



El Barri, Territori Socialment Responsable

Projecte per a desenvolupar
el concepte de **Territori Socialment
Responsable** aplicat a barris
de la ciutat de Barcelona

50 ANYS
EN PRO
DELS
DRETS
HUMANS
1962-2012



Associació per a les
Nacions Unides
a Espanya

United Nations Association of Spain

Editat pel Servei de Documentació i Difusió
de l'Associació per a les Nacions Unides a Espanya



Via Laietana, 51, entol. 3a 08003 Barcelona
Tels. 93 301 39 90 - 93 301 31 98
Fax: 93 317 57 68
info@anue.org
www.anue.org

© Associació per a les Nacions Unides a Espanya

Coordinació científica: Josep Maria Canyelles
jmcanyelles@collaboratio.net

Disseny i maquetació: Txell Peiró

Dipòsit Legal: B.21514-2012
Impressió: Masanas Gràfiques, Moles 31, Barcelona.

El Barri, Territori Socialment Responsable

Projecte per a desenvolupar
el concepte de **Territori Socialment
Responsable** aplicat a barris
de la ciutat de Barcelona



Índex

Presentació a càrrec de Francina Vila i Valls.....	7
Introducció a càrrec d'Eduard Sagarra i Trías....	8
Presentació TSR.....	11
El Barri, Territori Socialment Responsable.....	19
Resum executiu	20
Presentació	21
Idees bàsiques.....	22
Enfocament	24
El projecte als Barris de Barcelona.....	25
Projecte Sagrada Família	
Fundació Claror.....	31
Donaire · Solucions integrals per a la llar.....	43
Accent · Escola de Música · Sagrada Família....	47
Projecte Ribera - Sant Pere	
René + que electrodomèstics	51
Fundació Comtal	59
Projecte Gràcia	
Fundació de la Federació de la Festa Major de Gràcia	65
Cafès Novell.....	70
BonPreu	76



Presentació

La divulgació, reconeixement i defensa dels drets fonamentals de les persones són encara un element necessari per a garantir la convivència dins el món divers i complex en el qual vivim.

La societat civil, la recerca, la jurisprudència i la política són responsables de posar en agenda i permetre que el tema dels drets humans formi part d'una manera més generalitzada i formal de les converses de moltes taules i de molts mitjans de comunicació. Cal que els drets i els deures de ciutadania siguin els garants de la pràctica respectuosa i no discriminatòria del nostre dia a dia, de la nostra realitat social.

Hem d'esperar que amb el temps, tinguem una llei pròpia que permeti fer front a situacions discriminatòries que encara pateixen en el dia d'avui homes i dones del nostre país.

Des de l'Ajuntament donem suport a totes les iniciatives que fomentin la igualtat i la no discriminació, i celebrem que l'Associació de les Nacions Unides hagi col·laborat en l'elaboració d'aquest llibre que tracta sobre els barris, sobre el barri entès com a territori responsable, amb l'exemple de diversos comerços i les seves bones pràctiques.

Les ciutats són bons espais catalitzadors i els hem de convertir en llocs d'acollida per a tots els homes i les dones que desitgin viure en pau i que es vulguin fer còmplices de convertir el seu entorn en un espai de convivència i de tolerància.

El nostre repte és que tothom acabi compartint aquesta voluntat, la de fer de la nostra ciutat un exemple de respecte i de no violència entre les persones. Cal que donem eines a les generacions que vénen per viure amb respecte i llibertat la diversitat.

FRANCINA VILA I VALLS
Regidora de Dona i Drets Civils
Ajuntament de Barcelona

Introducció

Un Territori Socialment Responsable és aquell que tendeix a la sostenibilitat fent front als seus reptes econòmics, socials i ambientals amb la col·laboració i el compromís de tots els agents.

Així, tant les grans empreses, les pimes, les administracions públiques i les organitzacions socials, desenvolupen bones pràctiques de responsabilitat social, i reconeixen la seva part de responsabilitat davant la societat. El comportament de les seves organitzacions integra de manera compromesa el respecte i el foment dels drets humans, incloent-hi els socioeconòmics o de tercera generació.

En un TSR tenen gran importància els processos de diàleg i les estratègies de col·laboració, encarades a trobar solucions que creïn valor per a totes les parts, ja que generen capital social i aporten una capacitat de governança de la comunitat, alhora que avancen cap a una visió sostenible del territori.

La ciutadania, per la seva banda, reconeix aquestes bones pràctiques i sap premiar les empreses i organitzacions que prenen millors compromisos envers un territori i un món més sostenible des de tots els punts de vista.

Finalment, la responsabilitat social i la sostenibilitat han de formar part dels atributs que identifiquen el territori, com una marca de la pròpia identitat.

Responsabilitat Social

Parlar de TSR ens obliga a situar també què és la Responsabilitat Social, un concepte que es vincula amb la manera com es comporta una empresa o organització dins la societat, entenent que en el futur serà cada cop més difícil que una empresa que sols pensi en el seu propi interès lucratiu a costa de desatendre les preocupacions socials no gaudirà de la confiança dels públics.

Malgrat el que hom pugui creure, aquest enfocament és apropiat per a totes les organitzacions, indistintament de quina sigui la seva grandària o titularitat, fins al punt que les mateixes organitzacions no lucratives o no governamentals estan començant a gestionar també la seva responsabilitat davant la societat amb mesures com per exemple la millora de la seva transparència.

ANUE

L'Associació per a les Nacions Unides és una ONG nascuda a Barcelona, l'any 1962, que té per objectius la defensa i promoció dels drets humans. Les nostres activitats van lligades a l'evolució dels drets humans i l'agenda de les Nacions Unides i així l'any 1999 en van adherir als principis del Pacte Mundial i des de l'any 2005 som membres fundadors del Pacte Mundial a Espanya. Des de l'any 2007 vam desenvolupar el projecte de Territori Socialment Responsable, posant el focus en dos camps:

a) Per una banda, el plantejament ha pretès abordar l'RS de la pròpia Administració Pública, és a dir, com es gestiona internament, prenent l'ajuntament com una empresa que disposa d'una plantilla, unes parts interessades, etc.

Com a resultat del projecte tenim document de treball on es recullen les pràctiques de Responsabilitat Social dutes a terme per cada ajuntaments, les quals es presenten ordenades d'acord amb criteris del marc de la Responsabilitat Social. El principal objectiu d'aquest material és promoure la reflexió interna del propi Ajuntament i recollir-ne quines expectatives i necessitats poden tenir, alhora que fruit de les experiències amb un nombre limitat d'ajuntaments, es puguin plantejar altres accions més generalitzades.

Hem treballat amb els ajuntaments de Mataró, Vic, Sitges, Vilafranca de Penedès, Sant Sadurní, Gelida i Els Monjos.

b) Per l'altre "El Barri, Territori Socialment Responsable" projecte per a desenvolupar el concepte de Territori Socialment Responsable aplicat als barris de la ciutat de Barcelona. Objecte d'aquesta publicació.

Els barris són unitats amb una càrrega identitària i amb una proximitat conformada per les relacions entre les persones i les organitzacions. Poder treballar per uns barris socialment responsables és una de les maneres més pràctiques de fomentar els TSR.

El projecte “De Barris Responsables” va sorgir de l’interès per posar accent en la interrelació entre les parts i en els beneficis que pot aportar a la comunitat.

L’Associació per a les Nacions Unides és l’entitat promotora de la iniciativa amb el suport de la Regidoria de Drets Civils de l’Ajuntament de Barcelona. S’han identificat empreses i organitzacions amb pràctiques socialment responsables de diferents barris de Barcelona; s’han fet fitxes de bones pràctiques d’RS d’una selecció d’aquestes empreses i organitzacions, procurant garantir una certa diversitat, i sempre d’ens molt vinculats al barri. Hem treballat els barris de Sagrada Família, La Ribera, Gràcia i Sant Antoni.

Les fitxes recullen les Bones Pràctiques de Responsabilitat Social d’empreses i organitzacions amb la intenció d’afavorir un Territori Socialment Responsable.

EDUARD SAGARRA I TRÍAS

President de l’Associació
per a les Nacions Unides a Espanya

Presentació TSR



En data de 2 de maig de 2005 va tenir lloc al Palau Maricel de Sitges el seminari *collaboratio* sota l'organització de l'Associació per a les Nacions Unides i el suport de la Generalitat de Catalunya i l'Ajuntament de Sitges.

El concepte de Territoris Socialment Responsables (TSR) es troba als seus inicis des d'un punt de vista conceptual i, malgrat aquesta limitació, està despertant interès i fins i tot un seguit d'expectatives entre diferents organitzacions implicades en el desenvolupament de la Responsabilitat Social de les Empreses i que tenen uns interessos clarament de base territorial.

Cada país defineix l'RSE segons el seu context històric i econòmic i sovint es diu que les pràctiques d'RSE han d'adequar-se a l'entorn de les comunitats. Ho diu la literatura i ho emfasitzen les memòries de sostenibilitat de les grans empreses. Però el cas és que massa sovint constatem dificultats perquè aquestes pràctiques s'adeqüin realment als models territorials, la qual cosa pot suposar com a mínim una pèrdua d'oportunitats per a ser més eficients i millorar les sinèrgies.

Disposar, a més, d'un model i una estratègia territorial ha de facilitar a les organitzacions identificar quins són els aspectes més rellevants a tractar, quines són les millors aliances, quines són les millors pràctiques, quines vies poden aportar els millors rendiments tant socials com corporatius.

Generalitzar l'RS tot estirant de les bones pràctiques

Sota el paraigües del marc conceptual que presentem, la intencionalitat rau a estirar de les bones pràctiques més que no a fiscalitzar: afavorir i posar en valor les dimensions positives. No és una renúncia a abordar les males pràctiques sinó que el marc legal ja ha de preveure empènyer les pitjors pràctiques cap a posicions més acceptables. Alhora, la pròpia gestió de la Responsabilitat Social en el cas de les empreses que es dotin d'un marc específic ja ha d'afavorir una lògica de desenvolupament de les seves pràctiques. I sobretot, la introducció dels requeriments d'RS en les cadenes de proveïment i especialment la consciència per part de la ciutadania han de bandejar en el mercat les pràctiques amb impactes més negatius.

Introduïm el concepte de TSR per a afavorir la generalització d'una RS difusa en el conjunt de les organitzacions, de tots els sectors i totes les grandàries, així com en la pròpia ciutadania, com a camí per a trobar la seva articulació més profunda i ancorada en els nous models socials, econòmics i productius.

Introducció

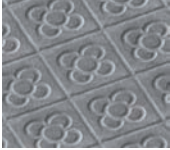


- Ha estat en el darrer decenni que la **Responsabilitat Social de les Empreses** s'ha fet present com una pràctica vinculada a la competitivitat sostenible. Si bé encara són poques les organitzacions clarament compromeses, l'èxit de la seva expansió i la implantació de bones pràctiques en camps ben diversos han posat sobre la taula la vinculació de tot aquests **compromisos** amb el territori i l'oportunitat de **posar-los en valor**.



