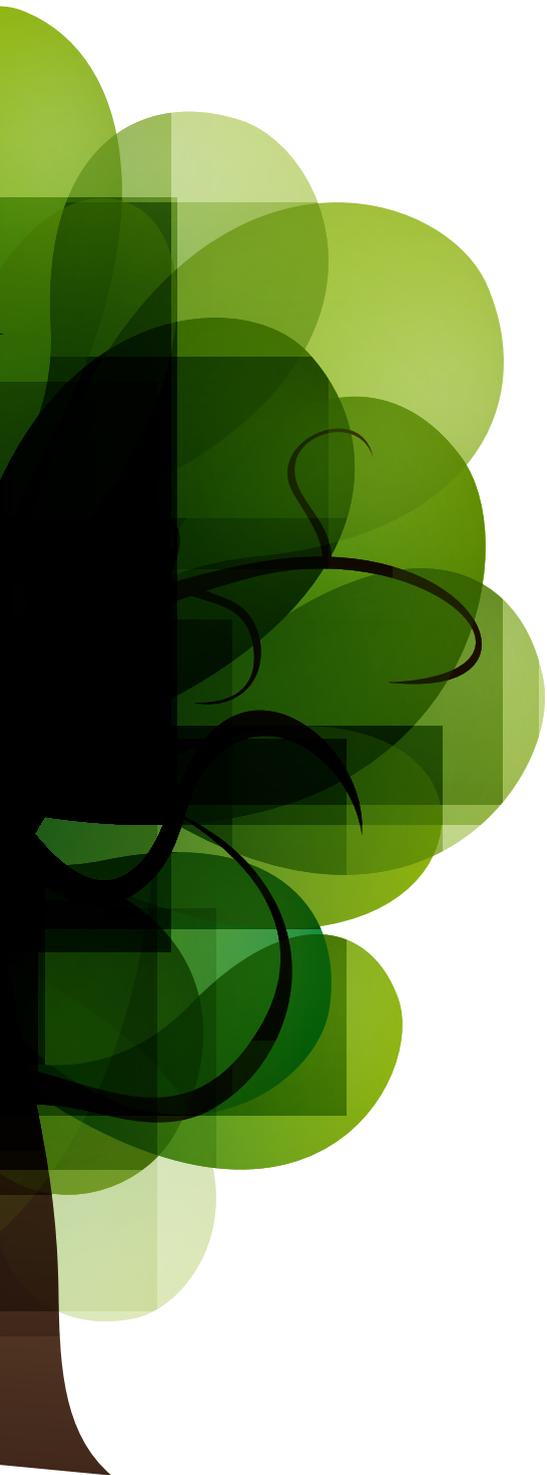
OMEP ha aprendido con estas iniciativas a ser más sensible con los problemas de ciertos colectivos así como a valorar el esfuerzo y dedicación de las personas voluntarias que dedican su tiempo desinteresadamente para ayudar a los demás.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Estas iniciativas se siguen manteniendo y continuarán en el futuro mediante el apoyo en la difusión de eventos y actividades de estas organizaciones y el apoyo y participación en la organización de los mismos.





# Gran des emp resas



### 3.1. AGROMEDITERRÁNEA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Iniciativa en conciliación:  
Flexibilización de horarios**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 1.100 trabajadores, dedicada al cultivo, envasado y comercialización de productos hortofrutícolas.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La iniciativa de “Flexibilización de horarios” consiste en la posibilidad de adecuar el horario a las propias necesidades del empleado para favorecer la conciliación entre la prestación laboral y la vida personal.

Esta iniciativa es de aplicación a los colectivos que tienen jornada completa y que, además, no tienen horarios especiales, porque deban adaptarse al proceso productivo o porque el servicio que prestan tiene un horario establecido. Por lo tanto, los beneficiarios son fundamentalmente los profesionales que trabajan en la Central de la empresa en Dolores de Pacheco. El horario establecido para este personal es en jornada partida, con entrada a las 8,00 horas y con dos horas para comer. La flexibilidad consiste en la posibilidad de disminuir el horario de comida de dos horas a una, con la compensación de poder comenzar la jornada de trabajo una hora más tarde o de terminarla una hora antes. Con esta medida se facilita la prestación laboral a aquellas personas que, por residir en poblaciones alejadas de la Central, como Cartagena o Murcia, no se desplazan a sus domicilios para comer, con lo que necesitan menos tiempo para la comida que pueden dedicar al trabajo.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Todo el equipo que presta sus servicios en actividades de gestión y administración, las realizadas en la Central de la empresa, han estado involucrados con esta iniciativa, pero de forma especial los integrantes de nuestro departamento de recursos humanos por su implicación directa en la flexibilización de los sistemas de control de jornadas y horarios, el control de presencia, etc.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de la iniciativa han sido los propios trabajadores que han optado durante estos últimos años por esta flexibilidad horaria.

Los resultados de la iniciativa han sido y son excelentes ya que, aunque su alcance es a un pequeño colectivo de profesionales, el nivel de satisfacción de éstos es muy alto por poder disfrutar de esta medida. Como consecuencia, el grado de satisfacción de quienes están en esta circunstancia aumenta de forma considerable y le permite a la empresa incorporar profesionales de poblaciones alejadas con mayor facilidad.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Como empresa la Iniciativa nos ha demostrado que hay que potenciar las medidas de Responsabilidad Social dirigidas a los empleados, ya que estas potencian de forma esencial los niveles de satisfacción y den compromiso de éstos con la empresa.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Esta iniciativa se planteó hace unos años cuando el colectivo de empleados con estas necesidades fue aumentando por el desarrollo de la compañía y la consiguiente necesidad de perfiles cada vez más cualificados. Concretamente, el horario flexible lleva implantado desde el 2010.

Pretendemos continuar favoreciendo iniciativas de esta índole, que sin afectar a la actividad productiva y al excelente servicio que la empresa está obligada a ofrecer para seguir aumentando su competitividad, posibilitan sistemas satisfactorios en la conciliación laboral.



### 3.2. AQUAGEST REGIÓN DE MURCIA, S.A.

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Campaña educativa Gotagotham**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Gestión del ciclo integral del Agua, con 267 Trabajadores

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Campaña escolar de educación medioambiental que tiene como objetivo enseñar a escolares de 2º, 3º y 4º de Primaria los ciclos natural y urbano del agua y la importancia de su conservación para la vida.

Gotagotham consiste en una jornada lúdico educativa, de unos 90 minutos aproximadamente, en la que mediante un DVD, juegos y talleres, los alumnos viajan a un mundo imaginario llamado Gotagotham, donde viven los Gothams (Nemo, Nube, Lago, Iglú y Une) con los que aprenderán el ciclo natural y urbano del agua. Las sesiones están dinamizadas por monitores del Instituto Murciano de Consumo (IMC). Se trata de concienciar a los más pequeños de la casa sobre la importancia del uso sostenible del agua, mostrándoles el ciclo integral del agua.

La iniciativa comenzó en el curso 2008-2009 en la ciudad de Murcia. En 2011 se incorporaron Cartagena y Alcantarilla, haciéndose extensiva además a Cehegín, Abanilla, Beniel, Blanca, Cieza, Jumilla, Las Torres de Cotillas, Águilas, Lorca y Torre Pacheco en 2012.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Personal del departamento de Comunicación, monitores y materiales. Es una decisión estratégica de la empresa apostar por la promoción del medio ambiente entre los pequeños de la casa, para que ellos a su vez promuevan el ahorro y el cuidado de un bien escaso y esencial, como es el agua potable, entre sus mayores.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

El beneficio lo recibe la sociedad en general. La campaña de 2012 llegó a 12.378 alumnos de los municipios de Cehegín, Abanilla, Beniel, Blanca, Cieza, Jumilla, Alcantarilla, Las Torres de Cotillas, Águilas, Lorca, Cartagena, Torre Pacheco y Murcia.

También se implica a las Concejalías de Educación y Medio Ambiente de los respectivos ayuntamientos en la coordinación de las sesiones educativas, así como a las autoridades municipales en la presentación de la actividad en cada municipio.

La Fundación Instituto Murciano de Consumo recibe también nuestro apoyo y colaboración, ya que contamos con sus monitores especializados en educación infantil para la dinamización de las sesiones.

La campaña recibió el premio de educación ambiental 2011 dentro de los Premios de Desarrollo Sostenible que convoca anualmente la Consejería de Agricultura y Agua.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que formando a los niños se puede conseguir una mayor difusión de la necesidad de proteger un recurso esencial como es el agua y, a la vez, lograr un desarrollo sostenible.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Es una decisión estratégica de la empresa, por lo que seguirá en el futuro.



**Sabadell**

### **3.3. BANCO SABADELL**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Plan de Educación Financiera**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Cuarto grupo financiero privado español que cuenta con un equipo de 16.900 profesionales

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

En los últimos años se ha puesto de manifiesto la necesidad de mejorar la cultura financiera de los ciudadanos, de dotarles de los conocimientos básicos y las herramientas necesarias para que manejen sus finanzas de forma responsable e informada. Por ello, la entidad se adhirió en 2011 al convenio suscrito entre la AEB, la CNMV y el Banco de España para el desarrollo de actuaciones en el marco del

Plan de Educación Financiera. Las páginas web del grupo ofrecen un enlace directo a [www.finanzasparatodos.es](http://www.finanzasparatodos.es) donde los usuarios pueden encontrar consejos básicos de economía familiar, de inversión, etc. El grupo ha desarrollado en 2012 algunas iniciativas propias, es el caso del exitoso programa Exportar para Crecer. Este programa de educación financiera pone a disposición de las empresas varios mecanismos y canales de aprendizaje: guías prácticas, jornadas, video sesiones, píldoras para mejorar y casos prácticos. Junto con AMEC, Arola, CESCE, Esade y Garrigues, el banco lidera esta iniciativa que acompaña a las pymes en el salto a la internacionalización. La generación de empleo a través de la internacionalización es una vía por explotar que requiere de profesionalidad, experiencia, conocimientos e innovación.

***Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:***

Varias direcciones de la organización están implicadas en el desarrollo de actuaciones de educación financiera. Las direcciones de Marketing, Productos de Empresas, Gabinete de Comunicación, Operaciones y Tecnología, Recursos Humanos y Cumplimiento Normativo, RSC y Gobierno Corporativo. El Programa ha requerido la contratación de una agencia especializada en edición de contenidos multimedia y de medios materiales (material impreso, aulas o salas de conferencias, etc.).

***Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:***

Cualquier empresa o Pyme, sin necesidad de ser cliente del grupo, puede beneficiarse del Programa Exportar para Crecer, conectarse a una videosección emitida en directo en [www.bancsabadell.tv](http://www.bancsabadell.tv), participar en una jornada presencial o descargarse gratuitamente una guía informativa. El Programa de Educación Financiera del grupo se ha focalizado en una primera etapa en su segmento principal, pymes y empresas, para apoyar al tejido empresarial español y generar vías de creación de empleo.

En la Región de Murcia, se han realizado jornadas específicas en el Instituto de Fomento sobre medios de pago internacional y peculiaridades de los diferentes mercados objetivos para las empresas murcianas.

El compromiso del grupo con el programa estatal también beneficia a todos los consumidores que utilicen los consejos y herramientas disponibles en [www.finanzasparatodos.es](http://www.finanzasparatodos.es). Los clientes particulares de las diferentes marcas del grupo (SabadellAtlántico, SabadellCAM, SabadellSolbank; SabadellHerrero, ActivoBank, SabadellGuipuzcoano, SabadellUrquijo Banca Privada) son beneficiarios del programa de educación financiera. Disponen de un servicio online para planificar su economía personal y de un simulador de ahorro futuro. Por tercer año, el banco ha lanzado en 2012 el concurso de dibujo infantil [www.paraquesirveeldinero.com](http://www.paraquesirveeldinero.com) destinada a enseñar a los niños el valor del dinero y la importancia del ahorro.

***¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?***

Cada una de las iniciativas del Programa de Educación Financiera de Banco Sabadell genera un mayor diálogo con los clientes y una oportunidad para identificar sus necesidades en el contexto actual.

***Cómo se puede continuar:***

En una primera fase del Programa la entidad se ha focalizado en el segmento empresas y el objetivo para 2013 es ampliar el programa los clientes particulares. Banco Sabadell seguirá trabajando para facilitar a sus clientes los conocimientos y las herramientas necesarias para manejar sus finanzas y para ofrecerles las soluciones financieras que mejor se adapten a sus necesidades.

Actualmente el banco está elaborando unos vídeos de divulgación financiera dirigidas a particulares. En 2013 la entidad lanzará un programa de voluntariado corporativo en colaboración con el IEF orientado a la educación financiera en escuelas de primaria.



### 3.4. CAJAMAR CAJA RURAL

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Riesgo Financiero de Naturaleza  
Ambiental y Social**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Cajamar Caja Rural es la primera caja rural española y la primera cooperativa de crédito española. Entidad cabecera del Grupo Cooperativo Cajamar, integrado por 22 cajas rurales españolas, con más de 1.500 oficinas y 6.500 empleados.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

En general, las entidades financieras vienen utilizando desde hace tiempo elaboradas metodologías para identificar y valorar el riesgo de las empresas. Tradicionalmente las variables utilizadas

para medir este riesgo han sido de naturaleza casi exclusivamente de mercado, económica y financiera.

En Cajamar Caja Rural, además de las variables de carácter económico y social, existe un riesgo financiero de naturaleza ambiental y social que debe de ser incorporado en los procesos de análisis y valoración de las empresas y de sus proyectos.

Por ello, en el 2011 Cajamar Caja Rural decidió elaborar una metodología orientada a minimizar dos tipos de riesgos: riesgo por incumplimiento de la regulación ambiental, y riesgo por retrasos y paralización de proyectos vinculados a los impactos negativos para la comunidad (huella social neta, olores, movilidad, ruido) o el medioambiente (consumo de agua, procedencia del agua, consumo de energía, producción de residuos, porcentaje de renovables,...).

La primera fase finalizó en el 2011 donde se valoraron los riesgos vinculados al incumplimiento de la regulación. Durante el año 2012 se ha desarrollado la segunda fase donde se valoran (para proyectos empresariales) las variables críticas que pueden llegar a presentar impactos negativos para la comunidad o el medioambiente.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La iniciativa ha sido desarrollada por un equipo multidisciplinar de personal técnico especializado de Cajamar Caja Rural (Área de Inversiones, Seguridad Informática, Área de organización y Área de Responsabilidad Social Corporativa) así como de la colaboración de Wolters Kluwer España. Además, en el desarrollo técnico ha intervenido la consultora GREASA (Gestión del Riesgo, Estrategia Ambiental SA), y el Servicio de Estadística de la Universidad Autónoma de Barcelona que ha supervisado el diseño del método y los trabajos estadísticos necesarios.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios son empresas identificadas que presentan una mayor exposición al riesgo regulatorio, y consecuentemente, el desarrollo de medidas con el fin de minimizar y controlar dichos riesgos. Los resultados obtenidos es que el 88% de la cartera crediticia de la entidad presenta un bajo nivel de exposición a este tipo de riesgos y se está actuando con el resto de la cartera con el fin de minimizar dichos riesgos.

Respecto a los segmentos identificados con mayor exposición a ese tipo de riesgos, se han desarrollado una serie de recomendaciones a las empresas, algunas de obligado cumplimiento y que tienen como objetivo minimizar su exposición y consecuentemente mejorar la calidad del riego de la cartera crediticia.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que una determinada actividad o proyecto empresarial genera un impacto en el entorno que desarrolla sus actividades y que ello repercute a la comunidad en su conjunto y consecuentemente a los diferentes grupos de interés. Por eso es importante desarrollar los mecanismos que permitan identificar y minimizar todos aquellos aspectos que generan un impacto negativo tanto de nivel social medioambiental y ecológico y cooperar junto con las empresas y grupos de interés en el desarrollo del mismo.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Se seguirá implementando dicha medida introduciendo mecanismos que incrementen el grado de conocimiento sobre el comportamiento ambiental de las empresas que podrían ver afectada su actividad económica como consecuencia de la regulación vigente con el fin de minimizar el impacto generado en el entorno en el que la empresa desarrolla su actividad.



### 3.5. EL CORTE INGLÉS

*Título de la campaña/iniciativa:*

**El Corte Inglés lucha contra el hambre**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa líder de grandes almacenes y distribución, con más de 70 años de experiencia

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

El Corte Inglés en la Región de Murcia ha contribuido a la lucha contra el hambre en dos iniciativas desde el pasado diciembre:

1. Programa “Solidaridad con la Infancia”: A través de este programa, se pretenden distribuir más de medio millón de meriendas a 5000 menores durante 100 días en toda España. La iniciativa, en colaboración con Cruz Roja Española y la Fundación Realmadrid logrará distribuir en Murcia un total de 8.800 meriendas. Con ella se pretende paliar las deficiencias en la ingesta de fruta, cereales y lácteos por parte de los niños pertenecientes a las familias más desfavorecidas de catorce comunidades autónomas. La campaña se ha estado desarrollando el 23 de abril al 14 de junio, y se ha reanudado el 16 de septiembre hasta próximo 2 de diciembre de 2013, coincidiendo con el curso escolar.

2. Campaña de recogida de alimentos “Cuanto más das, más recibes”: en colaboración con el Banco de Alimentos, Cáritas y Jesús Abandonado, las pasadas navidades El Corte Inglés promovió una campaña de recogida de alimentos. Dicha campaña tuvo lugar del 17 al 21 de diciembre de 2012. En ella participó la sociedad murciana donando 4.000 kg de alimentos, cantidad a la que se sumó El Corte Inglés aportando 2.000 kg adicionales.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Para las dos campañas, El Corte Inglés ha donado principalmente alimentos, y ha prestado los recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo ambas acciones.

Para “Solidaridad con la Infancia”, cada lunes durante el periodo escolar se están entregando en El Corte Inglés de Murcia meriendas compuestas por 1 Brick de leche de 200 ml, 1 Zumo de 200 ml, 1 Paquete de galletas, 1 Yogur y 1 Manzana.

Para la campaña “Cuanto más das, más recibes” donó un total de 2.000 kg de alimentos no perecederos que se sumaron a los 4.000 kg donados por la sociedad, lo que hace un total de 6.000 kg que se han destinado a familias sin recursos.

Además, se ha reservado un lugar físico en los establecimientos para la recogida de alimentos, y parte del personal se ha encargado de su gestión.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de “Solidaridad con la Infancia” son niños, niñas y adolescentes de entre seis y 16 años procedentes de familias sin recursos. Gracias a la iniciativa, se lograrán repartir un total de 8.800 meriendas.

El Banco de Alimentos hizo llegar los 6.000 kg de alimentos de la campaña “Cuanto más das, más recibes” a 35.000 personas con grandes dificultades.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Es importante formar parte de la sociedad y de su desarrollo. Nosotros, como todas las empresas, tenemos una responsabilidad con la sociedad y debemos contribuir, en la medida de nuestras posibilidades, a hacer de nuestro entorno un lugar mejor.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Estas son sólo dos acciones de las muchas que realiza El Corte Inglés en Responsabilidad Social Corporativa. La RSC es parte de la filosofía de la empresa y lo seguirá siendo, contribuyendo con nuestro esfuerzo y nuestros recursos a la mejora de nuestra organización y de su entorno.



### 3.6. ELPOZO ALIMENTACIÓN

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Lucha contra el desperdicio  
alimentario**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de alimentación en base a proteína cárnica, líder en su sector por cuota de su marca EL POZO.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

En esta organización, desde su misma fundación hace 60 años, ha existido un protocolo de actuación que en la actualidad se ha perfeccionado. EL POZO ALIMENTACIÓN se ha adherido al convenio suscrito entre el Ministerio de Agricultura y la Asociación Multisectorial de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) para intentar frenar el desperdicio alimentario, que en España se sitúa en 7,7 millones de toneladas de alimentos al año. Se trata de apoyar públicamente una forma de actuar con la que EL POZO ALIMENTACIÓN está completamente de acuerdo y que aplica desde sus inicios.

En EL POZO ALIMENTACIÓN se utilizan exigentes controles de calidad que abarcan todos los aspectos del producto que se comercializa y que, evidentemente, también afecta a la parte estética del mismo. Si el packaging (envoltorio y etiqueta) de un producto no está del todo correcto, ese producto no sale al mercado. En el interior de la organización el sistema utilizado para que no se desperdicien los alimentos es suministrar todos los productos que tengan alguna "tara" estética a las ONG's de la Región que, a su vez, se encargan de suministrarlo al resto de las instituciones que necesiten los alimentos.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Sin ser ciencia exacta, y variando de un mes a otro EL POZO ALIMENTACIÓN puede estar suministrando a las organizaciones de ayuda humanitaria entre 1.000 y 2.000 kilos mensuales de alimentos.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Todas las personas que perciban ayudas de las organizaciones sin ánimo de lucro dedicadas al suministro de alimentos a los más desfavorecidos.

En cuanto a los resultados obtenidos, estos son el impulso de buenas prácticas destinadas a la prevención y reducción de los desperdicios alimentarios en todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor.

Así como seguir trabajando para conseguir, mejorando los procesos, incrementar la redistribución de alimentos a través de donaciones, así como la mejora de las condiciones en las que ésta se lleva a cabo (garantizando en todo momento la seguridad alimentaria).

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La Comisión Europea calcula que anualmente se tiran 89 millones de toneladas de alimentos en el conjunto de la UE. A nivel europeo, nuestro país ocupa el primer lugar en actividad de bancos de alimentos.

Que entre todos, organizaciones empresariales, consumidores individuales tenemos que participar en ser más eficientes y conseguir frenar el desperdicio alimentario que en nuestro país es realmente elevado.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Aplicando la voluntad de seguir haciéndolo como hasta ahora.



### **3.7. GRUPO HORTOFRUTÍCOLA PALOMA S.A.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Escuela de verano en el punto de  
atención a la infancia**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa dedicada al cultivo, recolección, manipulado, envasado y comercialización de hortalizas y frutas frescas.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

El objetivo de esta iniciativa es conseguir que los trabajadores con hijos de hasta 6 años dispongan, por una pequeña cuota, de las instalaciones del PAI de la empresa durante el verano. El equipo técnico se encarga de la planificación de actividades educativas y juegos con el fin de facilitar la conciliación laboral y familiar y estimular a los niños/as durante el largo periodo estival.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La dirección de la empresa, así como los trabajadores y sus representantes legales y, por supuesto, nuestras compañeras del PAI.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Todos los trabajadores que lo deseen pueden traer a sus hijos de hasta 6 años de edad durante las vacaciones de verano a la guardería de empresa, con el fin de realizar actividades para su estímulo durante el verano y facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar para los padres y madres trabajadores hasta la vuelta al colegio.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Es una iniciativa sin coste para la empresa, pero con una gran impacto en el bienestar y comodidad de la plantilla, por lo que el beneficio que obtenemos es intangible y muy positivo.

---

### *Cómo se puede continuar:*

De cara al próximo curso se va a implantar en horario de tarde, cuando los niños/as ya han finalizado su jornada escolar y las madres/padres continúan trabajando. Los niños de hasta 6 años usarán una de las clases del centro y se realizarán actividades educativas, lúdicas, de refuerzo y ayuda con deberes, etc.



**3.8. GRUPO ORENES**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Orenes Deporte y Salud**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Grupo Orenes es uno de los principales operadores del sector del ocio y entretenimiento en España, con más de 1.800 trabajadores.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Esta iniciativa persigue impulsar y fomentar la práctica de ejercicio físico y hábitos saludables entre los empleados. Además, con estas iniciativas se logra promover las relaciones entre compañeros de distintos centros, la motivación, identificación corporativa y cohesión de equipos. Los principales eventos que se celebran son:

- Marchas cicloturistas: hasta el momento se han realizado ya 10 marchas por los parajes naturales más bellos de la Región. Además se ha aprovechado en alguna de las marchas para reforestar ciertas zonas, mediante la plantación de árboles por los propios trabajadores.
  - Torneos de pádel: Hasta el momento se han celebrado 6 ediciones, en los que la participación sigue incrementándose.
  - Otros: participación en carreras de empresas, descuentos en gimnasios y centros de salud, entre otras iniciativas.
- 

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Hay una implicación muy grande de los empleados tanto en la organización de los eventos como en la participación en los mismos. La organización de los mismos la realizan los propios trabajadores de diferentes departamentos y actividades operativas. La empresa dota de recursos económicos para alquiler de instalaciones, equipaciones, autobuses y demás infraestructura necesaria.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de esta iniciativa han sido los propios trabajadores, así como sus familiares, que participan también. Este tipo de eventos tienen un carácter muy familiar puesto que se invita a los familiares a participar y a su finalización a una comida, donde también se organizan actividades para los niños (juegos, castillos hinchables...).

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La empresa con esta iniciativa alcanza los siguientes beneficios y conclusiones: mejorar el clima laboral, mayor identificación con la empresa, promover la actividad física de los empleados, mejorar relaciones entre los empleados y una mayor relación de cercanía con los familiares de los empleados.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Se van a seguir realizando este tipo de eventos e, incluso, otros que puedan surgir a petición de los trabajadores, haciendo cada vez más participes en la organización a los mismos e incluyendo en estas aportaciones y sugerencias que realicen.



**3.9. HERMANDAD FARMACÉUTICA  
DEL MEDITERRÁNEO, SCRL**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Jornadas concertadas para  
trabajadores con hijos de 8, 9 y 10  
años.**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Sociedad Cooperativa cuyo objeto social es la distribución de especialidades y artículos de parafarmacia a oficinas de farmacia.

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Grupo Hefame trabaja intensamente desde hace años en el establecimiento de medidas en favor de la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y la conciliación.

Fruto de nuestras políticas de flexibilidad, se reconoce en el Art. 82 de nuestro Convenio Colectivo la posibilidad del establecimiento de Jornadas Concertadas para trabajadores con hijos de 8, 9 y 10 años.

Esta medida, contemplada en convenio desde 2.009, supone una importante mejora del permiso que con carácter general establece la legislación en esta materia, ya que amplía a tres años el tiempo de disfrute.

Los trabajadores que tengan hijos de 8, 9 y 10 años de edad, podrán concertar con la empresa la realización de una jornada inferior a la que tuvieran establecida con carácter normal, con la disminución proporcional de salario y dentro de su jornada ordinaria.

La medida, vigente en la actualidad, prevé su continuidad en el siguiente convenio.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La medida se aprueba por acuerdo entre la empresa y la representación legal de los trabajadores, lo que demuestra la implicación de todos/as en el establecimiento de acciones positivas en favor de la flexibilidad laboral y la conciliación.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Son los trabajadores/as y su entorno familiar los principales beneficiarios de la medida. El trabajador/a puede hacerse cargo de los suyos personalmente, sin necesidad de acudir a terceras personas, algo que redundará en la tranquilidad y comodidad de los mismos.

La empresa se convierte también en beneficiaria directa, ya que el establecimiento de este tipo de medidas se traduce en bienestar laboral y, con ello, mayor motivación de los empleados, lo que propicia incremento de la producción.

La sociedad también gana, ya que si la empresa funciona, se asegura los bienes que demanda.

Hasta la actualidad, son varios los trabajadores que han acordado con la empresa el establecimiento de estas jornadas, algo que, sin duda, les permite cumplir con las obligaciones laborales sin que eso repercuta en la organización de su unidad familiar.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Nuestro Convenio Colectivo, vigente en la actualidad, con su carácter eminentemente social ha posibilitado destacadas medidas pactadas con los/as agentes sociales, lo que ha redundado en la calidad del empleo, la ordenación adecuada de los tiempos de trabajo, medidas sociales para los trabajadores y compromisos con el medio ambiente.

Nuestra experiencia nos demuestra que todo lo que hagamos en beneficio de nuestra plantilla, repercute directamente en la buena marcha de la organización, lo cual garantiza que nuestros objetivos se cumplan en mayor medida y que ofrezcamos servicios de excelente calidad a nuestros clientes.

---

### *Cómo se puede continuar:*

La empresa tiene el firme propósito de avanzar en esta línea estableciendo más y mejores medidas en favor de la conciliación de la vida laboral, personal y familiar.

Si hay un aspecto que destaque a Grupo Hefame es su especial interés en marcar los valores que regulan sus relaciones dentro y fuera del colectivo.



### 3.10. HERO ESPAÑA, S.A.

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Libro de la Responsabilidad Social de  
Hero España**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de Alimentación y Nutrición Infantil de 750 empleados/as full time, líderes en alimentación infantil y mermeladas en 2012.

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Hemos recogido en un solo documento la filosofía, identidad, valores, historia, compromiso con la alimentación saludable, la gestión de la excelencia, calidad y seguridad alimentaria, compromiso con la Responsabilidad Social y reconocimientos de la sociedad.

En septiembre de 2012 se finalizó la edición impresa del mismo, elaborado con material renovable, reciclado y respetuoso con el medio ambiente. Fabricado 100% con energía eólica y certificado FSC.

Se decidió que este Libro de RSC que nos representa fuera el obsequio corporativo oficial. Para ello, se complementó con dos detalles: una acuarela realizada por un empleado de Hero España e inspirada en el logotipo de la Compañía y pintado utilizando materiales reciclados y agua tratada en la depuradora de la Empresa. También se incluyó una caja con dos botes, uno de semillas de naranja con instrucciones para su siembra y otro tarrito de confitura de naranja.

La iniciativa surgió sin periodo de caducidad, sufrirá modificaciones y revisiones de contenido pero la mayoría de su contenido es atemporal.

Creemos que lo que nos hace ser mejores y es bueno, hay que compartirlo.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La Responsabilidad Social en Hero España es una oportunidad y una obligación, que se ha ido gestando desde su fundación y ha preparado a la Compañía para el futuro. La RSC es transversal e implica a todas las áreas de la Empresa. Partiendo del Comité de RSC, la elaboración del proyecto fue asumida por todas las áreas, liderado por RRHH. El proyecto tuvo una duración de elaboración de 6 meses, ya que no es una memoria de sostenibilidad, más bien queda plasmada la filosofía y valores del Grupo y de Hero España.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los Libros de Responsabilidad Social, junto con los dos detalles corporativos, se han entregado a nuestros grupos de interés (Gobierno Corporativo, Plantilla, Proveedores, Competidores, Medios de Comunicación, Organismos Oficiales, Escuelas de Negocios...).