- El concepte de Territoris Socialment Responsables (TSR) es troba als inicis però comença a despertar interès i expectatives entre diferents organitzacions implicades en el desenvolupament de la Responsabilitat Social

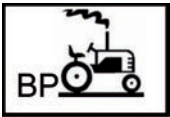
de les Empreses i que tenen uns interessos clarament de base territorial. Per al sector públic lliga de ple amb els nous models de **governança** i per a les empreses amb l'expectativa de legítim **retorn** del seu compromís.



- Cada país defineix l'RSE segons el seu context històric i econòmic i sovint es diu que les pràctiques d'RSE han d'adequar-se a l'entorn de les comunitats. Però massa sovint constatem dificultats perquè aquestes pràctiques s'adeqüin realment als models territorials. No se sap què fer, per on començar... la qual cosa pot suposar com a mínim una pèrdua d'**oportunitats** i de **sinèrgies**.



- Disposar d'un model i una **estratègia territorial** ha de facilitar a les organitzacions identificar quins són els aspectes més rellevants a tractar, quines són les millors aliances, quines són les millors pràctiques, quines vies poden aportar els millors **rendiments** tant socials com corporatius.



- La idea de TSR vol estirar de les **bones pràctiques** més que no fiscalitzar, vol generar **interaccions** i **traccions**. Afavorir que les ganes de fer bé les coses tinguin un reconeixement i un retorn, per mitjà de la incorporació de l'RS en els diferents agents i en la cultura difusa del territori

Què és un Territori Socialment Responsable (TSR)

RSE → TSR

- Parlar d'un concepte nou com el de TSR té sentit com a **expansió del concepte de l'RSE** i solament ha estat possible concebre aquesta expressió després d'una certa consolidació en les pràctiques responsables per part d'algunes empreses o organitzacions.

RSE
TSR
RSO
RSA
....



- Sembla conseqüent considerar que el component central per a concebre un TSR és la **generalització de l'RS** entre les diferents empreses i organitzacions que componen un territori. No n'hi ha prou amb un grup d'empreses selectes que puguin disposar d'un model d'excel·lència d'RS amb normes, sistemes de gestió i memòries de sostenibilitat. Aquesta generalització ha de comportar que aquest enfocament de gestió passi a formar part del sentit d'excel·lència d'organitzacions de tots els sectors, ja siguin mercantils, públiques o socials, incloent-hi les de dimensió més modesta: pimes i microempreses.
- Aquesta generalització ha de permetre una millor comprensió del concepte per part del conjunt de la **ciutadania**, en tant que treballadors, consumidors, inversors, etc., fent possible un comportament sensible i conseqüent als comportaments corporatius, facilitant que les empreses més compromeses puguin aspirar a un cert retorn, el qual és legítim i impulsarà la realimentació del procés i els compromisos dels agents.

comarca, municipi,
barri, país...

Territori Socialment Responsable (TSR): territori que tendeix a la sostenibilitat /afrontant proactivament la seva agenda de reptes econòmics, socials i ambientals, per mitjà de les estratègies col·laboratives i el compromís multilateral, amb solucions eficients que creïn **valor per a totes les parts**, gestionant els propis actius i alineant-los vers una visió sostenible del territori.

Un TSR ha d'identificar i consensuar els seus principals reptes i necessitats, a partir dels quals cal alinear tots els esforços i generar sinèrgies màximes

Un TSR vetlla per l'èxit de totes les parts: win-win-win, el triple guany!

Un TSR disposa d'un full de ruta!

Responsabilitats s'escriu en plural!
Tots els agents, ja siguin mercantils, públics o socials, incorporen bones pràctiques.

On ens ha de portar el TSR

El desenvolupament d'un TSR pretén millorar l'impacte dins i fora del territori de les seves operacions i millorar el seu propi desenvolupament (econòmic, social i ambiental). Alhora, la construcció d'un TSR ha d'afavorir la **governança** dels territoris i desenvolupar **innovacions** socials amb el **compromís** de cadascuna de les parts...

Un TSR...

- ... promou el desenvolupament sostenible i competitiu
- ... millora el valor sostenible per a les parts
- ... tendeix a cohesionar la societat i a crear capital social.
- ... millora la utilització i rendiment dels seus actius intangibles.
- ... tendeix a ser més ecoeficient.
- ... es desenvolupa i genera competitivitat regional.
- ... realimenta el seu desenvolupament, trasllada la seva RS als altres territoris.
- ... obté un atribut ètic per a la pròpia identitat territorial.

- La sostenibilitat com a resultat! Parlar de sostenibilitat fa més referència a resultats (volem un territori, una economia, que siguin sostenibles). Parlar de responsabilitat posa l'accent en els compromisos corporatius que han d'actuar com a inductors d'unes noves maneres de fer, molt més integrals i integrades, que afavoreixin la sostenibilitat.
- El TSR emfasitza el diàleg entre les parts i entre els diferents sectors. Si bé el diàleg amb els grups d'interès és una eina per a la gestió singular de l'RS de cada organització, el seu ús generalitzat genera capital social i aporten una capacitat de governança de la comunitat.

<p>El Sector Públic millora l'exercici de la governança promovent nous models per al desenvolupament del territori a partir de majors sinèrgies</p>	<p>Les Empreses milloren la seva competitivitat en el context d'una nova economia basada en el coneixement, guanyen avantatge competitiu i retorn a la inversió en RSE</p>	<p>El Tercer Sector consolida el seu espai i guanya protagonisme com a aliat per a promoure certs processos de desenvolupament del territori garantint la cohesió social i fomentant la innovació social</p>
---	--	--

Finalment, el TSR aconsegueix alinear els diversos interessos de cadascuna de les parts i encarar-los vers el repte comú del desenvolupament sostenible i competitiu.

- Crear valor per a totes les parts! El comportament dels seus agents (ja siguin del sector mercantil, públic o social) cerquen solucions integrades dins els seus models de negoci de manera que puguin crear el màxim valor sostenible i que aquest repercuteixi positivament per totes les parts (win-win-win: jo hi guanyo, tu hi guanyes, l'entorn hi surt guanyant!).

Com treballar per un TSR

Avui cap dels grans reptes i necessitats d'una societat pot ser abordat sense una intensa col·laboració multilateral. Essent així, un TSR no podria ser el fruit de la planificació d'un sol agent.

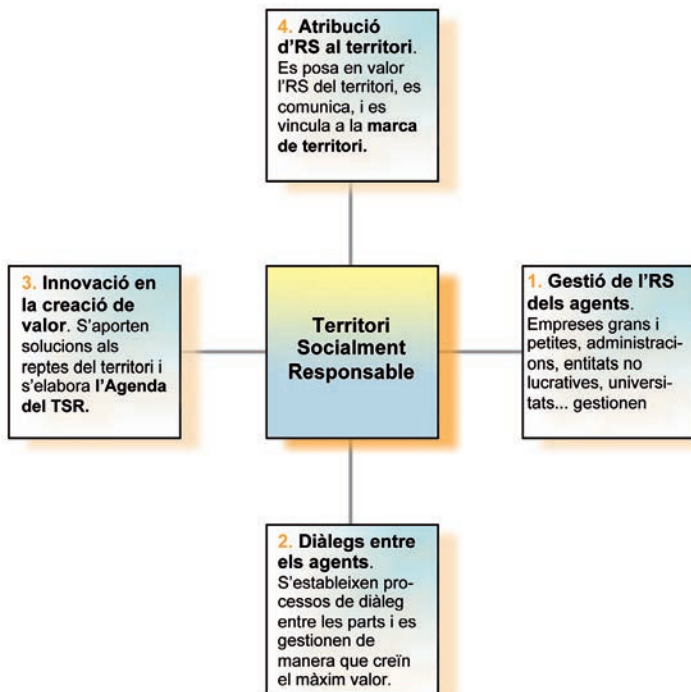
Per això, plantegem uns vectors que parteixen del compromís de cadascun dels agents, que focalitzen el diàleg i la capacitat de donar resposta multilateral a l'agenda dels reptes de territori, i que proposen finalment comunicar i posar en valor els assoliments territorials.

- **4 vectors d'acció** necessaris per a alimentar la capacitat d'un territori de comportar-se com a socialment responsable. La descripció d'aquests vectors dóna resposta a la pregunta de quins són

aquells processos en què hem de ser excel·lents de cara a construir un TSR, i com hem de construir-lo de manera que aporti valor sostenible al llarg del temps. Clarifica com hem de gestionar un TSR.

D'acord amb la metodologia, hem definit quatre Línies Estratègiques que conformarien el mapa d'un TSR:

1. Gestió de la Responsabilitat Social dels agents
2. Converses entre les parts
3. L'agenda del TSR
4. La marca del territori



El Barri, Territori Socialment Responsable

Projecte per desenvolupar el concepte de **Territori Socialment Responsable** aplicat a barris de la ciutat de Barcelona

Si les empreses i altres organitzacions estan avui desenvolupant al màxim nivell pràctiques i enfocaments estratègics de Responsabilitat Social...

...poden les administracions públiques limitar-se a fomentar-les sense intentar ser exemplars en la seva aplicació?

...poden els territoris limitar-se a plantejar reptes de qualitat sense integrar l'excel·lència social?

...podran els plans estratègics posicionar territoris en el món sense uns atributs que aportin compromisos de responsabilitat davant la societat?

...podran les empreses excel·lir en la seva RSE si no desenvolupem inductors que l'afavoreixin des del mercat i el compromís social?



Resum executiu

L'Associació per a les Nacions Unides (ANUE) ha estat treballant en el desenvolupament de Territoris Socialment Responsables a la ciutat de Barcelona, a partir de l'adequació als barris d'una metodologia desenvolupada en altres contextos.

Aquesta publicació recull algunes de les bones pràctiques de responsabilitat social identificades en algunes empreses i organitzacions, que forma part d'una de les fases de treball per un TSR. Els casos pertanyen als barris de Sagrada Família, la Ribera i Gràcia. La proposta que presenta pretén iniciar les accions en tres barris i sota una metodologia que ja s'ha anat experimentant en altres territoris. Els tres barris que es proposen són Gràcia, Nou Barris i Sants (a considerar juntament amb la regidoria).

El treball fet per ANUE en aquesta matèria, sota la direcció tècnica de Josep Maria Canyelles, expert i promotor de Responsabilitat Global, ha suposat un desenvolupament del concepte de Responsabilitat Social de les Empreses i ha permès que altres organitzacions (pimes, microempreses, administracions, ONL...) pugui trobar un rol més ajustat.

Per a la ciutat de Barcelona, aquesta línia d'acció pot suposar un reforçament del treball de barris amb un enfocament innovador i punter, alhora que el sentit global de la proposta que ANUE treballa pot brindar l'oportunitat de coliderar unes iniciatives d'ampli abast, com ho proven diferents iniciatives en aquest sentit en altres països.

Els TSR pretenen alinear estratègies múltiples en el territori i fer-les sostenibles alhora que suposen un repte de transversalitat per a la pròpia administració pública en el desenvolupament de la seva pròpia responsabilitat social.