El Libro se ha difundido en formato digital a través del portal interno de la Empresa y, en próximas fechas, quedará publicado en la web corporativa.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Hemos aprendido que una empresa que ha sido responsable, ha respetado su entorno, cuidado del medio ambiente y de las personas no es una moda actual. Hero España trabaja así desde 1922 y el Grupo desde 1886. Aplicamos nuestros valores a todo lo que hacemos y podemos sentirnos orgullosos de lo que hicimos y de lo que hacemos. Somos líderes en alimentación y nutrición porque hemos sido durante muchos años responsables y hemos cuidado de nuestros grupos de interés. La empresa sabe que está capacitada para afrontar nuevos retos y nuevas estrategias, contando con las personas, nuestro talento, lo que marcó, marca y marcará nuestra diferencia.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Esta iniciativa sólo ha plasmado en un documento de dónde venimos y hacia donde miramos. La finalidad del documento es facilitar la transmisión del mensaje, por lo que esta iniciativa continuará en el futuro, para llegar a cuantos más grupos de interés sea posible e impregnando a todo el mundo de la importancia de las Empresas responsables con las personas, el medio ambiente, que invierten en I+D, Seguridad Alimentaria y Publicidad, soportando una marca que crea valor en la sociedad.



### 3.11. IKEA IBÉRICA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**IKEA Murcia Colabora: 1ª edición**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 430 trabajadores aproximadamente. Distribución y venta de muebles para el hogar.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La iniciativa consiste en la renovación integral del mobiliario de una asociación de ámbito local.

La aplicación del proyecto se llevó a cabo en Abril de 2012, pero el desarrollo del mismo se gestó entre los meses de Febrero a Abril.

Las asociaciones locales se presentaron a la convocatoria con proyectos centrados en personas sin hogar (hilo conductor de la iniciativa) y todos los colaboradores de IKEA Murcia, mediante votación, eligieron el proyecto que querían llevar a cabo este año: el albergue social de la Fundación Jesús Abandonado.

El desarrollo de la iniciativa, una vez elegida la asociación, se estructuró en tres fases principales:

1º Planificación: para ello se contó con un grupo de decoradores especialistas y montadores, que se encargaron de medir las instalaciones, diseñar los nuevos interiores y organizar la implantación.

2º Recepción de mercancía: un grupo de logística se encargó de pedir y recepcionar todos los artículos que se habían planificado y ubicarlos (¡fueron aproximadamente 14 palés!).

3º Implantación: para ello contamos con 65 colaboradores voluntarios más sus familiares que fueron una mañana de domingo para realizar el montaje de todos los artículos.

Para terminar, comimos todos juntos en la asociación.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La aportación de la compañía fue de humano y material:

Humano: se contó con un equipo de 20 personas para la planificación y otro de 65 para la implantación, con un total de horas aproximadas de 380.

Materiales: se donó a la asociación Jesús Abandonado más de 15.000€ en mobiliario y productos de decoración IKEA.

La implicación de la organización fue del 100% apoyando la causa, ya que uno de sus objetivos “es lograr un mejor día a día para la mayoría de las personas” y con esta iniciativa se consigue con las personas que menos recursos tienen.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Jesús Abandonado beneficia al año a una media de 5.000 personas sin Hogar, repartiendo anualmente más de 240.000 comidas y cenas en su comedor social.

El albergue social de Jesús Abandonado tiene capacidad para 52 personas en una estancia continuada, que forman parte de programas de integración social, cuyo objetivo fundamental es proporcionar una atención integral a las personas atendidas, favoreciendo su proceso de autonomía e inserción.

Con esta iniciativa se consiguió mejorar el día a día de muchas de estas personas. Según los educadores del centro, los usuarios se adaptaron rápidamente a sus nuevos ambientes y modificaron incluso sus hábitos básicos de higiene, orden, etc. ¡Por lo que estaban doblemente ilusionados!

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La empresa ha constatado que puede llevar a cabo proyectos de iniciativa social y/o medioambiental mediante el empuje de sus colaboradores. Ellos han sido la pieza clave en el desarrollo de la iniciativa, organizando y participando en todas las fases del mismo con gran entusiasmo y energía.

Este proyecto ha conseguido establecer vínculos muy estrechos entre la compañía y la asociación, construyendo una vía de cooperación permanente, objetivo fundamental para IKEA Murcia: ser buenos vecinos.

---

### *Cómo se puede continuar:*

“IKEA Murcia Colabora” nació con la intención de quedarse, e ir desarrollando una nueva edición todos los años, ampliando así los vínculos con las asociaciones locales.

¡Ya está todo preparado para el desarrollo de la segunda edición del IKEA Murcia Colabora!

---



### 3.12. POSTRES REINA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Óptimo Rendimiento del proceso de  
depuración de aguas residuales**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

## Medio Ambiente

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 400 trabajadores, dedicada a la fabricación y elaboración de postres lácteos.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La empresa tiene en marcha una planta de depuración de aguas de alto rendimiento, de manera que los resultados analíticos del vertido final se encuentran muy por debajo de los límites legales para los parámetros a controlar.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

En 2008 se realizó una importante remodelación de la Estación Depuradora de Aguas Residuales. A partir de ese momento se dispone de un operario de planta y un técnico especializado en depuración de aguas. Además de la gran inversión inicial, la instalación requiere unos gastos anuales debido a los reactivos que necesita para su funcionamiento, las operaciones de mantenimiento de equipos y los gastos energéticos que requiere su funcionamiento.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de la iniciativa han sido tanto la propia empresa, por la obtención de un canon de saneamiento muy bajo, como la Estación de Aguas Residuales Municipal que, al recibir una menor carga contaminante por parte de la empresa, hace que tenga una mayor capacidad de depuración y tenga la posibilidad de asumir un mayor volumen de vertido procedente de otros destinos, sin necesidad de realizar cambios en sus procesos.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

En este momento, la empresa dispone de la tranquilidad de saber que sus aguas residuales se encuentran muy bien depuradas, y que reduce la cantidad de sustancias contaminantes que se aportan al medio.

---

### *Cómo se puede continuar:*

La Estación Depuradora de Aguas Residuales requiere un control continuo, que se está realizando desde su puesta en marcha y que se seguirá realizando porque es por este exhaustivo control por el que el proceso obtiene óptimos resultados en todo momento.



**3.13. REPSOL PETRÓLEO**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Incorporación de empleo directo a  
personas con capacidades diferentes.**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Refino de petróleo.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Incorporar en plantilla directa el 5% de trabajadores con capacidades diferentes. Se ha realizado en 2012 y se ha puesto en los objetivos 2013 de todo el complejo industrial. Este objetivo es especialmente retador en la industria de refino, donde gran parte de las incorporaciones se producen en puestos de planta industrial a turnos.

Esta iniciativa va acompañada de otras acciones como compras y contrataciones de servicios a centros especiales de empleo.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Dirección de Personas y Organización, departamento de selección. Servicios de prevención. Áreas de producción, fiabilidad y mantenimiento, compras y contrataciones.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Toda la organización se beneficia al mejorar el ambiente laboral y el sentido de pertenencia a una empresa socialmente responsable. Asimismo, las personas con capacidades diferentes interrelacionan con otras personas y se desarrollan personal y profesionalmente.

En 2012 el índice de incorporaciones de personas con capacidades diferentes fue del 5,25%.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Lo que puede parecer un hito inalcanzable, con rigor y trabajo se consigue y las dudas iniciales se disipan.

Las actuaciones en asuntos de discapacidad, para que sean sostenibles en el tiempo, tienen que buscar la eficiencia y no la condescendencia.

---

### *Cómo se puede continuar:*

No es un plan sino una cultura de empresa.



### 3.14. SABIC INNOVATIVE PLASTICS ESPAÑA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**SABIC Programa de Salud y Bienestar  
2012-2013**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Fabricación de termoplásticos de ingeniería, más de 700 empleados

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Tras realizar un diagnóstico detallado de la salud de la plantilla, se identificaron 3 áreas con oportunidades de mejora. Con el fin de incentivar la práctica de hábitos saludables, para mejorar así la calidad de vida de los trabajadores y sus familiares dentro y fuera de las instalaciones, se elaboró y lanzó en 2012 un plan de acciones concretas, con una duración inicial de 2 años.

El programa aborda tres áreas: una dieta saludable, gestión de estrés y gestión del sueño.

Las actividades incluyen: talleres de cocina saludable, de cuidado de la espalda, de risoterapia. Campañas de revisión ocular, de la tensión arterial, dejar de fumar, Día de la fruta.

Materiales entregados: libro de comer a turno, podómetro y cartelería para apoyar la campaña online.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

El alcance del plan es al 100% de la plantilla. Para creación del contenido se ha contado con el apoyo del Comité de Empresa, el Comité de Seguridad y Salud, un equipo multidisciplinar formado por miembros de los departamentos de Recursos Humanos, Comunicación, Seguridad y Medioambiente y el Servicio Médico de la empresa.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

El plan está orientado a todos los empleados del emplazamiento, es decir, más de 700 empleados, tanto de trabajadores a jornada ordinaria, como a trabajadores a turno. Se ha observado que el plan ha producido un impacto positivo en el nivel de absentismo en la organización, y un factor de éxito del 73% de empleados adscritos al plan para dejar de fumar.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

El bienestar de la empresa depende del bienestar de sus trabajadores y es un factor fundamental en el éxito a largo plazo. Un programa de bienestar que aborda no sólo la salud física, sino también la salud psicológica, es imprescindible y debería formar uno de los pilares de la responsabilidad de la empresa.

---

### *Cómo se puede continuar:*

El programa actual continuará hasta finales del 2013, cuando se realizará una evaluación de la salud de la plantilla, para poder elaborar la continuación del programa en el futuro en base de las necesidades identificadas.



**3.15. SOGESOL, SAU**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Sogesol Social**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 265 empleados dedicada a la producción de hortalizas, verduras y frutas troceadas y lavadas listas para el consumo.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

El 23 de marzo de 2010 la empresa, junto con el Comité de Empresa, constituye SOGESOL SOCIAL.  
¿Qué es SOGESOL SOCIAL?

Algo positivo dentro la empresa y de nuestra comunidad, obras sociales conectadas con las familias de nuestros empleados, trabajar alineados a las políticas sociales del Grupo al que pertenece la empresa.

El reto: pretendemos una mejora en las Relaciones y Convivencia de nuestro personal en todos los niveles, realización de Obras Sociales contribuyendo en la comunidad más desfavorecida y acciones que favorezcan nuestro Medio Ambiente.

Las Reglas: Solo podemos gastar el dinero que hayamos recaudado, esta destinado a entidades/fundaciones/organizaciones benéficas sin animo de lucro ubicadas dentro de un radio de 20 Km de SOGESOL

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Dirección de la Empresa y Comité de Empresa.

Empresa: Productos, aportación de dinero mediante organización de premios (enfocados en mejoras), horas retribuidas para gestionar actividades.

Comité de Empresa: trabajo para organizar y gestionar actividades, parte de su crédito horario sindical para dedicarse a actividades de SOGESOL SOCIAL.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los empleados, con su participación activa en eventos y actividades en la empresa y en la comunidad dirigidos a ayudar a nuestros vecinos más desfavorecidos y el cuidado de nuestro entorno medio ambiental.

Entidades/fundaciones/organizaciones benéficas sin animo de lucro ubicadas dentro de un radio de 20 Km de SOGESOL.

Los resultados han sido una mayor identificación del empleado con su empresa y mejoras en asociaciones locales para que estas puedan seguir ofreciendo ayuda a los colectivos menos favorecidos de nuestra comunidad.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Participación abierta y activa de los empleados a través de sus representantes legales en proyectos y acciones de mejora.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Ampliar el número de actividades organizadas para recaudar fondos.

Destinar más tiempo de trabajo (recursos) para gestionar y organizar las mismas.



### 3.16. TERRA FECUNDIS ETT, S.L.

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Nuevo concepto de trabajo: la "Flexiseguridad"**

*Modalidad:*

**Gran empresa**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Grupo Empresarial de recursos humanos y transporte de viajeros que cuenta con una plantilla media anual de 1.700 trabajadores.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Dada la estacionalidad de los trabajos ofrecidos a nuestros empleados, se ha creado un nuevo concepto llamado "Flexiseguridad", que consiste en la creación de itinerarios laborales que permitan a nuestro personal desplazado en la UE realizar varios trabajos, pudiendo enlazar diferentes campañas de forma que dispongan de trabajo continuado durante la mayor parte del año, adquiriendo así un aceptable nivel de estabilidad.

Además, atendiendo a otras necesidades detectadas, ofrecemos servicios dirigidos a nuestros trabajadores exclusivamente, tales como envíos de dinero a sus países, concesión de becas de estudio

para sus hijos, ayuda al acceso a la financiación para adquisición de viviendas en sus países de origen, organización de eventos deportivos que favorezcan el hermanamiento y la integración, asesoramiento jurídico en materia de extranjería y financiación sin intereses en la compra de billetes de avión.

Pero nuestro compromiso social nos lleva también a patrocinar eventos diversos a favor de organizaciones tales como Fundación Fade, Fundación Gmp, Grupo Español de enfermos de cáncer y otras más. Y, por supuesto, fieles a nuestros principios y comprometidos con el medio ambiente, invertimos en autobuses para nuestra división de transporte de viajeros adaptados a la utilización de biodiesel.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La puesta en marcha de nuestra iniciativa ha supuesto una importante inversión en la infraestructura necesaria para atender adecuadamente las necesidades que nos plantean nuestros trabajadores. Dicha inversión, a su vez, redundará en la creación de puestos de trabajo en personal administrativo y comercial, necesarios para la prestación de los servicios.

Asimismo, concienciados en la importancia de establecer una compatibilidad entre la actividad económica y la preservación de los ecosistemas y la biodiversidad, hemos invertido en la renovación total de nuestra flota de autobuses, adquiriendo vehículos adaptados a la utilización de bio-diesel.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los principales beneficiarios de la iniciativa son nuestros trabajadores, ya que pueden optar a una estabilidad laboral que, dada la situación económica actual, puede resultar incluso utópica. De igual manera, tienen acceso a servicios que pueden hacer más cómodo su día a día y que a su vez también convierte en beneficiarios a sus propias familias ya que en el caso de la concesión de becas, por concretar en alguno, son sus propios hijos los que pueden aprovechar la oportunidad que se les brinda al hacer menos gravoso para las familias el acceso a los estudios.

No obstante, creemos que nuestra iniciativa repercute positivamente en el conjunto de la sociedad, ya que tanto en el sector de recursos humanos con la creación de puestos de trabajo estables, como en el sector de transporte apostando por combustibles menos contaminantes, podemos afirmar sin parecer pretenciosos que la sociedad en general resulta beneficiada.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La principal enseñanza que hemos recibido es ser conscientes de que, cuando se facilita la vida a las personas con las que trabajas, la contraprestación recibida va más allá del beneficio económico que pueda obtenerse, ya que la implicación personal es tan importante que se crea un vínculo especial entre la empresa y el trabajador que supera los límites de lo estrictamente profesional, apareciendo relaciones personales que hacen a su vez que el trabajador se sienta más motivado cada día en el desempeño de sus funciones y que la empresa se implique aún más en la resolución de problemas de sus empleados.

---

### *Cómo se puede continuar:*

La “flexiseguridad”, así como el resto de servicios ofertados, han pasado a ser nuestra filosofía de empresa y nuestro principal rasgo diferenciador con respecto a los competidores. Es por ello que, en el futuro, pretendemos continuar investigando nuevas posibilidades de reinversión de nuestros beneficios en la mejora de la sociedad en la que vivimos buscando nuevos grupos de interés a los que dirigir nuestras acciones.





# PYM ES



#### **4.1. AGUAS DE CIEZA**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Promoción de la Pintura**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Gestión del ciclo integral del Agua, limpieza viaria y de edificios públicos, mantenimiento de parques y jardines, cuenta con 60 trabajadores.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

El Ayuntamiento de Cieza, junto con la Asociación cultural Pueblo y Arte, organizan cada año un concurso nacional de pintura al aire libre en el que se dan cita artistas de muy diversas técnicas y estilos. La temática es Cieza y su entorno, así que deben plasmar en sus lienzos su visión particular de las calles, rincones, monumentos y paisajes que conforman el municipio.

En 2012 se celebró la décima edición de este concurso bajo la denominación: Certamen Nacional de Pintura al Aire Libre "Ciudad de Cieza". Se presentaron un total de 20 artistas y se repartieron 1.900€ en premios. El ganador fue el pintor de Onteniente Blai Tomás Ibáñez, que se hizo con los 700 € del galardón, patrocinado por Aguas de Cieza, S.A. Las obras se realizaron y estuvieron expuestas mientras se celebró el certamen.

El apoyo a este tipo de iniciativas ayuda a enriquecer la visión cultural de los lugareños y a la promoción de la ciudad, atrayendo a visitantes y curiosos.

La convocatoria persigue la promoción artística y cultural del municipio. Además, es una manera original y "pintoresca" de ayudar y promocionar a los artistas, tanto a aquellos que están en los inicios de su carrera, como los que se están desarrollando, o los expertos en la materia ya consolidados.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Aguas de Cieza participa en su celebración aportando la cuantía del primer premio y recibe la obra premiada, que se encuentra expuesta en sus oficinas de atención al público. También aporta personal dedicado a la gestión de esta acción.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

El municipio se beneficia, puesto que se atrae a curiosos y aficionados a la pintura a la vez que se aumenta su patrimonio cultural. También los artistas, ya que ven su trabajo recompensado y promocionado.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que se puede contribuir a la promoción de la cultura y el arte con medidas sencillas y poco costosas, pero con gran impacto mediático.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Es una decisión estratégica de la empresa, por lo que seguirá en el futuro.



## 4.2. AGUAS DE JUMILLA, S.A.

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Adecuación jornada pre-parto.**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 12 trabajadores dedicada al ciclo integral del Agua.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Aguas de Jumilla, por su compromiso social con la plantilla, suscribió un Plan de Igualdad, que recoge una serie de medidas tendentes a alcanzar la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres y la eliminación de discriminación directa o indirecta. La revisión y seguimiento del cumplimiento del Plan de Igualdad, corresponde a la Comisión de Igualdad, que está constituida por representantes la Dirección y de la Parte Social.

En el ámbito de Conciliación de la vida personal, familiar y laboral, del Plan de Igualdad de Aguas de Jumilla, la Comisión de Igualdad crea una nueva medida denominada “Jornada Pre-Parto”, consistente en la flexibilización de la jornada laboral de la futura madre, a partir de las 12 semanas de gestación y hasta la baja por maternidad. La jornada pre-parto ha de ser consensuada con su superior inmediato/a. El objetivo de esta nueva medida de conciliación, es favorecer un embarazo saludable y la preparación de la mujer a la llegada del hijo/a.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Es una medida que no requiere recursos para su aplicación.

La empresa, en su compromiso en la igualdad entre mujeres y hombres, favorece el desarrollo de medidas, tendentes a fomentar la conciliación de las personas trabajadoras de la empresa.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Esta medida es aplicable al 100% de las mujeres trabajadoras de la Organización.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La conciliación es una estrategia global que favorece la participación de las personas con responsabilidades familiares, fundamentalmente mujeres, y por tanto aprovechar el potencial de todo el capital humano de la empresa.

El desarrollo y aplicación de medidas de conciliación significa tener en cuenta la realidad, necesidades e intereses de las trabajadoras y trabajadores para su desarrollo profesional, personal y familiar.

Aportan un mayor compromiso de la plantilla con la empresa, al saber que se tienen en cuenta las necesidades de conciliación que les pueden surgir, sin que éstas afecten a su desarrollo profesional.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Medida en continuo incluida en el Plan de Igualdad de Aguas de Jumilla.



#### **4.3. AGUAS DE LORCA, S.A.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Promoción del Deporte: Juegos del Guadalentín**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de gestión del ciclo integral del Agua con 68 trabajadores.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Desde hace varios años Aguas de Lorca contribuye a la celebración de los Juegos Deportivos del Guadalentín, que organiza la Concejalía de Deportes del Ayuntamiento de Lorca y mueve a miles de participantes.

Se trata de una convocatoria anual que cuenta con más de 50 pruebas de diferentes modalidades deportivas y distintos niveles de dificultad, desarrolladas a lo largo de seis semanas.

Entre tan variopintas actividades se pueden encontrar desde las más ligeras como la petanca, el ajedrez, el aeromodelismo o la orientación en la naturaleza, hasta las más arriesgadas, como el parapente, el rallysprint o el autocross.

Los juegos se abren habitualmente con una marcha popular andando, que suele tener un carácter benéfico. En la última edición, la de 2012, la marcha se organizó a favor de ADILOR (Asociación de Diabéticos de Lorca y Comarca).

Este año se desarrollará la trigésimo quinta edición con una circunstancia especial que hará de estos juegos los más conocidos de su historia, ya que Lorca fue distinguida como Ciudad Europea para el Deporte 2013, un galardón otorgado por el Parlamento Europeo. Este hecho dará pie a numerosos eventos que harán de Lorca un referente en materia deportiva.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Contribución económica y personal dedicado a estas labores.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Se beneficia la sociedad en general y los lorquinos en particular. Se potencian los clubes y asociaciones deportivas del municipio, promoviendo la actividad física y los hábitos de vida saludable.

Los juegos son un punto de encuentro para todos los lorquinos, mayores y pequeños, con mayor o menor preparación física, agrupados en equipos o individualmente. Todos participan en la medida de sus posibilidades y lo viven como un reto a superar año tras año, con acusado sentimiento de pertenencia a su municipio y apoyando la iniciativa municipal.

Muchas de las actividades son al aire libre, lo que además contribuye a mirar con otros ojos el entorno, poniéndolo en valor y respetándolo.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

El deporte está siempre vinculado a la vida sana y, además, ayuda a fomentar el trabajo y esfuerzo en equipo, el espíritu de sacrificio y la participación activa.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Es una decisión estratégica de la empresa, por lo que seguirá en el futuro.



#### 4.4. AMBIENTAL S.L.

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Ayudas a la investigación científica sobre  
biodiversidad y educación ambiental.**

*Modalidad:*

**PYME**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Sociedad profesional fundada en 1986 dedicada a la consultoría de medio ambiente, Red Natura 2000, ordenación del territorio y educación ambiental, con 6 trabajadores.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

AMBIENTAL presenta su iniciativa creada en el año 2002 y pionera a escala regional y nacional, consistente en Ayudas para promover la investigación en materia de diversidad biológica y educación ambiental, por un importe total de casi 8.000 euros, distribuidos entre ocho beneficiarios seleccionados, (entre un total de treinta aspirantes) que han acudido a cuatro convocatorias, pertenecientes a diver-

sas Universidades, CSIC y asociaciones. Dichas Ayudas fueron instituidas en homenaje al consultor e investigador naturalista calasparreño Miguel A. Sánchez Sánchez (1964-2001).

*Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

CONVOCATORIA	IMPORTE DE CADA AYUDA (€)	AYUDAS CONCEDIDAS	IMPORTE TOTAL (€)	NÚMERO SOLICITANTES
Año 2002-2003	750	3	2.250	3
Año 2004-2005	1.000	2	2.000	4
Año 2006	1.500	2	3.000	17
Año 2010	500	1	500	6
	<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>7.750</b>	<b>30</b>

*Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Convocatoria 2002-2003: Dña. Iluminada Pagán Abellán (Radioseguimiento del Azor *Accipiter gentilis* en sistemas forestales de la Región de Murcia). D. Alejo Pastor González (Patrones de actividad y uso del hábitat en el Águila real y el Águila perdicera durante el periodo de dependencia). D. Antonio Jesús Hernández Navarro (Estudio y reforzamiento de la población de Lechuza común en Cartagena).

Convocatoria 2004-2005: D. Mario León Ortega (Invernada de las aves de presa (O. Falconiformes) en el Sureste Ibérico). Dña. Laura Aznar Morell y Dña. Maripaz Romero Ferrer Proyecto (Seguimiento de actuaciones de recuperación de la flora autóctona en la Sierra de Cartagena).

Convocatoria 2006: Dña. Raquel Moreno Valcarcel (Gestión de especies exóticas: bases biológicas para el control de *Gambusia holbrooki*). Dña. María Dolores Munuera Martínez (Análisis de conocimientos de la población sobre los valores naturales de la ZEPA Monte El Valle y Sierras de Altaona y Escalona. Conclusiones y propuestas desde la educación ambiental).

Convocatoria 2010: D. Aarón Miguel Sanchís Martínez (Distribución, abundancia y relaciones con el hábitat y con potenciales competidores de *Percnon gibbesi* en la reserva marina de Cabo de Palos - islas Hormigas y áreas adyacentes).

*¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Consideramos que nuestra trayectoria nos permite definirnos como una empresa ambientalista por convicción, creativa por vocación, e íntegra por reputación. AMBIENTAL está pues firmemente comprometida en su actividad profesional con el Desarrollo Sostenible, promoviendo el diálogo y la cooperación con la sociedad civil, en especial con las entidades de investigación y actuación ciudadana sobre el terreno en materia de diversidad biológica y educación ambiental. La empresa colabora con la web de M.A. Sánchez (<http://www.naturalistas.es/masanchez/>), dedicada a su memoria, y tras organizar su legado documental (biblioteca y archivos), lo pondrá próximamente a disposición de investigadores y naturalistas a través de su incorporación a una biblioteca pública.

*Cómo se puede continuar:*

La iniciativa es de carácter indefinido, desde 2002 que se creara, pues así lo demanda el homenaje del que trae su causa, estando previsto convocar de nuevo las ayudas en 2014. La web de la empresa tiene una completa sección informativa: [www.ambiental-sl.es/rse/ayudas-a-la-investigación/](http://www.ambiental-sl.es/rse/ayudas-a-la-investigación/)



#### 4.5. AMYCA S. COOP

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Mi empresa ha plantado un bosque  
para ti**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Cooperativa de Ingenieros y Centro de Formación para Directivos.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Posibilitamos que empresas PYMES de sectores difusos realicen compensación de emisiones de CO<sub>2</sub> mediante la plantación de pequeños bosques de 40 a 50 árboles/empresa en un Parque natural de Murcia, coordinando a la Administración, dirección del Parque ya las empresas.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Dirección de AMYCA, Oficina de cambio climático, Dirección del parque natural, Agentes forestales, Vivero especializado, Colaboración de asociaciones empresariales y las empresas.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Mas de 87 empresas han participado en esta iniciativa, donde la mayoría han sido pequeñas empresas. Se han realizado tres plantaciones (una en Sierra de Carrascoy (2000 árboles) y dos en Sierra Espuña de 800 árboles cada una).

Cada empresa ha obtenido un certificado de la Dirección General de Medio Ambiente donde se indica las toneladas de CO<sub>2</sub> compensadas.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Desde hace varios años AMYCA trabaja por la concienciación sobre sostenibilidad, pensamos que "Bienestar" no es igual a consumir más y queremos educar a particulares y principalmente empresas en el desarrollo sostenible.

---

### *Cómo se puede continuar:*

La iniciativa MI EMPRESA HA PLANTADO UN BOSQUE tendrá continuidad en noviembre de 2013 mediante una campaña novedosa en redes sociales.



**4.6. ASEFORM, S.L.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Horario Flexible**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Consultoría de Formación

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

El horario es flexible para adaptarlo a los horarios de entrada y salida de los colegios de los niños.

Horario continuo para que los trabajadores con hijos puedan conciliar la vida familiar y laboral.

Trabajar desde casa de forma puntual, evitando el desplazamiento a la empresa.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

El trabajador/a que necesita horario flexible, lo solicita a la gerencia y se adapta la iniciativa a la necesidad del puesto y a la persona en concreto.

Hay ciertos puestos que tienen horario flexible aunque no lo solicite el trabajador/a.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los trabajadores/as ganan en calidad de vida. La medida ayuda a fomentar un buen clima laboral.

Se gana autonomía en los puestos de trabajo, que como consecuencia redonda en un aumento de la productividad en la empresa.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Para determinados puestos, establecer el horario flexible es una medida que no requiere de una inversión de dinero, y como consecuencia de los resultados ganan todos, tanto la empresa como el trabajador/a.

Las nuevas tecnologías pueden ayudar a que esa medida se haga extensible a puestos de trabajo que tradicionalmente no se contemplaba esta posibilidad.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Es una medida, que empieza siendo una excepción para un trabajador/a concreto y termina siendo una característica del puesto y extensible a los demás.

Se deben usar más en contratos a tiempo parcial.



#### **4.7. ASESORES URBANISTICOS INDESUR, SL**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Horario flexible para conciliar la vida familiar**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa con un número de trabajadores fluctuante, que se dedica a todo tipo de trabajos de construcción en vivienda residencial.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La iniciativa consiste en adaptar el horario laboral a las obligaciones familiares que tenemos. La jornada laboral empieza a las 9:30 de la mañana, lo que permite desayunar con nuestros hijos y acompañarlos al colegio. Para conseguir completar la jornada laboral, hemos eliminado la media hora del almuerzo, comemos a las 2 de la tarde y continuamos hasta el final de la jornada. Se aplica de forma permanente, desde hace un año y medio.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

El horario afecta a todos los trabajadores que, en cualquier momento, formen la plantilla de la empresa, porque lo hemos decidido entre todos y nos afecta a todos. No han sido necesarios recursos para su implantación.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de la iniciativa han sido los propios trabajadores, así como sus familiares. Los resultados son que les facilita el día a día a ellos y a sus familias, e incluso los que no tenían la necesidad en un principio, ahora pueden dejar de madrugar demasiado y llegar más descansado al trabajo. Acabar la jornada a las 6 de la tarde les permite disponer de más tiempo para su vida personal.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que se pueden hacer las cosas bien, se puede ser responsable sin que eso implique gastar más dinero, y que muchas veces no cuesta nada que la empresa se adapte a las necesidades y demandas de sus trabajadores.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Esta es ya una política de la empresa, que seguirá siendo así en el futuro.



#### **4.8. CENTRO DE EDUCACIÓN AYS, S. COOP.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Una agenda, una sonrisa**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 55 trabajadores, dedicada a la Educación.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Para intentar ayudar a los Centros Especiales de Empleo, intentamos hacer Compras Responsables de nuestras agendas escolares. Así pues, hacemos la totalidad de nuestro pedido a Feycsa Labor Viva. Además, cada vez que algún otro centro escolar nos pregunta por nuestras agendas los remitimos a estos profesionales, pues hacen un producto de calidad y con una atención excelente. Estamos tan concienciados de ayudar a esas personas que, incluso les cedemos nuestras instalaciones para que de vez en cuando las disfruten para sus actividades paralelas.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Todos los profesores del Centro Educativo están implicados en la iniciativa pues, año tras año, trabajan con el material que compramos a esta empresa.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de la iniciativa somos todos: los alumnos porque disfrutan de esta agenda, los profesores porque colaboran cada año con la nueva edición de la agenda, aportando sus ideas y necesidades y de esa forma aprendiendo cuál es la labor de los terceros beneficiados, los trabajadores de este centro especial de empleo, pues gracias a estos pedidos anuales, aportamos un pequeño grano de arena en su actividad laboral.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que muchas veces se puede adquirir un producto de unas calidades excepcionales, ayudando a la vez a personas que están empleados en Centros Especiales de Empleo. Estamos muy orgullosos de realizar esta ayuda.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Ésta es ya una política de empresa, que seguirá siendo así en el futuro. Siempre que nos sea posible, nos inclinaremos por comprar nuestros productos a una empresa que emplee a trabajadores "Especiales".