Presentació

El ràpid desenvolupament que està experimentant la **Responsabilitat Social de les Empreses** està afavorint que aquest enfocament de gestió suposi un **repte per a moltes organitzacions, incloses les petites i mitjanes empreses**.

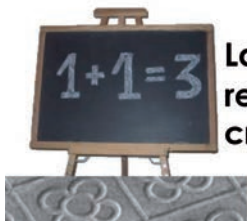
També les administracions públiques i les organitzacions socials van **incorporant pràctiques de responsabilitat social**, des de la millora de la transparència, compromisos explícits d'RSE, implantació de codis ètics, criteris de compra sostenible, mesures de conciliació de la vida laboral i familiar, reducció dels impactes ambientals, etc.

Alguns territoris han percebut el factor inductor i accelerador que pot suposar abordar el desenvolupament d'aquest enfocament de gestió des de les accions col·laboratives i els compromisos compartits en el territori.

Existeixen municipis, comarques i països que han comprès perfectament el valor que té alinear aquesta visió de responsabilitat al llarg de tots els seus processos i agents i desenvolupar una visió de Territori Socialment Responsable (TSR) als barris és una oportunitat per a fomentar la RSE i també **desenvolupar marcs adequats per a les administracions locals (RSA)** i les organitzacions socials (RSO).

Diversos territoris a Catalunya i al món estan avançant en aquesta línia innovadora per tal de millorar l'exercici de la governança i el potencial de creació de riquesa sostinguda.

Les accions sobre RSE dutes a terme al llarg d'aquests anys des de l'Associació per a les Nacions Unides, en col·laboració amb institucions públiques i amb la col·laboració d'agents experts han permès treballar els TSR en un seguit de territoris tot identificant bones pràctiques d'RSE i sensibilitzant sobre el sentit i l'interès de la Responsabilitat Social tant entre l'empresariat local com entre el sector públic local.



**La suma de
responsabilitats
crea valor**

Idees bàsiques

Responsabilitat Social de les Empreses

Els nous reptes de sostenibilitat social, ambiental i econòmica han posat la Responsabilitat Social en una posició destacada dins la dimensió operativa i estratègica de moltes empreses especialment proactives i ben situades en la competitivitat global.

La Responsabilitat Social de les Empreses (RSE) no és només un conjunt de bones pràctiques sinó sobretot un enfocament de gestió, una manera de relacionar-se amb l'entorn i aspirar al màxim desenvolupament en un context de màxima sostenibilitat.

A Catalunya, com arreu del món, i també a Barcelona, podem observar com l'RSE també forma part de les PIMES, les quals es troben especialment còmodes en certs enfocaments alhora que capten oportunitats de desenvolupament.

L'RSE forma part d'un model nou, que ha superat els enfocaments merament filantròpics i ara es vincula al model d'empresa i a l'estratègia de mercat.

Reptes del territori

El sector públic, per la seva banda, constata que cap dels grans reptes, ja siguin econòmics, ambientals o socials, com aquells més vinculats al territori, no poden ser abordats des d'un únic actor. La complexitat creixent dels problemes i qualsevol repte ambiciós demana unes estratègies col·laboratives.

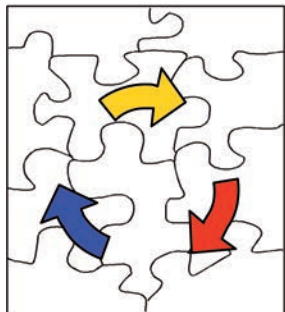
L'enfocament de l'RSE està donant lloc de manera encara força imperceptible però com una dinàmica de fons molt potent a espais de diàleg i de confluència des de l'interès mutu i el benefici social (→ triple win).

El repte de construir Territoris Socialment Responsables suposa reforçar la dimensió del diàleg de l'RSE tot focalitzant els reptes i necessitats del territori. Per a afavorir aquesta dinàmica cal generar un marc de confiança entre les parts, que sols serà possible des dels compromisos de responsabilitat social de cadascuna de les parts, empreses, sector públic i organitzacions socials.

La pròpia ciutadania és, en darrer terme, l'agent inductor principal. Cada individu, ja sigui com a consumidor, client, treballador, inversor, ciutadà... té la possibilitat d'esdevenir un agent impulsor, tot reconeixent les bones pràctiques empresarials i ajudant a conformar un mercat intel·ligent.

Enfocament

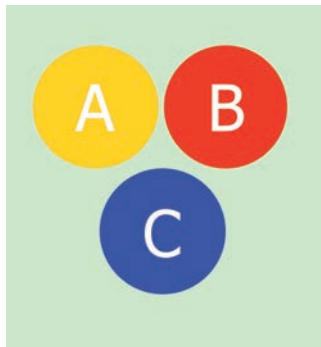
Aquesta iniciativa pretén desenvolupar el concepte de Territoris Socialment Responsables i la seva aplicació en barris de la ciutat de Barcelona i específicament en aquells entorns on la visió compartida de les diferents



parts i el seu compromís amb la Responsabilitat Social de les Empreses i les Organitzacions faci possible aspirar a optimitzar els processos de creació de Capital Social (confiança, inclusivitat, cohesió, identitat...).

Els territoris són avui un element fonamental de l'economia, fins al punt que les economies regionals suposen una gran oportunitat i activen grans potencials, si són capaces d'articular les respostes adients, captar oportunitats, generar sinèrgies, gestionar no sols les seves infraestructures sinó també els seus actius immaterials de manera que permetin potenciar l'esforç de cada organització en particular.

Els partenariats, les aliances col·laboratives en el territori... són fórmules per accentuar el compromís de les parts per alinear interessos vinculats a la pròpia estratègia i interessos de la comunitat. Avui, per estar en el mercat també ens cal estar en la societat, saber entendre-la, saber aprofitar sinèrgies. Una societat que cada cop és més plural també pel que fa a models organitzatius de creació de riquesa.



L'eclosió del Tercer Sector, social i Comunitari, aporta una visió nova i distinta al món de l'Administració i Business.

Podem concebre un TSR com aquell on des de totes les parts (mercantils, públiques o socials) es desenvolupen pràctiques de responsabilitat social. Més enllà de les responsabilitats legals, tots els agents reconeixen la seva part de responsabilitat davant la societat pel que fa al desenvolupament de la comunitat i als impactes que rep el territori o que aquest causa en altres.

En darrer terme, el TSR ha de poder posar en valor aquests compromisos gestionant la millora de certs actius i comunicant una visió agregada d'aquestes pràctiques, obtenint un atribut ètic per a la pròpia identitat territorial.

El projecte als Barris de Barcelona

En síntesi, el projecte ha suposat:

1.- BONES PRÀCTIQUES.

Identificar Bones Pràctiques en el "Barri Socialment Responsable", especialment en pimes, establiments comercials, ONL, Administració Pública...

2.- JORNADA TSR

Realització d'una jornada de treball amb empreses i altres parts interessades per a donar a conèixer el sentit de l'RSE per a Pimes, organitzacions socials i Administracions públiques.

3.- ESPAI WEB

Creació d'un espai web per a anar ubicant la informació i posar-la a l'abast dels interessants, es disposa d'un bloc del projecte.

Un primer pas

En aquesta primera fase del projecte per a desenvolupar uns Barris Socialment Responsables a la ciutat de Barcelona s'han identificat casos de bones pràctiques localitzats als barris pilot i que es refereixen tant a empreses i organitzacions que fan una gestió conscient de l'RS com altres que disposen de bones pràctiques però que no parteixen d'un coneixement del model.

A partir d'aquestes experiències reals i properes es pretén trencar les barreres amb el concepte de l'RS, evitant que es percebi com propi de les grans empreses, per tal d'afavorir una més gran generalització de la seva implantació en la realitat empresarial, comercial, i organitzativa en general del barri.

Així, una pime, un comerç, o una associació cultural, per exemple, podran entendre com poden millorar els seus impactes ambientals, socials, laborals i altres, i tenir en compte les expectatives dels seus grups d'interès, donant als processos de millora una dimensió estratègica.

En el marc de l'anàlisi sobre els impactes d'RS per part d'una empresa o organització podem trobar des d'aspectes vinculats a les Convencions de Nacions Unides i dels seus organismes, fins a inquietuds plantejades per grups d'interès més propers....

- S'han identificat empreses i organitzacions amb pràctiques socialment responsables de diferents barris de Barcelona.
- S'han fet fitxes de bones pràctiques d'RS d'una selecció d'aquestes empreses i organitzacions, procurant garantir una certa diversitat.
- S'han mostrat per mitjà del web www.barrisresponsables.cat

La receptivitat vers el projecte ha estat molt positiva per totes les parts, especialment per les entitats esmentades. Les entitats han pres consciència de la importància d'una tasca de sensibilitat social que ja havien iniciat de fa temps i, ara, volen impulsar encara amb més decisió i força.

Les diferents empreses i organitzacions amb qui ens hem reunit valoren molt positivament que es pugui fer una trobada conjunta per a abordar el tema de la responsabilitat social aplicada a petits formats i amb el territori com a focus de l'acció. Considerem que ha estat fonamental per l'acceptació del projecte fer-ne un plantejament obert i sense objectius predefinitos, col·laborat des del mateix barri i amb la implicació de totes les parts, plantejada en positiu des del reconeixement de la importància de les bones pràctiques.

Procés de treball

El procés de treball ha consistit en unes entrevistes obertes. Les persones amb qui s'ha mantingut l'entrevista han estat càrrecs tècnics/tècniques i entitats socials del barri i responsables de les empreses. Les entrevistes, de caràcter semiestructurat, han estat guiades a partir dels continguts fonamentals que afecten la Responsabilitat Social

Objecte

El principal objectiu ha estat ajudar la societat a fer una reflexió que l'impulsi a millorar aquelles pràctiques que ja du a terme i pot millorar, ampliar, per generar una convivència cada dia més positiva.

Fitxes de casos

A banda de les referències que a nivell més breu es facin constar al web, per a aquells casos que puguin generar una certa exemplaritat com a bones pràctiques en empreses i organitzacions del territori s'han començat a elaborar unes fitxes de cas.

Les primeres han estat per a tres fundacions (una de cultural, una d'esportiva i una de social), dos comerços familiars, i tres altres empreses familiars (una de petita, una de mitjana i una de gran):

Sagrada Família:

- Fundació Claror
- Comerç Donaire
- Escola de Música Accent

La Ribera

- Comerç René + que electrodomèstics
- Fundació Comtal

Gràcia

- Fundació de la Federació de la Festa Major de Gràcia
- Cafès Novell
- BonPreu

S'ha treballat amb les associacions de comerciants el suport per a la identificació de bones pràctiques de responsabilitat social entre botigues i establiments comercials del barri, tot i que aquest no és un objectiu fàcil, tant per la poca quantitat de comerços sensibles com per la dificultat a saber dels seus compromisos.

Sessió de treball

Amb la presència d'algunes empreses i organitzacions socialment responsables i compromeses, es va reunir agents del territori per a abordar

reptes de la RSE i el TSR, amb una dinàmica consistent a poder transmetre el concepte i el sentit de la responsabilitat social, donar a conèixer les pròpies bones pràctiques i traçar un full de ruta sobre possibilitats de futur en el territori.

Aquesta sessió es va fer per al barri de Sagrada Família i es preveu que es pugui fer als altres barris o bé conjuntament de tot el projecte.

La sessió va servir per a donar a conèixer el projecte, mostrar les fitxes i el web, explicar què és la RSE i el TSR i, finalment, llançar la possibilitat de donar un marc a aquest treball si es considera que forma part del seu interès i voluntat. En el cas de Sagrada Família se'n va valorar l'interès i es va considerar de treballar-ho des del Pla Comunitari.

Projecte Sagrada Família

Fundació Claror

La Fundació Claror és una entitat catalana privada sense ànim de lucre, nascuda el 1989, que promou l'esport, la salut, la cultura i el lleure per a tothom.

L'àmbit més important de la seva activitat és la gestió esportiva. Gestiona quatre instal·lacions esportives municipals a Barcelona, per concessió administrativa: l'Esportiu Claror, el Poliesportiu Sagrada Família, el Poliesportiu Marítim i el complex esportiu Can Caralleu (aquesta, junt a la Universitat Ramon Llull i el Centre Excursionista de Catalunya). Entre les quatre instal·lacions aglutina una massa social de més de 33.500 abonats i 75.000 clients, que la converteix en una de les entitats esportives amb major nombre d'abonats de Barcelona i Catalunya. A més, també participa en la gestió del Poliesportiu Municipal de Llinars del Vallès, inaugurat el 2009.

La Fundació Claror té actualment més de 380 empleats entre les seves àrees centrals i les cinc instal·lacions, i un pressupost que l'any 2008 va superar els 10,8 milions d'euros.

Aquestes fitxes recullen les Bones Pràctiques de Responsabilitat Social d'empreses i organitzacions amb la intenció d'afavorir un Territori Socialment Responsable al barri de Sagrada Família. Un projecte promogut per l'Associació per a les Nacions Unides amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona.

Més informació a:
www.barrisresponsables.cat



Origen

La fundació prové de Claror Societat Cooperativa Catalana Limitada, formada per pares i mestres de l'Escola Sagrada Família (c. Sardenya, 343) a partir del 1978.

Sota la gestió de la cooperativa, l'escola que havia estat propietat de la Companyia de Jesús, va demanar ser reconeguda com a escola pública i se li va imprimir un caràcter laic, progressista i catalanista. Va ser una de les primeres escoles de l'Eixample de Barcelona a esdevenir mixta i, des del principi, es va concebre l'esport i l'educació física com una part important en la formació de les persones.

Quan l'escola va passar a ser pública (1989), la cooperativa es va dissoldre i va donar lloc a l'actual fundació, a qui va traspasar la titularitat de l'Esportiu Claror, un equipament construït al 1982 i que ràpidament havia esdevingut un poliesportiu de referència a un barri mancat d'equipaments esportius.



Filosofia i valors

La Fundació Claror fonamenta la seva manera de ser i les seves actuacions en l'assumpció d'una sèrie de valors i principis d'actuació que es recullen en aquest codi ètic¹.

Decàleg de valors

Recull els valors bàsics de caràcter universal, que inspiren els interessos generals comuns als diferents grups que conflueixen en la Fundació amb la intenció que siguin respectats tant a l'interior de l'entitat com en la relació que aquesta mantingui amb els seus diferents entorns.

1. Integritat. Coherència entre el que es diu i el que es fa.
2. Credibilitat. Fiabilitat de les expectatives dipositades en l'entitat.
3. Equitat. Distribució equitativa de càrregues i beneficis.
4. Diàleg. Possibilitat de participació i mecanismes de consens entre els diferent grups implicats i afectats.
5. Transparència. Veracitat, intel·ligibilitat i accessibilitat en les estructures comunicatives internes i externes.
6. Dignitat. Respecte i foment dels drets humans i dels valors implicats en el reconeixement recíproc de les persones.
7. Legalitat. Compliment de les lleis i disposicions legals.
8. Compromís cívic. Contribució al desenvolupament i benestar de l'entorn –corresponsabilitat social.
9. Sostenibilitat. Posició davant el manteniment i millora del medi ambient.

1. www.claror.cat/Fundacio-Claror/Imatges/postalcodietic.pdf

Principis d'actuació

1. Exposen els valors sobre els quals es basa l'actuació concreta de l'entitat per a l'impuls de la seva raó social, del seu compromís i la seva responsabilitat corporativa.
2. En ells hi és sintetitzat el tarannà més propi de l'entitat al llarg de la seva història.
3. Concebre l'esport, la salut, la cultura i el lleure com un dret per a tothom.
4. Gestionar de manera professional, eficaç i sostenible els recursos humans i materials.
5. Prioritzar la qualitat i la seguretat dels serveis i els equipaments gestionats per la Fundació.
6. Treballar en equip i fomentar la participació.
7. Rendir comptes als diferents nivells.
8. Planificar i innovar com a eines de progrés.
9. Actuar sota els principis d'igualtat, cooperació i solidaritat.
10. Formar continuadament les persones per millorar les capacitats tècniques, el coneixement i la comunicació.
11. Actuar corresponsablement amb les administracions en el desenvolupament de les polítiques socials.
12. Col·laborar coordinadament amb altres entitats, especialment amb les que siguin de caire social i dels àmbits més propers a l'entitat.
13. Enfortir l'estructura corporativa i desenvolupar una política de comunicació.

La Fundació Claror vol ser reconeguda pel seu caràcter diferencial, per una identitat corporativa que es percep no solament en uns valors enunciats sinó que es concreta en una gran diversitat de bones pràctiques en els camps laboral, ambiental, i comunitari, que aquí tot just podem sintetitzar.

Compromís laboral

Les pràctiques laborals que suposen un compromís més fonamental es basen en el compliment contractual, la puntualitat en el pagament dels salaris, el respecte vers els horaris laborals dels treballadors, tot plegat en un marc de respecte a la dignitat de la persona, a la intimitat, a les creences i religions, a les races, i a la interculturalitat. Així mateix, consideren que el manteniment i la creació de llocs de treball ja forma part de la seva responsabilitat envers la comunitat. El compliment legal respecte a la contractació de persones discapacitades, amb cinc contractes, també és un compromís d'RSE. A més, es complementa amb la contractació de serveis a Centres Especials de Treball, per un valor de més de 130.000 euros anuals.

Algunes pràctiques d'interès en el camp de l'RSE serien:

- Modificacions horàries a temps parcial quan es requereixi davant una situació de força major, i sempre que no es produeixi interferència en el procés productiu.
- Promocions internes. Reubicacions laborals dins la mateixa empresa.
- Inversió en formació de qualitat, d'àmbit tècnic i de transmissió de valors de l'empresa, mitjançant col·laboracions externes o bé per mitjà dels propis professionals. Impuls i reconeixement dels formadors interns.
- Flexibilitat laboral personalitzada davant situacions personals puntuals. Flexibilitat en l'assignació dels períodes vacacionals; Altres períodes curts de vacances a banda de l'estival.
- Possibilitats de conciliació laboral / personal / familiar. Afavoriment, en la mesura del possible, de jornades intensives.
- Reduccions horàries (del còmput anual) per a tendir gradualment a la jornada laboral de 35 hores setmanals.
- Percepció del 100% del salari en períodes de baixa.
- Dotació econòmica per a roba de treball.

Respecte a la voluntat de donar resposta a les necessitats que es van perceber, cal dir que s'havien detectat durant els partits de bàsquet dels nois d'escoles esportives alguns comportaments verbals agressius per part dels pares, fet que ha merescut abordar el tema amb els tècnics en alguns seminaris especialitzats.

Cal indicar que els salaris estan per sobre de la mitjana del sector, i encara disposen d'altres beneficis socials com ara: tiquet anual d'ajut escolar de 150'25 euros per a cada un dels fills menors de 15 anys; lliure ús de totes les instal·lacions esportives per part dels treballadors, la parella i els fills menors de 16 anys (els treballadors solters poden designar dos familiars directes); reducció d'un 20% en el preu dels béns que s'ofereixen des de les instal·lacions (massatges terapèutics, servei dietètic, adquisició de complements esportius, etc.); deducció del 100% sobre el preu de dues activitats dirigides pels treballadors i familiars directes; deduccions en el cost del servei de lleure durant el període de vacances escolars per als fills/es de treballadors; servei de menjador a preu de cost; assignació del lot de Nadal per a tots els treballadors i col·laboradors de l'entitat; sopar de Nadal de treballadors; paga extra de fidelitat als 25 anys (equivalent a l'import de la paga d'octubre) i als 35 anys (equivalent al doble de la paga d'octubre); pòlissa d'accidents; atorgament del carnet Claror Club a tots els treballadors de l'entitat.

Respecte als treballadors, la responsabilitat social s'entén no únicament com un seguit de millores laborals sinó com una manera de comunicar, viure i compartir els valors de l'organització, els quals marquen la diferència corporativa i suposen un factor de fidelització i satisfacció laboral. Així, amb l'excepció del monitoratge de lleure i escoles esportives, destaca una rotació laboral molt baixa.

Pla de comunicació interna: des del 2004 s'han establert diverses eines de comunicació orientades a quatre objectius principals:

1. Comunicació vertical: Donar suport en la difusió dels objectius de l'entitat a tots els treballadors (butlletí informatiu, tauler d'anuncis, bloc, vídeo informatiu de resum de l'any on participen els propis empleats).

2. Comunicació transversal: Promoure la coneixença i la relació entre tots els treballadors (sopar de Nadal, festa d'estiu, jornades directives)
3. Comunicació transversal: Impulsar comissions de treball entre persones del mateix àmbit però diferent centre per tal de crear sinèrgies, fomentar criteris comuns i intercanviar informació (comissió tècnica, comissió de manteniment, comissió de salut, comissió administrativa).
4. Pla d'acollida: garantir una incorporació de qualitat a tots els nous treballadors

Compromís social

La Fundació Claror procura que els seus equipaments siguin inclusius respecte a diferents col·lectius que mereixen una especial atenció:

- Respecte a les persones amb **discapacitats**, disposen de monitors de suport de les activitats de lleure per a infants, ja siguin subvencionats per l'ajuntament o per la mateixa fundació. A més, la persona que faci d'acompanyant de qualsevol usuari amb discapacitat disposa de l'accés gratuït.
- Atorguen beques a alumnes d'escoles esportives, infants proposats des del Districte o pel CEIP Sagrada Família que puguin quedar-ne **exclosos** per raons socioeconòmiques. Per mitjà del Projecte Barri, ajuden a garantir l'escolaritat plena (també en extraescolars) per a infants nouvinguts, en col·laboració amb els CEIP de Sagrada Família i Tàbor.
- Acullen gratuïtament persones que han patit alguna **addicció** i que estan en tractament a la Fundació Mensalus, en col·laboració amb l'associació per a la integració Àmbit Sports.
- També donen facilitats durant un període als usuaris que han quedat en situació d'atur, segons un protocol definit per l'ajuntament.