#### **4.9. CENTRO DE SALUD VIRGEN DEL ALCÁZAR DE LORCA, S.A.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Implantación de un plan de Igualdad**

*Modalidad:*

**PYME**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Hospital privado dedicado a la asistencia sanitaria general y a la atención de pacientes afectados de patología variada de las áreas de medicina y cirugía.

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Para garantizar la plena igualdad entre todos los trabajadores y trabajadoras de la empresa, se han fijado una serie de objetivos dirigidos a evitar cualquier tipo de discriminación laboral: alcanzar los niveles de sensibilización óptimos en materia de género; erradicar cualquier manifestación de discriminación por razón de sexo, atendiendo de forma especial a la discriminación indirecta; romper con los estereotipos de género de discriminación femenina; erradicar la segregación ocupacional y la discriminación salarial; proyección de una imagen de empresa acorde con el principio de igualdad.

Estos objetivos se han plasmado en un Plan de Igualdad que incluye las siguientes acciones: protocolización de los procesos de selección para garantizar el trato igualitario; elaboración de un manual de estilo para prevenir el uso sexista del lenguaje; creación de un manual de conciliación; creación de un protocolo de acoso sexual; campaña de sensibilización de la plantilla por medio de formación.

Una vez elaborado el plan y puestos en marcha los protocolos se realizará un seguimiento mediante reuniones periódicas de la Comisión de Igualdad, que elaborará un informe de seguimiento con indicadores de género que permitan observar la evolución de los desequilibrios.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Está involucrada toda la plantilla, pero el Comité paritario de Igualdad está compuesto por la gerente del centro, la directora-médico, la responsable de personal, el responsable de administración, el responsable de mantenimiento, un celador, un miembro del comité de empresa y un miembro de la plantilla.

Asignación de recursos: protocolización de los procesos de selección: 1.500 euros / responsables de selección de personal (dirección RRHH); manual de estilo: 1.500 euros / comité de Igualdad; creación de un manual de conciliación: 1.500 euros / comité de Igualdad; protocolo de acoso sexual: 1.500 euros / Comité de Igualdad.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de la iniciativa han sido todos los trabajadores y trabajadoras, ya que se sienten más seguros en el ámbito laboral porque conocen sus derechos en materia de igualdad, así como los instrumentos de que disponen para hacer frente a posibles problemas en este sentido.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que el simple hecho de instaurar un protocolo de actuación en caso de desigualdad puede hacer que los trabajadores y trabajadoras se sientan más seguros y cómodos con la empresa, identificándose con la misma y sintiéndose parte de ella.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Completando la implantación del Plan de Igualdad y facilitándolo a toda la plantilla para que lo conozca.

Además, se llevarán a cabo reuniones semestrales en las que el Comité de Igualdad realizará un seguimiento de las incidencias formalizadas, utilizando una serie de indicadores de ejecución y resultados: nivel de ejecución; resultados obtenidos hasta el momento; cambios en la gestión de Recursos Humanos; nº, sexo y perfil profesional de personas beneficiarias; grado de desarrollo de los objetivos propuestos; incidencias encontradas y soluciones aportadas; recursos económicos empleados para la ejecución; sugerencias de nuevas medidas.



**4.10. CENTRO FORMADOR DE CUALIFICACIÓN  
PROFESIONAL, S.L.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Descuento en cursos de formación a  
desempleados**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa dedicada a la formación continua bonificada y al desarrollo de trabajadores, desempleados y estudiantes.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Desde 2011 CEFORM ofrece descuentos del 50% e incluso becas de importe completo a alumnos desempleados.

De estas becas y descuentos se han beneficiado más de 400 alumnos en situación de desempleo.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

El equipo que compone CEFORM trabaja para ofrecer el mejor servicio a todos los alumnos que, a través de su empresa o particularmente, contratan sus cursos.

La formación, con condiciones especiales a desempleados, se imparte en las mismas condiciones y con nuestro compromiso de calidad, tanto a los alumnos trabajadores (cuya empresa podrá bonificar el importe de la formación en los seguros sociales), como a alumnos desempleados. Se da un “servicio completo”, con los mismos materiales y el mismo trato.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios han sido más de 400 desempleados, entre los que destacan los del sector de la Construcción y sectores afines, como el sector del Metal y el sector del Vidrio y la Rotulación y desempleados del sector de la Hostelería.

Además de beneficiarse de descuentos y becas, muchos alumnos han podido establecer contacto con las empresas de los alumnos trabajadores.

Resultado: desempleados formados con más posibilidades de encontrar trabajo. Hay que destacar que “el boca a boca” entre desempleados ha traído a más desempleados e incluso a nuevas empresas a realizar formación con nosotros.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que cada día son más las personas que creen en la formación como herramienta de desarrollo profesional y personal.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Seguiremos con esta iniciativa en todos los cursos de formación que nuestro centro organice.



#### 4.11. COATO S. COOP

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Gestión integral para el desarrollo sostenible en la agricultura**

*Modalidad:*

**PYME**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Cooperativa agrícola dedicada a la transformación y comercialización de almendra, pimentón, productos hortofrutícolas, aceite y miel.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La iniciativa surgió como una apuesta estratégica para la reconversión de las explotaciones agrícolas convencionales a la práctica de una agricultura sostenible, caracterizada por el uso de procedimientos respetuosos con el medio ambiente. Se inició con la puesta en marcha del Plan estratégico del periodo 1995-1998 y continúa hasta la actualidad, siendo a finales de 2012 la empresa con mayor superficie de cultivos en agricultura ecológica, tanto en España como en Europa.

Uno de los pilares fundamentales en los que se apoya el proceso de reconversión es el modelo de gestión empresarial de Coato: la cooperativa posee un modelo propio de gestión integrada de todos los

sistemas y modelos de gestión de la calidad, medioambiente e higiene (ISO 9000, ISO 14000, EMAS, APPCC, Agricultura Ecológica, Agricultura Integrada, EUREP-GAP, BRC, EFQM), que garantiza el control, la calidad y la trazabilidad de todos los productos y procesos. Dicho modelo se denomina QIC (Quality and Integral Control) y pretende aplicar normas de calidad y de protección ambiental desde el cultivo agrícola hasta la entrega del producto al consumidor, es decir, en todas las fases del proceso. También desde el año 2007 Coato está adherida y realiza el Informe de Progreso sobre los 10 principios del Global Compact de la ONU, siendo miembro del comité ejecutivo de la Red del Pacto Mundial en España.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Cursos de formación, actividades formativas prácticas y actividades divulgativas para la concienciación e implicación de los propios socios y trabajadores: en el período 1998-2012 se ha realizado un total de 132.537 horas de formación (horas lectivas x nº alumnos); gestión de la inscripción de 626 explotaciones con 16.923 hectáreas de cultivos en la práctica de la producción ecológica; gestión de la certificación de 251 explotaciones y 2.462 hectáreas en la práctica y certificación de la producción integrada y en la lucha contra la erosión.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Beneficiarios: 1. Socios. La cooperativa viene obteniendo precios medios superiores a los que se consideran referencia en el mercado; 2. Los consumidores, especialmente los de centro y norte de Europa, cada vez están demandando más los productos ecológicos, naturales y saludables.

Resultados obtenidos: Premio Europeo de Medio Ambiente de la Unión Europea -2002: primera empresa española y europea del sector en obtener el Premio desde que se crearon en el año 1987; Premio Nacional de Medio Ambiente del Ministerio de Medio Ambiente -2002-; Premio a la mejor Empresa Alimentaria Española 2001 (Medio Ambiente) y 2004 (Desarrollo Rural); Premio Alimentos de España 2009 modalidad Producción Ecológica. MARM.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Ha supuesto cohesionar a socios, empleados y equipo técnico y directivo en la consecución de un objetivo común: la mejora de la gestión, de la excelencia y la sostenibilidad social y medioambiental y económica de la empresa. La reconversión a la práctica de una agricultura sostenible de la casi totalidad de los cultivos de Coato le ha facilitado una diferenciación estratégica ante los clientes, ya que ha mejorado su nivel de competitividad.

Los reconocimientos españoles y europeos recibidos por Coato han demostrado que una Pyme, del sector agrario de amplia base social, es capaz, si se lo propone y logra implicar a su tejido social, de alcanzar las metas y distinciones de una gran empresa a la vez que una mejora de su reputación y reconocimiento social.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Mantener un sistema integral, junto con la compleja variedad de sistemas y modelos de gestión de calidad, sostenibilidad, excelencia y RSE, ya es todo un reto. Los principios de mejora de la calidad y la excelencia y la sostenibilidad y la RSE se han interiorizado, como pilares y parte indisoluble de la cultura de la organización empresarial, por lo que es impensable que lo sigan siendo en el futuro.

Hay áreas de mejora que aún son susceptibles de avanzar en el nivel de progreso y excelencia, en las que tenemos previsto centrar los esfuerzos en el futuro inmediato.



#### **4.12. DESGUACE Y GRÚAS PARÍS**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Cuida tu entorno, Cuídate tú**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 85 trabajadores, situada en Lorquí, dedicada a descontaminación de coches y venta de repuestos de 2ª mano.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La actividad consiste en la reforestación de zonas afectadas por incendios o afectadas por distintos tipos de deforestaciones. Este año se realizó la plantación de 85 unidades de las especies de ribera (Morus, Populus, Celtis, Tamatix, Fraxinis, Salis Purpurea, y salix alba) en una zona de 2.000 metros cuadrados, en su V edición de la campaña de reforestación en el “paraje del Canal” la Algaida, Archena, con el lema “Cuida tu entorno, cuídate tú”. Los empleados de nuestra empresa, junto a clientes, amigos y familiares, llevaron a cabo la plantación y, además, se impartieron unas charlas de concienciación ambiental dirigidas a los más pequeños. Con esta edición ya son más de un millar de árboles que, gracias a este tipo de iniciativas, oxigenan y eliminan las emisiones de CO2 que las empresas generamos en nuestra actividad diaria.

Esta iniciativa está enmarcada dentro del calendario de actuaciones y objetivos que la empresa tiene planificados en su compromiso medio ambiental, de compensar las emisiones de CO2 generadas por nuestra actividad, incluido en su declaración EMAS 2012. Esta actividad persigue, además, promover las relaciones entre los empleados fuera del entorno laboral, creando un vínculo más que el estrictamente laboral.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Toda la organización ha sido partícipe en dicha actividad. Su continuidad ha posibilitado que, todos hayamos podido participar en alguna de las 5 ediciones. Al mismo tiempo, se ha hecho partícipes a los stakeholders. Los recursos materiales utilizados en cada edición rondan los 300€, que es el coste de las plantas, y los demás recursos necesarios (sistemas de riego, transporte, herramienta de mano, etc.) han sido aportados por la estructura interna de Desguace Paris con un coste aproximado de 1100€ por edición.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de la iniciativa han sido, principalmente, los propios trabajadores, así como sus familiares y el resto de los stakeholders. Los certificados de emisiones de CO2 compensadas, emitidos por el órgano ambiental de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, así lo demuestran. Actualmente compensamos más TN de CO2 derivadas de las emisiones directas, que las producidas por la actividad propia de nuestra empresa.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Hemos aprendido que realizar actividades en pro de mejorar el medio ambiente son muy apreciadas por nuestros trabajadores y el resto de la sociedad, a la vez que nos realiza como personas debido al bien común, que de manera voluntaria, desarrollamos.

---

### *Cómo se puede continuar:*

No pensamos en cerrar esta iniciativa, muy al contrario, intentamos implicar a más organizaciones y personas con el objetivo de sensibilizar a toda la sociedad murciana como algo natural y necesario para mejorar nuestro entorno más cercano.



**4.13. EMPRESA MUNICIPAL DE AGUAS Y SANEAMIENTO  
DE MURCIA, S.A.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Fondo Social**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 227 trabajadores dedicada a la Gestión del Ciclo Integral del Agua.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Aguas de Murcia mantiene más vivo que nunca su compromiso social. Desde 2010, la empresa municipal cuenta con ayudas a familias sin recursos. En 2.012 la empresa crea un Fondo Social para la condonación de la deuda de las familias más desprotegidas. Gracias a la profesionalidad y experiencia de Servicios Sociales, se garantiza la correcta gestión del Fondo, ya que son quienes tienen competencia para informar de la situación de necesidad de la unidad familiar. Además este año se da un paso más allá. Si a lo largo del año se agotaran los 200.000 euros de dotación inicial del Fondo, y hubiese más familias que soliciten acogerse al mismo, Aguas de Murcia asumirá la deuda de dichas solicitudes, siempre que sean informadas positivamente por Servicios Sociales.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Personal que estudia la oferta, más una dotación de más de 200.000 €.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

La inestimable colaboración de los Servicios Sociales del Ayuntamiento de Murcia hizo posible durante el año 2.012 la tramitación de 590 solicitudes de Fondo Social, y la condonación por parte de Aguas de Murcia de la deuda de agua y saneamiento de un total de 2.634 recibos a 498 familias.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La empresa es agua y mucho más. Se es sensible a la realidad social y entender el agua como un bien esencial. No podemos dejar pasar la oportunidad de ayudar a las familias de nuestro entorno.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Con el compromiso de la dirección en mantener activo la iniciativa del Fondo Social.



#### **4.14. FERNANDO LÓPEZ ALONSO ABOGADO**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Mejora de la Responsabilidad Social  
Corporativa en el ámbito del abogado**

*Modalidad:*

**PYME**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Abogado por Cuenta Propia en Despacho Colectivo Multidisciplinar

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Desde comienzos del 2012 he llevado a cabo diversas actuaciones centradas en:

1. El consumidor: difusión a través de diferentes medios de aspectos relevantes para el consumidor y usuario (publicaciones en "ConsUCE" Revista de la Unión de Consumidores de la Comunitat Valenciana, blog propio [www.desdelosestrados.es](http://www.desdelosestrados.es), y medios digitales [www.murciaeconomia.com](http://www.murciaeconomia.com) y [www.comparativadebancos.com](http://www.comparativadebancos.com)).

## Gestión de Grupos de Interés / Estrategia

2. Los jóvenes: participación como ponente en la charla “Redes sociales y niñ@s” organizada por el Club San José De La Vega de Murcia.
3. El medio ambiente: adopción de pequeñas medidas tendentes a la preservación de la naturaleza (gestión digital de documentos, limitación de impresión en papel, reutilización de papel usado, reciclaje, uso de elementos de bajo consumo, etc.).
4. El asociacionismo: pertenencia y participación en la actividades de i) Asociación de Jóvenes Empresarios de Murcia, ii) Asociación Internacional de Derecho Cooperativo y iii) Agrupación de Jóvenes Abogados de Murcia.
5. Los Derechos Humanos: fomento de los Derechos Humanos a través de la participación en convocatorias como: II Concurso de fotografía “Luz contra el racismo” (SOS Racismo Madrid), II Concurso Fotográfico sobre Derechos Humanos (Amnistía Internacional León), IV Concurso de Fotografía de Derechos Humanos (Instituto de Derechos Humanos de la Universidad de Navarra) y IX Concurso de Fotografía “Miradas por la Igualdad” (Ayuntamiento de Burgos).

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Dado mi carácter de profesional autónomo, las acciones llevadas a cabo han implicado tan solo a mi persona, si bien he contado con la colaboración de terceros para su cometido (Unión de Consumidores de la Comunitat Valenciana, Club San José De La Vega, etc.).

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Algunas de las actuaciones realizadas han tenido unos destinatarios determinados, mientras que otras no iban dirigidas a sectores en concreto.

De un lado, en aquellas medidas que se encaminaban a un público específico, esto es, las dirigidas al consumidor y usuario (en el caso de las diferentes publicaciones realizadas en el blog [www.desdelo-sestrados.es](http://www.desdelo-sestrados.es) y en los medios digitales [www.murciaeconomia.com](http://www.murciaeconomia.com) y [www.comparativadebanco.com](http://www.comparativadebanco.com)), y a los jóvenes (en el caso de la participación en la charla “Redes sociales y niñ@s”), la participación e intervención de ambos sectores ha sido muy activa, atendiendo a la información proporcionada, realizando consultas, etc .

De otro lado, para aquellas actuaciones que no han presentado unos destinatarios directos (acciones en el sector del medio ambiente, asociacionismo y Derechos Humanos) no se puede extraer un resultado determinado, si bien se tiene una valoración positiva de lo actuado.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Las iniciativas adoptadas se han implementado con la intención de mejorar los diversos aspectos a los que entiendo que se refiere la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), esto es, el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente. Con pequeñas acciones de una sola persona no costosas pueden mejorarse diferentes aspectos de la RSC, no siendo necesario que dichas acciones tenga que llevarlas a cabo una gran empresa, dado que un profesional autónomo, en su medida, puede colaborar en tal sentido.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Al mantenimiento de las medidas adoptadas pueden añadirse otras como la adscripción al turno de oficio del Ilustre Colegio de Abogados de Murcia (servicio por el que a un ciudadano se le asigna un abogado, entre otros motivos, por la falta de medios económicos), la selección de proveedores que cumplan con los principios de RSC, etc.



#### 4.15. FUNDACIÓN CAJAMURCIA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Programa de ayudas a los  
damnificados por los terremotos de  
Lorca**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Fundación dedicada a la gestión de la Obra Social de la Caja de Ahorros de Murcia.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Ha habido numerosas iniciativas con el objetivo de ayudar a Lorca. Algunos ejemplos son:

- Apertura de una cuenta solidaria, a la que aportó 100.000 €, y gracias a la cual se han recaudado más de 500.000 euros. Ha suscrito convenios con la CARM, con el Ayuntamiento de Lorca y con numerosas ONGs que prestan asistencia sanitaria y social.
  - Convenio entre la CECA y el Ayuntamiento de Lorca para la reconstrucción de los colegios, aportando 92.656,36 €.
  - Puesta en marcha de La Sonrisa de un Niño, festival de teatro y animación infantil que pretende ayudar a recuperar la normalidad en la vida de los más pequeños.
  - Rehabilitación de la Colegiata de San Patricio.
  - Exposición itinerante Ayuda a Lorca, visita Lorca. Tesoros turísticos y Semana Santa de Lorca, para ayudar a la recuperación de la ciudad e incentivar el turismo.
  - Conciertos benéficos a cargo de la OSRM y del Conservatorio de Música de Murcia a beneficio de los afectados.
  - Libro Me acuerdo de Lorca, iniciativa de la asociación Anabad-Murcia para ayudar a la plena recuperación de los equipamientos de las Bibliotecas Públicas, Museo Arqueológico y Archivo Municipal de Lorca.
- 

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Todos los trabajadores de la Fundación han estado implicados por abarcar iniciativas tanto culturales como de carácter solidario y asistencial, por lo que las distintas áreas han estado involucradas.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de la iniciativa son los afectados por los seísmos producidos en Lorca el 11 de mayo de 2011.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Creemos que se ha ampliado y enriquecido nuestro catálogo de buenas prácticas, estableciendo sinergias útiles de carácter social, cultural, solidario y asistencial, para paliar una situación que afecta, no sólo directamente a los damnificados por los terremotos, sino también de forma indirecta al conjunto de la sociedad.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Colaborando, en la medida de lo posible, en las distintas iniciativas y proyectos que vayan surgiendo por esta causa y cuyos beneficiarios sigan siendo los ciudadanos de Lorca afectados por los terremotos.



#### 4.16. HOSPITAL DE MOLINA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Integración laboral en trabajo de  
máxima confidencialidad según la Ley  
Orgánica de Protección de Datos (LOPD)**

*Modalidad:*

**PYME**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 200 trabajadores dedicada a la prestación de servicios sanitarios y al fomento de la investigación y programas docentes.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Dada la ingente cantidad de historiales clínicos que el Hospital de Molina viene gestionando desde su apertura en el año 2000, así como su correspondiente aplicación de medidas de seguridad establecidas por la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), el Hospital de Molina decide contratar externamente el servicio de digitalización, custodia y destrucción certificada de dichos historiales. Para ello, en 2011, en una decidida apuesta por la integración laboral de los más desfavorecidos, contrata el servicio de gestión documental DOCUVIVA, perteneciente al Centro Especial de Empleo FEYCSA

(Formación, Empleo y Comercialización) - una empresa creada por cinco asociaciones sin ánimo de lucro, miembros de FEAPS Región de Murcia (Federación de Organizaciones a favor de las Personas con Discapacidad Psíquica y Parálisis Cerebral) -. Desde ese momento, son 8 trabajadores con discapacidad mental los encargados de desempeñar el 100% del trabajo, bajo una mínima supervisión.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

El impulso del proyecto ha corrido a cargo de Gerencia y Direcciones Médica y Financiera con la implicación de cuatro personas, destinando 11.000 €. Desde Recursos Humanos, una persona valoró las ventajas de externalizar completamente el servicio de Gestión Documental y una persona del Departamento de RSC evaluó la contribución del Hospital a la integración laboral de los más desfavorecidos. Cinco personas del Dpto.de Medio Ambiente determinaron las medidas para ahorrar costes en papel y combustible. La difusión mediática de esta iniciativa corrió a cargo de una persona de Comunicación. Y dos personas de Informática, con un coste aproximado de 3.000 €, desarrollaron una aplicación para la completa integración del software de DOCUVIVA en el software del Hospital de Molina.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Con la implantación de esta iniciativa, se han beneficiado 70.000 pacientes del Hospital de Molina, como clientes del Centro Hospitalario, y 8 personas con discapacidad intelectual como empleados. Esta iniciativa, además, permite que DOCUVIVA pueda impartir talleres de formación en Nuevas Tecnologías para seguir formando y dando la posibilidad de mejoras en el empleo del personal de FEYCSA, así como la opción de que personas con discapacidad, usuarios de asociaciones de FEYCSA, reciban una formación práctica en el área de la digitalización.

Con la contratación de DOCUVIVA, sin experiencia previa en gestión de documentación - de ahí la novedad de la experiencia - se mejora todo el proceso de gestión de historias clínicas con respecto al trabajo de la empresa anterior: custodia de archivos con mejor almacenaje, digitalización y archivos digitales, y mejora del tiempo de recepción de historias clínicas, pasando de 24 horas con la anterior empresa, a la recepción inmediata. Además, se ha reducido el riesgo de pérdidas de historiales.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Más allá del proceso de digitalización de la documentación clínica, que implica una disminución importante del consumo de papel y tóner, a lo que se añade que el Hospital de Molina deja de realizar el traslado físico de los historiales en automóvil - por tanto un menor consumo de combustible y emisiones de CO<sub>2</sub> -, con esta iniciativa contribuimos a demostrar que empleos que requieren gran seguridad, pueden ser desempeñados por personas con discapacidad intelectual, manifiestan una asombrosa capacidad de adaptación a las características del trabajo. Es una iniciativa novedosa, muy poco implantada entre los Centros Especiales de Empleo y que permite la visualización de las personas con discapacidad dentro del ámbito de las Nuevas Tecnologías.

---

### *Cómo se puede continuar:*

La contratación del servicio de DOCUVIVA supuso el traslado físico de los historiales clínicos del Hospital de Molina (en Molina de Segura) al archivo de DOCUVIVA (en Cartagena), realizado por este Centro Especial de Empleo, y la digitalización de todos los documentos. El temor inicial que supuso este cambio en la organización del Departamento de Archivo del Hospital de Molina se superó con diálogo entre todas las partes, llegando a una conclusión (como así ha sido): supone una mejora. Por este motivo, y después de 2 años de implantación, esta iniciativa forma parte ya de la política de empresa del Hospital de Molina, sobre la que se están estudiando posibilidades de mejora.



#### **4.17. KERNEL EXPORT, S.L.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Integración de personas con  
discapacidad psíquica: Programa  
“Juntos somos Capaces”.**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 200 trabajadores dedicada a la preparación y conservación de frutas y hortalizas.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Integración de personas con discapacidad psíquica a la plantilla, a través del Programa “Juntos Somos Capaces”; realizando el mismo trabajo que el resto de compañeros e integrándolos al 100% con el resto de la plantilla.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

El 100% de la plantilla, tanto los jefes de producción, supervisoras y compañeros, ha colaborado para facilitar la integración de los trabajadores, así como Dirección y Departamento de Recursos Humanos, para su seguimiento y colaboración con el resto del equipo.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de la iniciativa han sido los propios trabajadores, debido a la motivación de tener un puesto de trabajo, sentirse en igualdad con personas que tienen discapacidad, así como para la empresa que ha visto la motivación y la colaboración de todos los compañeros para generar un ambiente de trabajo cómodo y fácil para el desempeño de las labores de trabajo.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La empresa está muy motivada con la integración de personas con alguna discapacidad y hemos aprendido todos en aspectos como actitud, buen comportamiento, compromiso con el trabajo, actitud positiva, etc.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Estamos facilitando las prácticas pre-laborales a más personas con discapacidad para que vean que pueden ser capaces de realizar las mismas labores y de forma totalmente adecuada.

## CREATIVOS COMO NOSOTROS

PABELLÓN 2: COACHING CREATIVO PARA CREATIVOS  
ENTREVISTAS: ELLOS SE CONOCEN, TÚ LOS DESCUBRES



### 4.18. LA CALLE ES TUYA

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Creativos como nosotros. RSC para  
empresas creativas**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Agencia de publicidad de servicios plenos especializada en nuevas formas de comunicación, publicidad en la calle, branding y eventos.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Creativos como Nosotros se presenta como el nexo de unión entre profesionales creativos de toda España. Pone en común sus habilidades y genera espacios de encuentro e intercambio de estrategias y de ideas innovadoras.

La comunicación corporativa, la publicidad y el diseño gráfico son los espacios naturales en los que este proyecto se desenvuelve. Con esta iniciativa, La Calle es Tuya quiere ofrecer la oportunidad de conocer y dar a conocer a jóvenes creativos y agencias de diseño gráfico y publicidad.

También se ofrecen talleres para desarrollar la creatividad y cursos para mejorar los procesos de trabajo dentro de los equipos creativos. Creativos Como Nosotros nació asociado a La Calle es Tuya, y se integra en ésta ocupando hasta un 20% de su tiempo efectivo de trabajo.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Esta iniciativa vuelca los recursos materiales y humanos de La Calle es Tuya a la sociedad que la acoge, revirtiendo en ella parte de los beneficios obtenidos de su labor profesional. La agencia destina un 20% de su tiempo semanal a la búsqueda y desarrollo de iniciativas propias y ajenas de acción social, dentro de ellas se enmarca Creativos como Nosotros.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Creativos como Nosotros está abierto a la totalidad de los trabajadores de La Calle es Tuya, sus clientes, proveedores y colaboradores, así como a cualquier persona que trabaje en el mundo de la creatividad y la comunicación que tenga una idea o proyecto creativo que quiera llevar a cabo. La iniciativa tiene un marcado carácter social y se posiciona como el resorte necesario para que proyectos creativos, personales o profesionales, puedan ver la luz.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La Calle es Tuya nace con una clara vocación social. Todos sus equipos, sus recursos y su personal están al servicio de un proyecto mayor: mejorar el lugar en el que vivimos. Desde nuestro puesto de trabajo apostamos por el apoyo y soporte a los proyectos personales de cada uno de sus miembros, tal y como es Creativos como nosotros.

Por eso dedicamos hasta un 20% de nuestro tiempo a la ideación, planificación y desarrollo de proyectos de amigos y colaboradores. Creemos que las cosas se pueden cambiar y que el cambio nace en nosotros.

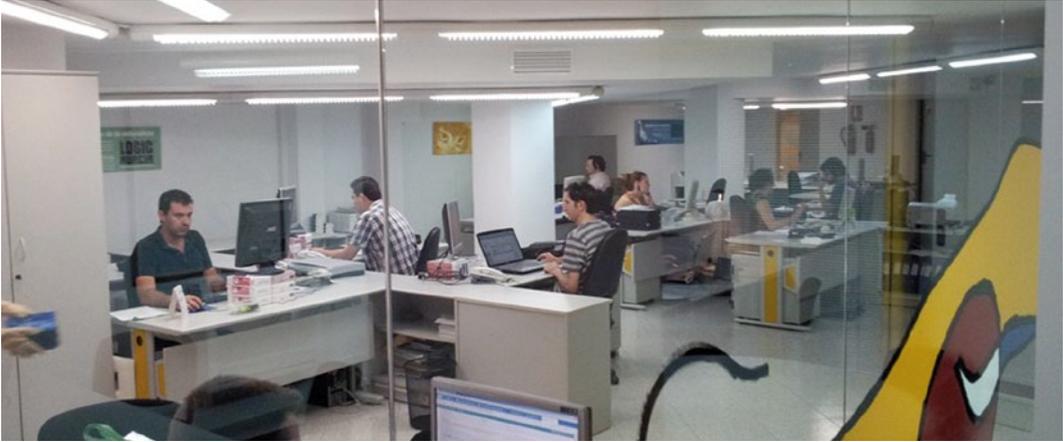
---

### *Cómo se puede continuar:*

Creativos como Nosotros es un proyecto vivo y abierto. Quiere seguir creciendo y desarrollándose sin límites de espacio ni tiempo. Como la iniciativa está asociada a la propia dinámica de la agencia, crece también en proporción a ésta.

Durante 2013 se están desarrollando los proyectos de Pabellón 2, coaching creativo para creativos, y las entrevistas cruzadas de creativos emergentes. Esperamos que 2014 nos permita lanzar programas de promoción de jóvenes talentos y de residencias creativas para diseño y publicidad.

Todas las iniciativas son gratuitas y abiertas.



Logic Murcia

**4.19. LOGIC MURCIA, S.L.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Contratación de DOCUVIVA con el  
centro Especial de Empleo FEYCSA**

*Modalidad:*

**PYME**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*  
Servicios informáticos y de telecomunicaciones (TIC).

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La iniciativa se enmarca en el Convenio suscrito entre la Asociación Murciana de Empresas del Sector de las Tecnologías de la Información, de las Comunicaciones y del Audiovisual (TIMUR) y Formación, Empleo y Comercialización (FEYCSA, Centro Especial de Empleo) para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en materia de Discapacidad suscrito el 1-12-2011.