Compromís amb la comunitat

El compromís amb l'entorn forma part d'una de les línies estratègiques de l'organització partint del convenciment que forma part de la seva responsabilitat social i que alhora els ha de permetre marcar la diferència. Els eixos bàsics se centren en cultura i solidaritat, alhora que destaca tot el marc de relacions amb altres organitzacions per a col·laborar, integrar-se més clarament en el teixit del barri, i crear sinèrgies.

Cultura

Promouen activitats socioculturals obertes, subvencionades en gran part amb els recursos de la fundació, amb una aportació del 0'36% dels ingressos de la fundació (uns 33.000€ al 2008), per a garantir que no es doni cap impediment a la participació.

De les activitats culturals, en destaquen tres grups corals, que acullen tant adults com infants, dos grups de teatre, tallers i tertúlies diversos i activitats específiques pel col·lectiu de gent gran. Darrerament s'han impulsat noves activitats culturals i des del 2009 s'ha prioritzat la col·laboració amb altres entitats del barri més que la realització d'una programació pròpia.

Solidaritat

La fundació destina el 0'45% dels ingressos a projectes solidaris (50.000€ al 2008). Per una banda, es convoca un concurs bianual per un import de 20.000 euros destinat a projectes d'infància en risc fets per entitats no lucratives a Catalunya. Uns 15.000 euros es destinen al Projecte Barri, mitjançant el qual es dota d'uns recursos econòmics anuals al centre educatiu perquè els seus alumnes en situació desfavorida puguin assolir una escolaritat plena, en el sentit més ampli de la paraula. La resta de la partida es destina a altres aportacions directes, tant per a necessitats locals com a països en vies de desenvolupament, bàsicament a l'Àfrica.

Algunes altres accions que porten a terme són:

- Col·laboracions puntuals solidàries per part dels treballadors de l'entitat.

- Contractació dels obsequis de sant Jordi i Nadal a empreses d'interacció sociolaboral.
- Difusió i utilització de productes de comerç just a través d'activitats que porten a terme

Cal destacar una bona pràctica apropiada atès el sector d'activitat: donat que als equipaments troben molta roba i utilitatge abandonat per part d'usuaris que s'ho deixen i no ho reclamen, un cop ha passat un temps prudencial la netegen i la donen a entitats que treballen amb col·lectius necessitats.

Obertura al barri

La Fundació Claror vol que els seus equipaments siguin percebuts com a part del barri. Per això, les activitats obertes i la col·laboració amb altres organitzacions és un aspecte rellevant.

L'Esportiu Claror organitza esdeveniments esportius gratuïts per a diferents col·lectius: Milla Sagrada Família, Campionat de Natació, Torneig de bàsquet infantil... Així mateix, dissabte tarda i diumenge matí, les pistes exteriors de l'Esportiu Claror estan obertes al barri i es converteixen en un espai on es concentren sobretot practicants de bàsquet.

A més, per veïnatge, l'Esportiu i El CEIP Sagrada Família col·laboren mútuament en la cessió d'espais i recursos.

Mantenen una **secció de bàsquet** amb 27 equips, que tot i ser deficitària fa una aportació important al barri, alhora que promou l'Esportiu com a espai de trobada per a un important col·lectiu social que d'aquesta manera se'l senten més seu. Es tracta d'una de les majors seccions de bàsquet de la ciutat, amb equips de nens i nenes des dels 8 anys fins a adults. La tasca esportiva que porten a terme té un gran impacte social, i es defineixen com una escola de bàsquet de qualitat, amb objectius de promoció esportiva i no de rendiment. Alhora capaciten un ampli col·lectiu de segons entrenadors, que són joves voluntaris en procés de formació que acompanyen els equips i aprenen dels entrenadors titulars contractats.

Integració en el teixit associatiu

L'esperit de col·laboració amb altres entitats ja ve de lluny, motivat pel reconeixement a l'estil propi. Per exemple, van ser diverses entitats del barri, com l'Associació de Veïns, que van sol·licitar a la Fundació Claror que es presentés al concurs de gestió del Poliesportiu Sagrada Família, ja que volien que el nou equipament fos una instal·lació d'esport per a tothom, gestionada amb la mateixa filosofia que l'Esportiu Claror.

- Barri de la Sagrada Família: La Fundació Claror, des de 1999, ha assistit sempre a les reunions d'entitats del barri de la Sagrada Família i, des de la creació de la Coordinadora d'entitats del barri de la Sagrada Família, l'any 2006, en forma part com a entitat col·laboradora.

En el marc de la Coordinadora, la Fundació Claror duu a terme una tasca activa en tres àmbits:

- Col·laboració en la Festa Major del barri: organitzant activitats obertes a tothom (Milla Sagrada Família, masterclass d'activitats, el Campionat de natació escolar o concerts de la coral. I del 1998 al 2004 la Fundació Claror es va encarregar de l'elaboració, edició i cost de la impressió del programa de Festa Major)
- Participació en dues taules de treball del Pla comunitari: salut i educació
- Assistència a totes les reunions, cosa que permet crear sinèrgies amb altres entitats i donar resposta en la mesura del possible a les seves necessitats (suport econòmic o professional en els àmbits comunicatiu, administratiu, esportiu i cultural).

En el marc del Districte, la Fundació Claror és una de les tres entitats que representen el barri de la Sagrada Família en el Consell ciutadà del Districte. Assisteix periòdicament a les reunions del Consell i a altres Comissions consultives i de Govern: medi ambient, plens del Districte, Audiències públiques i consells de barri. Participació a les mostres d'entitats del Districte.

- Barri de la Barceloneta: Col·laboració amb el Pla comunitari de salut del barri de la Barceloneta. Des de 2002 al 2004 –moment en

què es crea la comissió de Festa Major- la Fundació Claror va donar suport a la Federació de carrers que organitza la Festa Major i elabora, edita i assumeix el cost de la impressió del programa de Festa Major.

També participa a les mostres d'entitats del Districte.

- Barri de Sarrià: participació de la Festa Major i a les mostres d'entitats del Districte.
- Col·laboració amb l'Administració per tal que les persones penades hi puguin portar a terme **Treballs en Benefici de la Comunitat (TBC)**.
- Signatura de convenis de col·laboració acadèmica per a la realització de pràctiques de treball en el marc de Programes de Cooperació Educativa.

Finalment, pel que fa al compromís amb la comunitat, cal destacar els aspectes vinculats a la catalanitat, que formen part de l'ideari fundacional de l'organització i que tenen, entre altres vectors, un clar compromís amb la **llengua catalana**.

Compromís ambiental

El 2005 van posar en marxa la **comissió de medi ambient i sostenibilitat**, integrada per persones dels diferents equipaments, que promou iniciatives de millora de l'impacte en la gestió: implantació de l'oficina verda (ús eficient del material fungible i no fungible –amb especial èmfasi en l'ús eficient del paper i el reciclatge), ús del paper reciclat en la majoria de suports comunicatius i difusió de mesures d'estalvi energètic entre els treballadors.

Difusió de consells ambientals entre els usuaris mitjançant la revista Claror.

La tasca de la comissió va ser mereixedora, l'any 2006, d'un dels deu premis Acció 21 que atorga el Consell Municipal de medi ambient i sostenibilitat de l'Ajuntament de Barcelona.

L'Esportiu de Llinars del Vallès ha estat pioner en incorporar dues calderes de biomassa que produeixen l'energia necessària pel funcionament de tota la instal·lació, evitant així la dependència energètica exterior i utilitzant, en canvi, un combustible econòmic, ecològic i renovable.

Per a la desinfecció d'algunes de les piscines de la Fundació Claror s'utilitzen els raigs ultraviolats que afavoreixen, d'una banda, l'estalvi i millora de la qualitat de l'aigua, i de l'altra, l'eliminació de cloramines, utilitzant per tant, menys productes químics i menys energia per escalfar l'aigua.

Gestió

La Fundació Claror ha acompanyat el seu creixement amb un desenvolupament dels seus sistemes de gestió. Actualment han començat a implantar el sistema EFQM per a millorar la seva **aposta per la qualitat** i l'excel·lència.

Alhora, han disposat de models avançats de gestió de l'estratègia empresarial com el Quadre de Comandament Integral. Per tot plegat i pels resultats aconseguits, el 1999 la Fundació Claror va ser reconeguda per l'Associació de Gestors Esportius de Catalunya amb el premi a l'entitat que havia fet la millor gestió esportiva de l'any a Catalunya.

Des d'un punt de vista de la Responsabilitat Social, cal destacar que el seu model de gestió ha anat integrant objectius i indicadors relacionats, i fins i tot alguns objectius estratègics s'hi refereixen explícitament. Al 2008 van començar a estructurar la política d'RSE per mitjà d'una sessió de treball amb els treballadors per a iniciar el procés d'informació i sensibilització.

Ara per ara, tenen una política comunicativa que incorpora una gran **transparència** que es percep en les informacions contingudes a la memòria anual. Es preveu que properament l'RSE es doti d'una major força comunicativa, aportant dades més específiques dins la memòria anual.

Fundació Claror
Esport · Salut · Cultura ·
Lleure
Sardenya, 337 entl. 2a
08025 Barcelona
Tel 93 476 13 92
fundacio@claror.org
www.claror.cat

Donaire · Solucions integrals per a la llar

Donaire és un establiment comercial dedicat a la protecció solar i la decoració tèxtil de la llar, concretament comercialitzant articles com cortines, persianes i tendals per a la llar. També s'ofereix el servei tècnic d'instal·lació, reparació i manteniment.

L'any passat van decidir fer una reforma de l'establiment per a posar-lo al dia. Al moment de dissenyar com havia de ser la nova botiga van voler tenir en compte altres aspectes a banda del disseny i la funcionalitat: van pensar que havien de tenir en compte el medi ambient i les persones amb dificultats d'accessibilitat.

Aquestes fitxes recullen les Bones Pràctiques de Responsabilitat Social d'empreses i organitzacions amb la intenció d'afavorir un Territori Socialment Responsable al barri de Sagrada Família. Un projecte promogut per l'Associació per a les Nacions Unides amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona.

Més informació a:
www.barrisresponsables.cat

Ecoeficiència

Per això van canviar tota la lluminària per bombetes de baix consum i van habilitat dues zones d'il·luminació amb dues fileres de llums cadascuna de manera que tinguessin un funcionament independent en funció de les necessitats. Així segons l'hora del dia encenen una o diverses de les quatre línies. Aquesta substitució els fa tenir un comportament ambientalment més responsable i, a més, també suposa un estalvi en la despesa elèctrica.



Accessibilitat

Respecte a les persones amb mobilitat reduïda, volien evitar la mala experiència que suposa que una persona amb cadira de rodes no pugui entrar a la botiga. En alguna ocasió, havien vingut dos clients, un dels quals en cadira, i aquest s'havia quedat al carrer esperant que l'altre fes la compra. Van considerar que aquestes situacions calia evitar-les, en primer lloc per respecte a tota la ciutadania, però també des d'un punt de vista del mateix interès comercial i la correcta atenció a la clientela.



Esglaó abans de la reforma.

Tot i que l'esgraó de l'establiment no era excessiu, amb la reforma van decidir eliminar-lo completament, cosa de la qual ara se senten orgullosos i esperen rebre el reconeixement de l'Associació de Veïns com a establiment accessible.

Implicació a la comunitat

La implicació a la comunitat es percep amb altres accions com la col·laboració periòdica amb la Creu Roja, però sobretot cal destacar el compromís amb el teixit comercial del barri, ja que la propietària, Maria Jesús Díaz Peralta, és la presidenta de la Unió de Botiguers de Sant Pau - Gaudí.

Cal ressaltar el valor que tenen aquests compromisos, ja que habitualment passen desapercebuts, mentre que suposen la dedicació altruista de moltes hores fetes al servei del conjunt dels associats. De fet, es tracta



Sense obstacles després de la reforma

d'una tasca de voluntariat com estar a la junta de qualsevol entitat social sense ànim de lucre. Si bé la Unió de Botiguers treballa per la promoció del comerç i per tant defensen els interessos econòmics, cal tenir en compte que la seva activitat incorpora moltes accions socio-culturals amb la finalitat de donar vida al barri, fet que és positiu per a tothom.

La revista que editen des de la Unió de Botiguers acostuma a incloure algunes reflexions i consells sobre temes de sostenibilitat i bones pràctiques, de manera que també fan la seva contribució a fomentar la

responsabilitat social. Ara mateix, preparen un circular informativa per als associats i associades on incorporen un article sobre com el comerç pot contribuir a assolir els objectius de l'Agenda 21 de Barcelona.

Reducció i Gestió de residus d'origen comercial

Promouen la reducció de la utilització indiscriminada de paper, fomentant la comunicació amb clients i proveïdors mitjançant correu electrònic. Aquesta actuació també va lligada a millora de l'atenció comercial com la rapidesa de resposta i gestió de pressupostos, factures, comandes i estalvi econòmic.

Finalment, mostren interès a anar desenvolupant iniciatives de responsabilitat social en el futur, com ara la d'indicar l'origen dels productes que comercialitzen. En aquest sentit destaquen que la gran majoria són fabricats a Catalunya, fet que ajuda a promoure les empreses locals

alhora que evita emissions de CO2 de transport de països llunyans o també limita les possibilitats que hi hagi pràctiques contràries als drets humans en la seva elaboració. Un dels projectes que tenen previst realitzar és dissenyar un pla de comunicació vers els clients per divulgar els beneficis mediambientals que pot reportar disposar d'un bon sistema de tancament i protecció solar a la llar: disminució de l'ús de calefacció amb unes bones persianes que redueixin la fuga de l'escalfor interior, disminució del consum d'aire condicionat a l'estiu (tendals i protecció solar).

Donaire · Solucions integrals per a la llar

Carrer Indústria, 163

08025 Barcelona

Tel 93 435 4686

info@donaire.cat

www.donaire.cat

Accent · Escola de Música · Sagrada Família

Accent · Escola de Música · Sagrada Família és un centre creat al setembre del 2006, emplaçat al barri que li dona nom. L'escola és una societat limitada que actua sota la direcció acadèmica d'Eva Armgol i Carles A.Tort.

A l'origen de l'escola hi ha la inquietud per la manca de cap escola de música al barri i les conseqüències en la formació de la cultura musical. En aquell moment hi ha unes tres corals però cap centre que actuï d'aglutinant a partir de la música. Els promotors de la iniciativa tingueren des de l'inici no solament objectius vinculats a l'activitat econòmica sinó també de desenvolupament de la cultura musical del barri, plantejant-se fins i tot poder esdevenir un eix cultural des de la seva acció musical.

Aquestes fitxes recullen les Bones Pràctiques de Responsabilitat Social d'empreses i organitzacions amb la intenció d'afavorir un Territori Socialment Responsable al barri de Sagrada Família. Un projecte promogut per l'Associació per a les Nacions Unides amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona.
Més informació a:
www.barrisresponsables.cat



Pràctica educativa

Intenten mantenir un esforç pedagògic constant, i per al futur fins i tot volen editar llibres de caràcter didàctic a partir de les habilitats que van desenvolupant. Com a exemple de bona pràctica en l'aprenentatge, els alumnes petits durant el primer any fan una roda d'instruments de manera que prenguin contacte amb diversos i de cara al següent any puguin triar. Aquesta és una pràctica que moltes escoles porten a terme però no hi ha disponibilitat de material expert, com el que des d'Accent han anat elaborant. La seva voluntat serà de poder editar online un material apte per a tothom.

Des de molt petits ja propicien que els alumnes toquin en grup perquè facilita el treball en equip i el contacte entre famílies.

Pràctica socioeducativa

Han desenvolupat també experiència amb alumnes amb necessitats especials, en concret amb superdotats, amb deficients auditius i amb TDH. El seu criteri és el de mai dir que no davant un repte socioeducatiu, no tancar-se i explorar possibilitats de donar-hi una resposta. En aquests casos, se'n fa un seguiment especial i es posa per davant el valor social, de manera que mai les limitacions econòmiques puguin ser un impediment.

Implicació comunitària

Accent forma part de la **Coordinadora d'Entitats**¹ del barri de la Sagrada Família, la qual està formada per una vintena d'entitats i col·lectius sense

1. La Coordinadora pretén ser l'espai d'intercanvi de les diferents inquietuds associatives del barri i es va constituir al final del 2006 després de dos anys d'un procés de reflexió entre les entitats i col·lectius del barri, a partir del qual va sorgir la proposta de crear algun tipus d'estructura que facilités la col·laboració entre ells i que dinamitzés i enfortís el teixit associatiu i social del barri.

ànim de lucre, que realitzen les seves activitats al barri. A través de la Coordinadora també estan vinculats al Pla de Barri.

Ara per ara, per mitjà de la Coordinadora col·laboren a la Festa Major fent-hi una actuació on el professorat de l'escola toca unes peces. Fa un parell d'anys també hi van fer una conferència sobre la música en el temps de Gaudí. Des de fa dos anys organitzen la Cantada Popular de Nades conjuntament amb els Grallers de la Sagrada Família i l'equipament municipal, Espai 210.

La intenció dels promotors d'Accent seria enfortir la dimensió cultural i poder coordinar alguna xarxa cultural de barri. Fins i tot seria possible endegar alguna acció més social, prenent com a exemple la coral amb disminuïts psíquics que hi ha a l'Ateneu Martinenc i amb qui han tingut algun contacte.

Altres col·laboracions que tenen són amb la Jove Orquestra Nacional de Catalunya (JONC) o en uns intercanvis per mitjà del Consolat de França. També han col·laborat amb la Fundació Mas i Mas, de la qual han obtingut entrades gratuïtes per a distribuir-les.

Consideren que les diferents col·laboracions van apareixent com oportunitats que es presenten però no per casualitat, ja que han anat treballant perquè aquestes sorgeixin. En aquest sentit, uns dels passos importants ha estat la tramitació des de començament del 2009 per a ser escola associada a UNESCO.

Compromís laboral

Per a gestionar la qualitat de l'escola procuren que el professorat desenvolupi formació permanent assumint despeses per als professors que els cal.

Accent porta a terme una política de flexibilitat per a facilitar que els professors puguin mantenir les seves activitats de concerts no vinculats a l'escola. La bona pràctica beneficia els professors que són músics en actiu i consisteix a permetre que un dia al mes no vinguin i l'escola assumeix el

cost del substitut. Aquesta pràctica sols es porta a terme quan el professor té un concert, amb l'excepció dels anomenats bolos.

Altres pràctiques socialment responsables

Respecte a altres pràctiques de responsabilitat social, cal dir que en el nou local ja disposen d'una correcta accessibilitat per a persones amb mobilitat reduïda tant a l'entrada com les aules i el lavabo. Pel que fa a aspectes ambientals, no han incorporat criteris ambientals en la gestió de l'escola, però no dubten a projectar la seva tasca editorial només en format electrònic per internet, i tampoc fan ús d'aire condicionat ja que no és prou adequat per a la seva tasca.

ACCENT Escola de Música

Sagrada Família

Carrer Castillejos, 265

08013 Barcelona

Tel 93 456 7792

escolademusica@accent.cat

www.escolademusicaaccent.cat

Projecte RIBERA - Sant Pere

René + que electrodomèstics

Aquesta fitxa de bones pràctiques de responsabilitat social tracta sobre un comerç familiar que ha passat de denominar-se Radio René a René + que electrodomèstics, tota una declaració d'intencions que pretén destacar un seguit de compromisos que han pres i que avui formen part de la seva identitat.

L'any 2009 van redefinir el negoci iniciant una nova trajectòria que els havia de portar a revitalitzar el negoci i alhora adaptar-lo a les inquietuds que personalment professaven vers el medi ambient i la societat.

Aquests han estat anys de greu crisi econòmica, i la venda d'electrodomèstics s'ha vist afectada com tot el sector detallista amb l'afegit de l'impacte directe de la crisi immobiliària. A més, la competència per part de les grans superfícies comercials ha estat difícil de suportar.

Aquestes fitxes recullen les Bones Pràctiques de Responsabilitat Social d'empreses i organitzacions amb la intenció d'afavorir un Territori Socialment Responsable al barri de Sagrada Família. Un projecte promogut per l'Associació per a les Nacions Unides amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona.

Més informació a:
www.barrisresponsables.cat



Enmig d'aquest context, van considerar que un dels factors més importants per poder afrontar les noves realitats comercials era l'aposta per la innovació. I van orientar la seva proactivitat amb l'objectiu de **crear un espai de compra i divulgació de l'eco-eficiència en el sector de l'electrodomèstic**.

Aquest nou posicionament el van voler fer compatible amb el manteniment dels valors tradicionals propis del comerç de proximitat: el tracte diferenciat i personal a la clientela, un servei acurat, l'especialització i l'experiència sectorial dels venedors, un estil que al llarg dels anys els ha permès fidelitzar un públic. També com a part d'aquest estil, han optat per defugir altres models d'agressivitat comercial més fonamentats en guerres de preus o en publicitat enganyosa.

Filosofia i model de negoci

Potser per la manca de referents similars, van batejar aquest concepte de botiga com un **Bio Comerç**. Tot i la centralitat dels temes d'eficiència energètica, el seu model pretén integrar molts conceptes amb una visió holística del món del comerç per crear un espai de compra responsable. Així, els tres conceptes amb què defineixen el model de negoci són: **comerç responsable, eficiència energètica i salut**.

Els orígens

Des de 1943, de pares a fills, s'han dedicat a la fabricació i a la comercialització d'electrodomèstics, preservant en aquests 70 anys el caràcter de comerç tradicional i familiar superant totes les dificultats.