La iniciativa entre LOGIC y FEYCSA se ha materializado el 25 de febrero de 2013 con la contratación de los servicios de gestión documental de DOCUVIVA (línea de actividad del Centro Especial de Empleo FEYCSA) para favorecer la integración laboral y el tránsito a la empresa ordinaria de personas con discapacidad psíquica. Este acuerdo tiene una vigencia anual, prorrogable según necesidades y desarrollo de la experiencia.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Todos los trabajadores de LOGIC estamos implicados en la integración laboral de las personas con discapacidad. No han sido necesarios recursos para su implantación pues del seguimiento, formación y apoyo laboral de la trabajadora se ocupan los trabajadores del área de Administración y Atención a Clientes.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

La iniciativa permite que una trabajadora con discapacidad psíquica de FEYCSA-DOCUVIVA acuda durante 3 horas al día a las instalaciones de LOGIC para realizar tareas de digitalización y gestión documental en el entorno de una empresa ordinaria como la nuestra, recibiendo formación y apoyo del equipo de LOGIC MURCIA para cumplir los estándares de Calidad y Protección de Datos exigibles en nuestro sector. Por este servicio, FEYCSA factura una cuantía mensual que viene a sostener los puestos de trabajo de la sección de nuevas tecnologías. Los resultados están siendo muy positivos. La iniciativa ha permitido a la trabajadora con discapacidad psíquica poner a prueba las competencias adquiridas en el Centro Especial de Empleo y perfeccionarlas, además de trabajar habilidades sociales al rodearse de nuevos compañeros/as de trabajo sin discapacidad.

Para los profesionales de LOGIC, acostumbrados a acudir al Centro Especial de Empleo como consultores y proveedores de servicios informáticos es una oportunidad de recibir feed-back de la misión que se realiza en los CEE, capacitando a personas con escasas cualificaciones y a la que ellos contribuyen impartiendo formación adaptada, facilitando asistencia técnica y diseñando software empresarial a medida de las necesidades de los CEE.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que la responsabilidad social empresarial no es una tarea reservada a las grandes empresas ni es preciso embarcarse en proyectos muy alejados de la actividad cotidiana de cada negocio. Que basta con reservar alguna actividad para articular fórmulas de cooperación con los Centros Especiales de Empleo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, como FEYCSA, y aportar nuestra disponibilidad de tiempo y nuestros conocimientos para que el personal cualificado en estos centros especiales de empleo demuestre sus capacidades laborales, más allá de la discapacidad que les resta oportunidades especialmente en sectores como las TICs.

---

### *Cómo se puede continuar:*

LOGIC MURCIA viene colaborando con FEYCSA CEE desde hace más de una década. Esta colaboración ya forma parte de nuestra política de empresa y se vive con normalidad y enorme empatía por parte de nuestros trabajadores. En concreto, respecto a la iniciativa de mantener los servicios de gestión documental contratados con FEYCSA, valoramos que, además de estos servicios prestados en out-sourcing, los trabajadores puedan pasar a recibir una formación complementaria en otras áreas administrativas internas que les posibilite su integración en nuestra empresa como parte de la plantilla o en cualquier caso, mejorar su currículo para prestar estos servicios en otras empresas TIC que se fijan en nuestra experiencia.



#### **4.20. MANUEL JODAR ASESORES, SLP**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Buenas relaciones entre empresa  
y trabajadores: nuestro signo de  
identidad**

*Modalidad:*

**PYME**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Asesoría de empresas integrada por 29 profesionales, que presta servicios en el área fiscal, laboral, mercantil, contable y financiera.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Nuestra empresa siempre ha creído que el equipo humano es nuestra mejor garantía de generación de valor. Por ello, se presta especial atención en el cuidado de las relaciones entre la empresa, los trabajadores y sus familias. Bajo esa premisa, algunas ejemplos de iniciativas que llevamos a cabo son:

- Atención y colaboración para la formación y desarrollo profesional de toda la plantilla, con especial atención en la conciliación de la vida Familiar y Profesional con horarios Flexibles de entrada y salida.
- Reconocimiento a trabajadores por su trayectoria y dedicación, organizando homenajes a empleados y sus familias en distintos aniversarios.
- Jornadas de convivencia y campeonatos deportivos internos, con la participación de trabajadores y familiares, habilitando, en algunos casos, zonas propias en las instalaciones de la empresa.
- Participación colectiva en eventos solidarios tales como "Maratón de Donación de Sangre", "Peregrinación a Caravaca", "Corre x Lorca", "Campeonato Pádel UNICEF"...

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La empresa lleva aplicando estas medidas desde su constitución, si bien en el año 2008, se establece un departamento de RSC, ocupado por un responsable directo que propone medidas a la dirección. Se mantienen reuniones durante todo el año, en las que se evalúa el impacto de las medidas llevadas a cabo y la satisfacción de los trabajadores, al mismo tiempo al que se proponen otras nuevas. La dirección es parte activa en la organización, contribuyendo no solo con recursos económicos y materiales.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Se han beneficiado todas las personas que componen la empresa así como sus familiares, ya que se sienten vinculados al proyecto empresarial, no sólo profesional, sino personalmente. Conseguir la conciliación de vida familiar y profesional, lleva a las personas a una satisfacción que les permite afrontar óptimamente el trabajo diario.

Como resultado: aumenta el nivel de compromiso. Trabajadores y familiares sienten que no solo tienen un trabajo, sino algo más; mayor motivación a la hora de desarrollar su trabajo, aportando lo mejor de cada uno para la consecución del objetivo; mayor fidelidad a la empresa; compañerismo. No solo en el trabajo, en distintos eventos sociales los trabajadores deciden acudir como colectivo, representando a la organización, y no de manera individual.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La motivación de los trabajadores es elemento fundamental para el éxito. La empresa logra su objetivo de satisfacción de los clientes a través de unos trabajadores comprometidos con el objetivo común. El beneficio directo de las iniciativas llevadas a cabo, es difícil de cuantificar en términos económicos. Por eso, la empresa ha de valorar la repercusión de estas medidas de manera global.

La empresa ha experimentado que el servicio prestado por un trabajador satisfecho es mucho más productivo. La motivación aplicada es directamente proporcional a las facilidades ofertadas para su plena satisfacción familiar y profesional.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Manuel Jodar Asesores SLP aplica medidas de Responsabilidad Social corporativa desde su constitución en 1987, si bien, en 2008 decidimos plasmar en un documento las medidas que llevamos a cabo, naciendo nuestra primera memoria de RSC. La empresa se adapta a las necesidades de los profesionales que la integran, siempre con el objetivo de satisfacer a nuestros clientes.

No sólo aplicamos medidas dirigidas a los trabajadores, nuestro marco de actuación implica a toda la sociedad, intentamos devolver a la sociedad parte de los beneficios que de ella obtenemos.



#### **4.21. PLÁSTICOS ROMERO S.A.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Colaboración e Integración laboral de  
personas con discapacidad**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 245 trabajadores, líder nacional en la fabricación de envases y embalajes de plástico

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Plásticos Romero es una empresa comprometida con la integración de las personas con discapacidad, cumpliendo ampliamente con la Ley de Integración Social del Minusválido (LISMI) por encima del porcentaje que la misma exige en cuanto a personal contratado con discapacidad. En este sentido, además, tiene contratadas de forma indefinida a dos mujeres con discapacidad intelectual dentro de fábrica, pertenecientes a Assido (Asociación de Personas con Síndrome de Down), lo que fue reconocido en el año 2008 mediante la entrega del Premio Laurel a la contratación en la empresa por parte de FEAPS (Federación de Organizaciones a favor de las Personas con Discapacidad Intelectual y Parálisis Cerebral en la Región de Murcia) y en el año 2012 con otro galardón por la colaboración con el Centro Ocupacional de Assido.

Igualmente, la empresa colabora con otras asociaciones (FAMDIF / COCEMFE; AFIM; CRUZ ROJA; etc.) en favor de la discapacidad, facilitando aportaciones económicas o en especie, patrocinando eventos deportivos y culturales, realizando prácticas en el trabajo con personas con discapacidad, etc.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La empresa aporta la opción de poder trabajar con colectivos y personas discapacitadas de forma continua, proporcionando la posibilidad de tener un empleo a estas personas y su integración en condiciones de igualdad con el resto de trabajadores, aportando para ello los recursos humanos que son necesarios para su integración y colaborando con recursos económicos y en especie con entidades y organismos que están a favor de la discapacidad.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de la iniciativa son todas aquellas personas con discapacidad que trabajan con nosotros así como sus familias, al igual que el resto de trabajadores de la empresa, las asociaciones y organizaciones que trabajan con discapacitados y la sociedad en general.

Mediante el apoyo de la empresa a la integración de estas personas y a las asociaciones que las integran, estos trabajadores de alguna forma le dan un sentido más humano al trabajo. Es una lección de humildad y de responsabilidad para sus compañeros el ver cómo estas personas son capaces, pese a sus limitaciones, de superarse cada día demostrando que pueden ser iguales que los demás y que son capaces de desarrollar con normalidad su trabajo.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que la integración laboral es un gran paso, quizás el más importante, hacia la igualdad de las personas, que es una actitud ejemplarizante para todos los que trabajamos en la empresa y para la sociedad. Estas acciones hacen que veamos el gran esfuerzo que se realiza para que las personas con discapacidad vayan superando los obstáculos y barreras que la vida les ha deparado y que entre todos logremos avanzar en su plena integración.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Plásticos Romero, viene realizando acciones de integración de estos colectivos y de apoyo a las asociaciones y organizaciones de discapacitados, pues tiene el firme convencimiento de que es el camino para conseguir cada día una empresa cada vez más responsable y sostenible.



#### 4.22. PORTAVOZ

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Tarjeta Cáritas. Ayuda entre hermanos**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 22 trabajadores, dedicada a la comunicación y la publicidad.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

El nuevo perfil de pobreza ha obligado a las organizaciones de ayuda a redoblar sus esfuerzos y a buscar nuevas formas de financiación para sus proyectos. En este nuevo escenario, Portavoz se ofreció a Cáritas Región de Murcia como agencia de publicidad. Su respuesta fue que necesitaban más socios, más dinero que entrase cada mes para poder asegurar unos ingresos mayores. Y la nuestra fue una nueva fórmula de donativo que podría suponer una cantidad mucho mayor que la de algunos socios más: la tarjeta Cáritas, una nueva tarjeta financiera por la que el titular dona el 0,7% de lo que consume pagando con ella. BMN puso la infraestructura financiera y Portavoz esta una nueva idea de donar, basada en el consumo. Por primera vez una ONG no nos pide que renunciemos a nuestro consumo, sino que nos invita a ello. Es gratuita de por vida, no obliga a cuotas y su uso es voluntario, pero se mete en el día a día de su titular para siempre, pago a pago, mes a mes, conformando donantes permanentes. Hoy, seis meses después de su puesta en marcha supone ya un 29,4% de los ingresos por socios que tenían hasta ahora.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Los 22 trabajadores de la empresa estamos implicados, porque lo hemos decidido entre todos y nos afecta a todos. No han sido necesarios recursos para su implantación.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Todo el dinero recaudado por la tarjeta va a un fondo de ayuda creado exclusivamente para ese nuevo perfil de pobreza, y los beneficiarios son directamente todas las personas y las familias que acuden a este programa de Cáritas, pero también todos los trabajadores de Portavoz, porque no hay nada más gratificante que ver que tu trabajo puede obtener resultados más allá de los puramente comerciales.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

A veces, dándole la vuelta a los problemas podemos encontrar soluciones originales que obtengan resultados mucho mejores.

---

### *Cómo se puede continuar:*

La iniciativa ya no se puede parar, continuará de una manera natural, silenciosa y sin esfuerzo por parte de Cáritas. Ahora bien, la posibilidad de que cada vez más gente tenga y use la tarjeta hará que cada vez la aportación de donativos sea más grande.



#### 4.23. PREMIUM INGREDIENTS

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Premium Ingredients es Solidaridad**

*Modalidad:*

**PYME**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa especializada en ingredientes alimentarios funcionales, líder del mercado español y con presencia en Medio Oriente, India y México.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

La pasada Navidad 2012, Premium Ingredients decidió destinar los recursos que habitualmente eran invertidos en acciones solidarias fuera de España, en mejorar las navidades de los que más cerca tienen, las provincias donde trabajan.

Premium Ingredients subvenció una cena para 300 personas en el comedor social de Jesús Abandonado en Murcia (además de pagar los 300 menús de Noche Buena, la empresa regaló 3 cestas de Navidad para complementar los menús con unos buenos entremeses).

Además, los trabajadores también querían colaborar recogiendo alimentos no perecederos, ropa, juguetes y productos de higiene que repartieron en tres ONG's en Santomera, El Palmar y Murcia. A los productos recogidos por los trabajadores, la empresa sumó productos de alimentación por valor de 1.000€. Cabe destacar que fueron los mismos empleados los que dedicaron un día de su trabajo a repartir todo lo recogido con la furgoneta de la empresa.

Por otro lado, el equipo de Gerona promovió y gestionó la recogida de alimentos no perecederos y juguetes para Cáritas y Cruz Roja. Con esto, consiguieron que no sólo se implicara el personal de Premium Ingredients, sino animar a colaborar al resto de empresas del Parque Tecnológico donde la empresa se ubica.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

En cuanto a recursos humanos, toda la empresa estuvo 100% volcada con este proyecto, visitando Jesús Abandonado, ayudando a organizar el material recogido, distribuyéndolo en cajas y repartiéndolo en ONG's.

A parte del tiempo, dedicación de los trabajadores e inversión económica, la empresa dispuso sus instalaciones y furgoneta de empresa para gestionar toda la logística necesaria.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

- Personas sin recursos que acudieron a cenar al comedor social de Jesús Abandonado el día de Noche Buena.
- Personas necesitadas que acuden regularmente a las siguientes ONG's en busca de alimentos, comida, juguetes, etc, como Cáritas, Murcia; Cáritas, El Palmar; La Caridad, Santomera.
- Premium Ingredients y sus trabajadores, con la creación de consciencia de grupo, de equipo fuerte, solidario y preocupado por su entorno.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La empresa cree fielmente, que es nuestra responsabilidad devolver a la sociedad, lo que la sociedad nos ofrece.

Históricamente, siempre hemos hecho lo posible por conseguirlo. De una u otra manera hemos colaborado en lo que nos ha sido posible, con acciones sociales en Bolivia, en India, etc.

Actualmente, creemos que en un momento como el actual, debemos dirigir nuestro esfuerzo a favorecer nuestro entorno más próximo, lo cual no quiere decir que nos olvidamos del resto, significa que nuestra mirada es más amplia, aunque a la vez más cercana.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Hasta ahora, las iniciativas de RSC que hemos llevado a cabo, han surgido sin más, como resultado de las ganas de colaborar que nacen de los pilares de Premium Ingredients.

Actualmente estamos trabajando para que estas ganas se materialicen en un plan de RSC que nos ayude a continuar y dar seguimiento con acciones como esta.

De momento, hemos establecido la recogida de ropa por parte de los trabajadores dos veces al año, coincidiendo con los cambios de estación.



#### **4.24. PROASOL ENTREMARES, S.L**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Inclusión de trabajadores con  
discapacidad intelectual en el Hotel  
Entremares**

*Modalidad:*

**PYME**

*Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 116 trabajadores dedicada al sector hotelero.

*Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

En el Hotel Entremares de La Manga creemos en la inclusión: hemos mejorado la accesibilidad de las instalaciones y contamos con personas con capacidades diversas en nuestros equipos. En 2010 recibimos el Premio Telefónica Ability Award en la categoría Mejor Pyme española. En 2011, tras contactar con CEOM (Asociación para la integración de personas con discapacidad intelectual) y realizando un estudio de las alternativas a posibles candidaturas, se consiguió la inclusión de un trabajador con discapacidad intelectual en Hotel Entremares, con una duración de tres meses, coincidiendo con la época de mayor actividad, en un puesto de trabajo adaptado al cien por cien a las necesidades de empresa y trabajador.

Como consecuencia de dicha gestión, en enero de 2012 obtuvimos el premio “Laurel promoción de un centro ocupacional”. Además, en ese mismo año se repitió dicho proyecto.