Més informació sobre la seva història a la revista La Radio d'Època n° 69, amb un monogràfic especial www.radiorene.info/p/la-nostra-historia_10.html

Comerç responsable

Més enllà de la selecció de productes que distribueixen, els quals en pocs casos es poden considerar ecològics, el seu sentit holístic comporta altres enfocaments com ara:

- Que es preocupin per la gestió interior del propi establiment, assegurant la responsabilitat en aquelles activitats o productes estructurals que generen algun impacte que puguin estalviar.
- Que transmetin uns valors i uns consells per a minvar l'impacte ambiental en l'ús que la clientela en pot fer:
 - assessorar la clientela perquè pugui realitzar una compra adient a les seves necessitats,
 - divulgar el bon ús i manteniment
 - fomentar la reparació i el reciclatge
 - estar ben informats
 - tractar el client com una persona amb nom propi
 - tenir preus justos
 - escollir els productes que tenim
 - intentar que la gestió de la botiga no malmeti altres recursos...

Eficiència energètica

Un objectiu fonamental és la selecció d'electrodomèstics d'alta eficiència energètica, que redueixin l'impacte ambiental, i no únicament respecte al consum sinó valorant també altres aspectes importants com la qualitat del producte, durabilitat, capacitat de reciclatge, procedència de fabricació, responsabilitat social de l'empresa. Analitzant tots aquests aspectes poden oferir a la clientela la informació necessària per a escollir amb un criteri de consum més responsable.

A mesura que sigui possible, l'objectiu és el d'anar substituint els productes no eficients per d'altres amb millors prestacions: olles tèrmiques de baix consum, electrodomèstics que consumeixin el mínim d'energia possible o que puguin funcionar amb energia solar, com per exemple les

radio solars, o les rentadores i rentavaixelles bitèrmiques, TV amb tecnologia led, que redueixen el seu consum d'una manera notable (divulguen aquests productes al seu bloc: (www.renelectrodomestics.com))

Salut

Són sensibles als efectes que els electrodomèstics poden tenir per a la salut, de manera que aquesta, s'ha convertit en una línia més de treball per a difondre'n un ús més segur. Són conscients de malalties emergents com els afectats de SQM (Síndrome Química Múltiple), els quals requereixen aparells amb baixes radiacions electromagnètiques i fabricats amb determinats components lliures de tòxics. El seu desig és facilitar la feina de recerca.

Reforma de l'establiment

Per ser fidels a aquesta iniciativa, tot aprofitant la necessitat de reformar la botiga, van decidir-se per una reforma sota els criteris de la biohabitabilitat. Per més detall recomanem llegir l'article sobre la reforma publicat a la revista nº 67 que publica l'Associació d'Estudis Geobiològics (GEA) i que també podeu trobar al seu bloc: (<http://www.renelectrodomestics.com/noticies/824/>)

La botiga s'ha obert a la ciutat gràcies a la recuperació de les obertures que l'envolten que permeten que l'irregular espai interior sembli tot ell un aparador. L'ambient interior recupera l'essència original del local que data de 1897 que s'havia alterat al llarg del temps amb reformes puntals sense cap fil conductor. Ara l'espai llueix les seves virtuts: privilegiada ubicació, riquesa de l'espai interior i la dels seus materials nobles: pedra, fusta, cal i ceràmica que estaven amagats sota fals sostres i moquetes. Tots els materials estan acceptats per la bio construcció. Van sol·licitar un estudi de Feng-Shui amb el propòsit d'aconseguir un bon equilibri de tots elements que configuraven la complexa geometria de la planta i afavorir a l'èxit del negoci.

Agenda 21

Fa dos anys van signar el compromís Agenda 21, pel qual van ser premiats l'any 2010. Algunes de les actuacions que han portat a terme s'inscriuen dins els objectius d'aquesta iniciativa:

1- La botiga s'ha reformat amb paràmetres de bioconstrucció, que consideren que és el camí més raonable per preservar la salut i el medi ambient. Han rentat la cara de la botiga i per donar-li més vida han plantat aproximadament 55 testos amb plantes i reg gota a gota, al llarg de la balconada del pis principal. Una petita col·laboració en la biodiversitat. L'idea és anar construint una cortina verda sobre la botiga, combinant construcció i naturalesa, per la salut de la ciutat. (Objectiu 1 agenda 21)



2- Han reformat la botiga alhora que l'Ajuntament reformava el carrer Rec Comtal per transformar aquest sector en una plaça. Destaquen el seu esforç per millorar la imatge exterior de local comercial acollits a les campanyes: Barcelona Posa't Guapa i Persianes Netes. Portem més de 40 anys al barri i la clientela els ho agraeix. (Objectiu 2 agenda 21)

3- Estan treballant per fer una distribució de mercaderies àgil i reduir les nostres emissions. El primer pas ha estat canviar de grup de compres que permetrà convertir la botiga en un aparador, on el client tria el més adient i se li envia directament des de la central del grup, estalviant viatges innecessaris des de la botiga. Aquest objectiu encara està en desenvolupament. La majoria dels clients són al



barri, cosa que permet servir a peu, en carretó o amb una novetat: una bici amb carret. Tenen molts clients que ja hi confien i s'estalvien el desplaçament a la botiga: Augmenta el nombre de compres per telèfon. (Objectiu 3 agenda 21)

4- La bioconstrucció es un model holístic de construcció: no sostenibilitat i salut de les persones van de la ma. L'avançatge de treballar amb productes naturals reverteix en la qualitat de l'aire que es respira a l'interior dels immobles. Recordem que els treballadors passen moltes hores en els llocs de treball i un lloc de treball amb pocs recursos no es pot permetre baixes laborals per culpa de l'entorn inadequat. (Objectiu 4 agenda 21)



5- Energia: La reforma ha contribuït en la millora de l'eficiència energètica, reduint espais tancats i recuperant la relació amb l'exterior, aprofitant la radiació natural. La neteja de tots els revestiments interiors molt degradats ajuden a incrementar la lluminositat del local. La moqueta no ajudava gens. Aquesta neteja

millora considerablement la radiació solar diürna, per la qual cosa durant les hores de sol cal encendre el 50% de la il·luminació interior. El total d'hores s'ha reduït de 2504h/any (313 dies laborals x 8 hores) a 1878h/any (313 dies laborals x 6 hores). L'estalvi aconseguit correspon a 3,83 kW. El nombre de punts s'ha reduït de 116 a 37. Per tractar-se justament d'una botiga d'electrodomèstics tenien certa inquietud per consumir molta energia, per això han optat per una comercialitzadora que treballi únicament amb renovables. Aigua: El consum d'aigua embotellada a la botiga encara continua sent un repte. La intenció és eliminar el consum d'aigua embotellada i substituir-la per consum d'aigua depurada a la mateixa botiga. A l'espai taller tenen previst d'instal·lar una destil·ladora de la marca Aguapur. Altres recursos: Per material d'oficina treballen

amb EcoyMas, una empresa que els dona garanties que els productes que consumeixen provenen d'una preselecció acurada. Tot els productes de neteja son de la Xarxa de Consum Responsable. (Objectiu 5 agenda 21)

6- Disposen d'un espai per la recollida dels electrodomèstics en desús (vells, espatllats, no usats) dels clients. Aquests tenen un segona oportunitat. L'associació Solidança els recull a l'establiment i s'encarrega de reparar-los per vendre'ls a les seves botigues de 2^a mà. Un projecte de doble impacte positiu, el social, tot creant llocs de treball i format a persones en risc d'exclusió, i per l'altra prevenir i valoritzar els residus de RAEE. Mitjançant l'associació intenten que els aparells que podrien acabar en un abocador gaudeixin d'una segona vida útil, en cas de no ser així, els aparells es duen a la planta de valorització,

Electrorecycling, on es fa el tractament adequat del residu, separació, identificació, tractament i recuperació. Per altra banda fan difusió de la campanya Reparar, millor que nou especialment dels tallers de reparació d'aparells elèctrics. També informen d'altres iniciatives impartides per altres associacions que els faciliten informació, com Ecoserveis. (Objectiu 6 agenda 21)

7- Els productes eficients són de major qualitat i indiscutiblement menys econòmics. El seu objectiu és incentivar aquest tipus de compra, per això volen facilitar la despesa econòmica mitjançant compres a terminis sense interessos. Han iniciat col·laboracions amb cooperatives per fer descomptes als seus socis. (Objectiu 7 agenda 21)



Electrorecycling, on es fa el tractament adequat del residu, separació, identificació, tractament i recuperació. Per altra banda fan difusió de la campanya Reparar, millor que nou especialment dels tallers de reparació d'aparells elèctrics. També informen d'altres iniciatives impartides per altres associacions que els faciliten informació, com Ecoserveis. (Objectiu 6 agenda 21)

8- La feina no es redueix a la botiga. Han participat en conferències com la realitzada a Biocultura i a l'Aula Ambiental de la Sagrada Família, amb el



títol: Electrodomèstics, compra responsable, ús i manteniment. Per altra banda fan cursos per aprendre a cuinar de forma eficient i saludable amb l'olla tèrmica HotPan. El nostre bloc vol ser un espai pel comerç responsable. www.renelectrodomestics.com (Objectiu 9 agenda 21)

Compromís amb la comunitat

Els seus compromisos amb la comunitat es concentren bàsicament en la col·laboració en activitats diverses per a fomentar un model de consum d'electrodomèstics més sostenible. Així, la participació en tertúlies, demostracions de productes, fires i altres esdeveniments han esdevingut freqüents. Cal fer referència, també, com a part de la seva responsabilitat envers la societat, al compromís amb la llengua catalana.

Gestió

El pla de treball contempla diferents àmbits:

A-PRODUCTES: cercar nous productes més eficients d'acord als criteris de selecció de productes: durabilitat, origen, consum i servei postvenda

B-BOTIGA: millorar la presentació del producte i la comunicació de la informació

C-GESTIO: millorar la gestió interior de la botiga

D-ALTRES: fer difusió mitjançant tallers, activitats

**René + que
electrodomèstics**

Pg. Lluís Companys, 13

08003 Barcelona

Tel 93 268 21 47

info@renelectrodomestics.com

www.renelectrodomestics.com

Fundació Comtal

Aquesta fitxa de bones pràctiques de responsabilitat social tracta sobre una fundació vinculada fortament al barri de la Ribera de Barcelona, la Fundació Comtal.

Es tracta d'un equip de professionals i voluntaris que treballa des de fa 17 anys amb l'objectiu d'Educar i inserir a infants i joves en risc d'exclusió social.

Al servei d'una missió social i educativa

Més de 28.500 persones han passat per l'entitat en disset anys de funcionament.

De ben segur que per a una part significativa d'aquestes, el pas per la Fundació ha estat un element clau per a poder millorar la qualitat de vida i desenvolupar-se autònomament i amb criteri dins la societat.

I és que l'impacte de la seva activitat és la principal responsabilitat que una entitat com la Fundació Comtal assumeix davant la societat. Un impacte que s'encara a satisfer la missió de la institució.

L'equip humà de la Fundació està integrat per més de trenta professionals contractats i prop d'un centenar de persones voluntàries, a més de la col·laboració d'alumnes en pràctiques. La seva acció rep el suport de diverses empreses, institucions i obres socials.

Aquestes fitxes recullen les Bones Pràctiques de Responsabilitat Social d'empreses i organitzacions amb la intenció d'afavorir un Territori Socialment Responsable al barri de Sagrada Família. Un projecte promogut per l'Associació per a les Nacions Unides amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona.

Més informació a:
www.barrisresponsables.cat



Els orígens

El projecte tingué un primer servei, el Centre Obert Tria, promogut des de l'Associació Juvenil Taula de Joves Comtal (1979), formada per joves alumnes i antics alumnes del col·legi La Salle Comtal

A l'inici, orientat al lleure, es va anar obrint a les necessitats del barri, amb diferents activitats com ara arranjaments de pisos de famílies sense recursos, campanya de recollida d'aliments i joguines, distribució de lots per Nadal, activitats amb joves de la presó de la Trinitat. Arran d'aquest treball, la secció de solidaritat de l'entitat, va decidir, l'any 1994, endinsar-se en un nou projecte amb la intenció d'ampliar la seva col·laboració amb els infants, adolescents i joves del barris que més ho necessitaven.

Al 1999 es crea la fundació, per a ser continuadora de la mateixa línia, amb diversos programes i projectes i situats, prioritàriament, al barri del Casc Antic de Barcelona. Té com a patrons fundadors la mateixa Associació Taula de Joves Comtal i els Germans de La Salle.

La Fundació Comtal és una entitat educativa amb un ideari propi. Les seves arrels s'originen i s'arrelen en el carisma de sant Joan Baptista de La Salle que, al segle XVII, va crear un estil educatiu propi per atendre prioritàriament els més pobres.

La Fundació Comtal es planteja el repte de continuar aquesta missió educativa preferencial, adaptant-la als nostres dies: Els que participen en la missió de l'Institut de la Salle, se senten interpel·lats pels pobres i per les diverses manifestacions de pobresa que viuen molts joves d'avui (D,11). Les seves necessitats urgents ens exigeixen un discerniment i una opció decidida per crear, revisar i diversificar les seves obres educatives (R,11), per tal que el servei dels pobres sigui una prioritat efectiva (R, 40).

Volen contribuir al desenvolupament harmònic de les persones: acoïllida, l'educació integral, la formació en valors, el despertar interès per la veritat, el sentit de la creativitat, la responsabilitat i la solidaritat...

Aquesta missió es concreta en tres aspectes :

- El desenvolupament integral dels nois, noies i joves que estan en una etapa de creixement i formació
- La capacitat per a l'exercici d'activitats professionals i la preparació per al món del treball
- La formació per viure i conviure en democràcia i per participar activament en la vida social i cultural.

Consideren que l'educació és la clau per aconseguir la formació i la inserció sociolaboral d'aquests nens, joves i adults. També pensen que el treball comença tenint cura del propi entorn, per la qual cosa fan feina de proximitat i actuen al propi barri. Estan en un context de gran diversitat cultural: el districte de Ciutat Vella té 106.000 habitants, amb una convivència de més de 70 nacionalitats diferents.

Projecte Construeix-te

Des de fa anys i conjuntament amb entitats del barri, i de tot Barcelona que atenen joves en risc d'exclusió i que es troben no treballen ni tampoc estudien, treballen coordinadament a favor de la inserció laboral d'aquests joves amb especials dificultats.

El prelaboral Construeix-te pretén facilitar les eines necessàries perquè els joves inactius, de 16 a 20 anys, es motivin i desenvolupin les capacitats imprescindibles que els permetin la seva posterior inserció laboral o formativa. Tot això ho fan mitjançant el treball per competències, i la formació en fusteria i pintura.

El projecte es basa en la **metodologia d'aprenentatge** i servei, on es fan activitats per a la formació bàsica, amb un posterior **servei a la comunitat** on es desenvoluparan les tècniques adquirides durant l'etapa d'aprenentatge.

A més a més, s'intenta que aquests joves assoleixin els valors del treball i de l'esforç, i que generin un sentiment de pertinença i compromís amb l'entorn.

Bones pràctiques diverses

Personal. L'equip consta d'unes 35 persones. Intenten dotar de qualitat els llocs de treball, facilitant la flexibilitat laboral i la conciliació de la vida laboral i familiar, i proveint formació per mitjà de tres accions formatives per persona de mitjana (2011). A més, l'entitat disposa d'un manual d'acollida per a facilitar la incorporació del nou personal.

Proveïdors. Tenen en compte criteris de responsabilitat social en la selecció d'alguns proveïdors, en els casos en què aquesta possibilitat és més factible: neteja, reciclatge de tòners, compra de material d'oficina, i serveis fiscals i d'assessorament.

Voluntariat. El voluntariat és força nombrós, i fan un procés de selecció, formalitzen un compromís, disposen d'una persona responsable del voluntariat, fan una acollida inicial i una formació. Darrerament també tenen voluntariat d'empresa, que els ve canalitzat sobretot per la Federació Catalana de Voluntariat Social. Per criteri sempre opten per models de col·laboració que es puguin integrar al seu funcionament normal, defugint operacions de major abast.

Cal fer referència també, com a part de la seva responsabilitat envers la societat, al compromís amb la llengua catalana.

Bon govern: participació interna, planificació, transparència, gestió de qualitat i treball en xarxa

Entre els punts on es pot apreciar millor el bon govern de la Fundació, trobem la participació interna, la transparència, la qualitat i les aliances i col·laboracions. Totes elles, però, s'han de circumscriure al bon govern per part d'un patronat de deu persones que exerceixen les seves funcions amb diligència, de manera proactiva, marcant l'estratègia i ajudant a concretar elements operatius, deixant marge a l'equip tècnic per aportar la seva experiència i coneixements.

Des de la Fundació Comtal entenen per Bones Pràctiques totes aquelles accions correctes de cadascuna de les persones que conformen l'en-

titat i que permeten donar una bona atenció directa, realitzar una gestió òptima dels recursos, i treballar per la transparència i la rendició de comptes.

- Participació interna. Van fer un procés de participació interna amb treballadors, voluntaris, infants i famílies, per a marcar els temes que calia prioritzar. Amb cada grup d'interès es va fer servir una dinàmica diferent (cafè tertúlia amb treballadors, dinàmica de coneixement de l'entorn amb voluntaris, etc.), i una comissió de treball anava identificant les propostes (10). En total hi van participar 200 persones i el resultat va ser el premi BCN Associacions promogut pel Consell Municipal d'Associacions de Barcelona, que els va ser concedit.
- Planificació. La Fundació disposa d'un Pla Estratègic, que van elaborar amb el suport tècnic d'ESADE Alumni. Van tenir en compte diferents grups d'interès com els treballadors, els voluntaris, el patronat i altres actors externs a qui van demanar el punt de vista sobre lideratge i visibilitat.
- La transparència d'una entitat social està vinculada als valors i a la manera de relacionar-se d'aquesta amb la societat. Es tracta que l'entitat es legítimi no sols per l'encert i la utilitat de la seva missió sinó també pels seus resultats i llur qualitat tècnica. Anualment publiquen una memòria d'activitats, en la qual es poden observar dades com l'origen del finançament desglossat per cadascun dels projectes.
- Treballar amb Qualitat no és res més que preocupar-se per oferir un millor servei, establir una metodologia de treball pautada i sistemàtica que tingui en compte tots els processos que intervenen en el bon funcionament de l'entitat i així satisfer les necessitats mostrades pels seus usuaris. La qualitat s'ha plantejat en els darrers anys com un dels reptes a afrontar des de les organitzacions no lucratives per tal de treballar sota paràmetres de millora contínua i assolir un millor funcionament. Des del 2005 estan certificats en ISO 9001:2000 per DNV. A més, fan una aplicació de la Llei Orgànica de Protecció de Dades al màxim nivell.

- Es relacionen cada cop més amb empreses de diferents sectors i des de grans grups fins a petits comerços de proximitat, ja que els consideren actors estratègics per a assolir els objectius. És per això que el seu treball seria inviable sense la participació activa de la xarxa empresarial i comercial.
- I el treball en xarxa també és intens amb altres entitats i organismes públics. Així, la Fundació Comtal és membre de:
 - Fundador del pla comunitari del Casc Antic (PICA)
 - Plataforma ECAS (Entitats Catalanes d'Acció Social)
 - FEDAIA (Federació d'entitats d'atenció a la infància i adolescència)
 - Xarxa d'Inserció Sociolaboral de l'Ajuntament de Barcelona
 - FCVS (Federació Catalana del Voluntariat Social)
 - Consell d'infància de Ciutat Vella
 - Consell Municipal d'Associacions de Barcelona
 - Xarxa de Centres Oberts de Barcelona
 - La Salle Catalunya
 - Xarxa Òmnia (Generalitat de Catalunya)
 - Xarxa d'Entitats Socials d'Església
 - Comissió de pobresa de Justícia i Pau
 - Secretariat Pastoral de la Marginació (Diòcesi de Barcelona)
 - Plataforma d'Entitats Cristianes amb la Immigració
 - Pla d'acollida (Ajuntament de Barcelona)
 - Taula del Tercer Sector Social de Catalunya

Fundació Comtal

Amadeu Vives, 6

08003 Barcelona

93 319 98 55

fax: 93 310 35 73

comtal@comtal.org

www.comtal.org

Projecte GRÀCIA

Fundació de la Federació de la Festa Major de Gràcia

Aquesta fitxa de bones pràctiques de responsabilitat social tracta sobre una entitat sense ànim de lucre i de base federativa situada al barri de Gràcia. Es tracta de la Fundació de la Federació de la Festa Major de Gràcia.

Aquesta organització es va constituir al 2009 com a fundació però és hereva de la Federació d'entitats que havia fet les mateixes funcions en els darrers cinquanta anys.

La Fundació forma part de l'anomenat 'G6', juntament amb unes altres cinc entitats: Lluïsos de Gràcia, Orfeó Gracienc, Colles de Sant Medir, Centre Moral i Instructiu, El Cercle.

Aquestes fitxes recullen les Bones Pràctiques de Responsabilitat Social d'empreses i organitzacions amb la intenció d'afavorir un Territori Socialment Responsable al barri de Sagrada Família. Un projecte promogut per l'Associació per a les Nacions Unides amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona.

Més informació a:
www.barrisresponsables.cat



Activitats

En els darrers temps, les festes de carrer sempre tenen el risc de veure's associades a conductes incíviques. Donat que la festa major i altres esdeveniments festius de Gràcia ja s'havien començat a vincular amb conflicte, alcohol, brutícia, la nova junta de l'entitat va entendre que calia fer un esforç per ressituar el valor del civisme en el centre de la festa, no solament per a evitar conflictes sinó com un valor essencial de l'activitat festiva.

Si la difusió ja és un primer element per a comunicar els valors