En 2013 hemos ampliado el proyecto. Entre todos los departamentos del hotel se eligieron, con ayuda de los preparadores laborales de CEOM, cocina, restaurante, lavandería, limpieza y atención al cliente, con candidatos preseleccionados por la asociación y después seleccionados por los responsables de cada uno de los departamentos implicados, junto con Dirección y RRHH.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

En este proyecto han estado implicados los departamentos pertenecientes al Área Comercial y al Área de alojamiento, que han sido los encargados de darle forma y ayudar a su implantación dentro de la gestión del establecimiento. Los recursos empleados han sido: oficina, material informático y de papelería e información turística de la zona. Además, se ha logrado potenciar el mundo de las redes sociales, creando un intenso proyecto de RSC, que ha mejorado el posicionado del hotel en internet con gran éxito.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiados han sido principalmente los clientes, ya que el objetivo de este proyecto ha sido tener una atención personalizada, dando información del establecimiento, información turística de la zona y captar encuestas de satisfacción para conseguir una mejora continua en el servicio. La “Oficina del Fan” se ha convertido en el punto de encuentro entre clientes y hotel, donde el usuario deja de ser cliente y se convierte en parte del día a día del establecimiento, hace llegar sus comentarios, sensaciones, lo que más le gusta, dejando constancia en un muro que además pasa a formar parte de la gran familia del facebook-Entremares. Esta relación directa ha permitido aprender y potenciar nuestros puntos fuertes.

Del mismo modo, también los trabajadores implicados en el día a día han podido aprender y conocer los métodos de trabajo adaptados a personas con discapacidad intelectual. Además, gracias a las mejoras realizadas en las instalaciones, los clientes con discapacidad y sus familiares, han podido disfrutar de una estancia más cómoda y accesible.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Gracias a esta iniciativa, se ha conseguido el objetivo de alcanzar una satisfactoria inclusión laboral de personas con discapacidad intelectual, potenciado por los comentarios de clientes que han valorado de extraordinaria esta iniciativa.

Además, los trabajadores que han compartido tareas con esta oficina, se han sentido satisfechos con el trabajo de equipo realizado. También se ha comprobado la necesidad y la importancia que las redes sociales están alcanzando actualmente y el gran acierto que ha sido nuestro sistema de RSC. Actualmente hay que marcar éste como objetivo importante, desarrollarlo y potenciarlo aún más si cabe.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Después de las experiencias obtenidas las anteriores temporadas, este año se ha establecido un objetivo más ambicioso que es, conseguir la inclusión de personas con discapacidad intelectual, previamente definidas según un análisis y valoración de funciones y responsabilidades en los departamentos de cocina, restaurante, pisos, lavandería y atención al cliente, realizando un convenio de colaboración en prácticas antes de la incorporación laboral, lo que implica un mayor periodo de contratación y más trabajadores con discapacidad intelectual en el establecimiento.



**4.25. REDYSER TRANSPORTE, S.L.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Proyecto EQA-Empresas que Ayudan**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 225 trabajadores dedicada al Transporte Urgente - Mensajería.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

EQA es un proyecto innovador, por su enfoque en España, que pretende tender puentes entre quienes buscan ayudar a los demás y cambiar el mundo con sus proyectos y aquellas empresas que, con sus aportaciones o condiciones preferentes de contratación, quieren contribuir a que se haga realidad. En 2011 fuimos galardonados con el prestigioso Premio Codespa en la categoría Pyme Solidaria entregado por S.A.R. el Príncipe de Asturias y el Premio Empresa Social 2012 otorgado por la Fundación Nueva Ciudad, Solución finalista en CSR Marketplace de Forética 2012 y Solución finalista en los III Premios Corresponsables.

Todo surge de la necesidad detectada en las ONLs de la dificultad de conseguir financiación privada que les permita desarrollar sus proyectos. Entonces pensamos que, si conseguimos que las empresas ofrecieran los servicios que estaban dando a las ONLs a un precio preferente, éstas podrían disminuir sus costes de estructura, con lo que podrían destinar ese ahorro al desarrollo de los proyectos.

Hemos puesto en marcha una fórmula para que tanto empresa (aumento de clientes y facturación) como ONL (disminución de costes) GANEN.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

La organización ha puesto a disposición del proyecto al Director de RSE y RRHH con el apoyo del Director General. Además, el equipo comercial formado por 16 comerciales, se encargan de promocionarlo.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los beneficiarios de este proyecto son las empresas y las ONL. Las empresas, ya que desarrollan sus acciones de RSE a través de la relación comercial que le permite aumentar sus ventas.

Las ONL obtienen sus beneficios ahorrando en costes de los productos y servicios que compran a las empresas adheridas.

Actualmente hay 12 empresas colaboradores y más de 120 ONLs.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

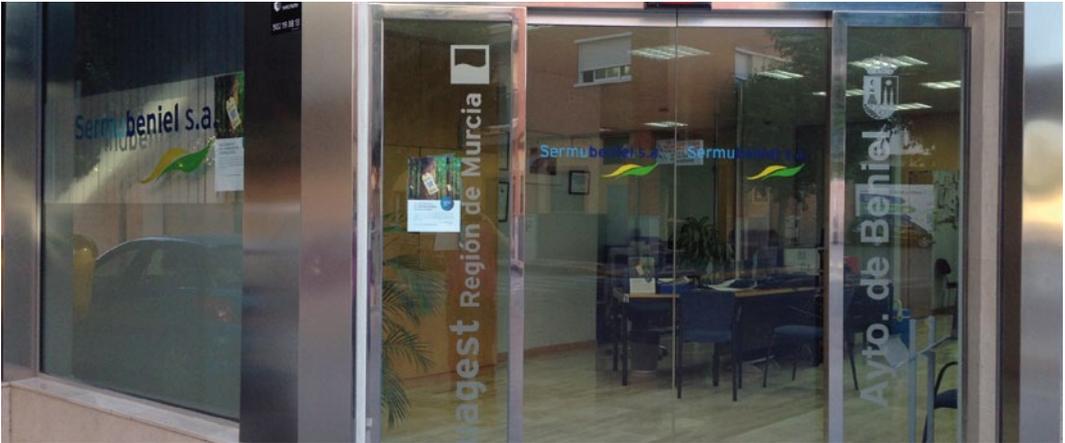
Este proyecto ha permitido crear un nuevo concepto de colaboración entre el Sector Empresarial y el Tercer Sector, donde más allá de las acciones de filantropía y voluntariado comunes entre ambas, hay un modelo donde se benefician los dos, el famoso win to win.

Esto permite a las empresas acceder a iniciativas de RSE de una manera más transparente y directa.

---

### *Cómo se puede continuar:*

El objetivo de este proyecto es llegar a 1000 ONLs en los próximos 2 años.



Sermubeniél s.a.

**4.26. SERMUBENIEL, S.A.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Elaboración, difusión y distribución  
guía lenguaje neutro. Neutralidad en  
el mensaje**

*Modalidad:*

**PYME**

***Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:***

Empresa de 29 trabajadores dedicada al ciclo integral del Agua, Limpieza Viaria y RSU, Parques y Jardines, Limpieza de Edificios Públicos.

---

***Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:***

Fomentar el uso del lenguaje neutro y no discriminatorio, con la elaboración de una “Guía de lenguaje no sexista”, que recoge un conjunto de recomendaciones y de uso de un lenguaje no sexista. Medida implantada desde junio de 2010.

La presente medida es extensible a las comunicaciones internas y externas de la empresa.

La difusión se ha realizado a través de los tabloneros de anuncios ubicados en los diferentes centros de trabajo de la empresa.

---

***Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:***

La elaboración de la “Guía de lenguaje no sexista”, la ha realizado la Comisión de Igualdad de Sermu-beniel.

Se ha requerido la colaboración de RRHH y la elaboración en papel de la Guía para su publicación.

---

***Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:***

Los beneficiarios de la iniciativa han sido toda la plantilla, así como los grupos de interés externos a la empresa.

---

***¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?***

El uso del lenguaje neutro en las diferentes comunicaciones de la empresa refuerza el compromiso de la Dirección en materia de Igualdad, fomentando al mismo tiempo la aplicación del principio de igualdad en los diferentes procesos organizativos, tales como la selección, contratación, promoción y formación de la plantilla.

---

***Cómo se puede continuar:***

Medida de aplicación en continuo incluida en el Plan de Igualdad de la empresa.



**4.27. SOCIEDAD ANONIMA ESPAÑOLA DE CARTON  
ONDULADO (SAECO)**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Cambio a mejor**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa de 112 trabajadores dedicada a la fabricación de cajas de cartón y cartón para cajas bajo pedido

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Se le propuso a los trabajadores cambiar algunas de sus costumbres, y de paso cambiar algunas costumbres de la empresa para ahorrar dinero, disminuir la cantidad de productos a utilizar y mejorar las condiciones de trabajo de los trabajadores.

Se les pidió cambiar el uso de tapones de un solo uso por reutilizables, y economizar en guantes, sin menoscabar su protección, así como devolver ropa que no hubieran usado ni pensasen hacerlo, y con el ahorro se les compra equipos de protección, calzado y ropa de mayor calidad.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Se contó con la aprobación de la Gerencia y de los Representantes de los trabajadores, así como con los propios trabajadores, a los que se reunió para explicarles la propuesta.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Los trabajadores tienen ahora equipos de mayor calidad a demanda, se puede comprar mas ropa tanto en verano como en invierno, y el calzado es de mayor calidad.

La empresa sigue ahorrando en el presupuesto destinado a esta partida casi un 20% con respecto al año anterior.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Que es muy importante escuchar a los trabajadores. Que es más fácil de lo que parece mantenerlos mínimamente satisfechos. Que es importante administrar bien los presupuestos. Que la Responsabilidad Social Interna es una realidad.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Esta iniciativa continuará en el futuro, pero se puede mejorar si los trabajadores cuidan más sus equipos y su ropa de trabajo, incrementando su duración y, por tanto, pidiendo lo necesario. Esto implicará la constante mejora de las calidades en este tipo de productos.

Para la empresa supondrá un ahorro en costes y un incremento en la satisfacción de los trabajadores.



**4.28. SOCIEDAD CONCESIONARIA  
TRANVIA DE MURCIA S.A.**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Concienciación Medioambiental -  
Movilidad Sostenible**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

Empresa que ofrece servicio de transporte público de viajeros en el ámbito municipal de Murcia (18 km de longitud de línea, 28 paradas)

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Durante la fase de obras se realizaron varias actividades:

- Concurso entre los centros de Secundaria para el diseño de la mascota TDM
- Concurso entre los centros de Primaria para dar nombre a la mascota TDM
- Producción de un vídeo explicativo sobre este medio de transporte y reproducción real de la mascota.
- Visitas a todos los centros escolares de la zona para el visionado del vídeo y dinámicas desarrolladas por un figurante que vestía la mascota.

Fase de puesta en marcha del servicio:

- Campaña: "cambia coche por un bono vitalicio de tranvía", recibió el premio en la categoría de "mejor iniciativa medio-ambiental" en los GLOBAL LIGHT-RAIL AWARDS. [www.youtube.com/watch?v=i5UIL68nuaM](http://www.youtube.com/watch?v=i5UIL68nuaM)

El primer año de funcionamiento del servicio:

- Visitas a las instalaciones del tranvía de centros escolares de Primaria, Secundaria y Formación Profesional.
- 

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Para la primera fase, previa a la puesta en marcha del servicio, se utilizaron recursos externos para el desarrollo de las actividades.

La segunda fase se ha desarrollado íntegramente por personal de tranvía de Murcia, formado y preparado para estas sesiones.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

Concienciar a los más pequeños es fundamental; son prescriptores y ellos trasladan en sus hogares los beneficios medio ambientales de este medio de transporte, así como todo lo relacionado con la educación vial.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

Los beneficios de una buena concienciación ciudadana son las bases sobre las que se asienta el futuro de una empresa como TDM.

---

### *Cómo se puede continuar:*

Seguiremos trabajando por el medio ambiente y la calidad de vida en el entorno urbano, incorporando mejoras a nuestro servicio para que cada día sea más atractivo para el cliente.



**4.29. VERDIMED**

*Título de la campaña/iniciativa:*

**Integración de trabajadores con discapacidad**

*Modalidad:*

**PYME**

### *Descripción de la organización, dimensión y naturaleza de la actividad que realiza:*

En el año 1991 nace la empresa Verdimed S.A. dedicada principalmente a la producción y comercialización de verduras frescas.

---

### *Descripción de la Iniciativa y periodo de aplicación:*

Verdimed, en su ánimo de incentivar la contratación de personal con minusvalía viene promoviendo, desde Enero de 2008, el acuerdo con diversas Asociaciones de discapacitados. Concretamente, mantiene acuerdos de colaboración con Aidemar, el “Servicio de apoyo al empleo” de la ONCE (Organización Nacional de Ciegos) y Fundación Mapfre. En concreto, con ONCE, hemos adaptado uno de nuestros puestos administrativos del Almacén a una trabajadora con deficiencias visuales, siendo en la actualidad un éxito de integración al 100%. Respecto a AIDEMAR, se han realizado los correspondientes estudios previos de adaptación de personal con minusvalía a nuestros puestos de trabajo y hemos incorporado a 6 personas de esta asociación. Con Fundación Mapfre, nuestro proyecto más actual, hemos conseguido incorporar 2 de las 3 personas que han realizado un proceso de prácticas con nosotros y cuya discapacidad es de tipo psíquico.

Esta iniciativa surge como consecuencia del compromiso de esta Compañía de no conformarse solamente con la incorporación que establece el Estatuto de los Trabajadores en cuanto a tener el 2% de su plantilla con trabajadores minusválidos. Lógicamente aspiramos a incrementar el número de personas con discapacidad, pues pensamos que aportan un valor añadido a la Empresa.

---

### *Recursos aportados por la organización (humanos y materiales) e implicación de la organización:*

Coste de implantación: 0 €

La empresa ha contado con la colaboración e implicación de todo el personal, desde Dirección donde se inició la iniciativa, hasta los trabajadores, que ofrecen todo su apoyo y colaboración al personal discapacitado.

También se ha contado con la colaboración de AIDEMAR, ONCE, MAPFRE y el Ayuntamiento de San Javier.

---

### *Beneficiarios de la iniciativa y resultados obtenidos:*

- Integración de personal con discapacidad en la Empresa.
- Mejorar el desarrollo de colectivos desfavorecidos.
- Mejorar la calidad humana y social de la Empresa.

Todo el colectivo de la empresa ha sido beneficiario de esta iniciativa, tanto los discapacitados a los que se les da una oportunidad para desarrollarse e integrarse en el mundo laboral como al resto del personal a los que les sirve de ejemplo el espíritu de superación y la ilusión de estas personas.

---

### *¿Qué considera que ha aprendido la empresa con esta iniciativa?*

La empresa ha aprendido los valores que estas personas discapacitadas son capaces de transmitir a todo el personal de la Empresa a través de su ilusión, su humildad, su constancia, esfuerzo y sacrificio diario convirtiéndose en verdaderos ejemplos de superación para todos los demás.

---

### *Cómo se puede continuar:*

La empresa en la actualidad sigue comprometiéndose en proyectos de este tipo o similares que puedan favorecer la integración de estos colectivos.



**INICIATIVAS**  
EN **RESPONSABILIDAD**  
**SOCIAL CORPORATIVA**  
REGIÓN DE MURCIA

Empresas patrocinadoras de la Cátedra de RSC: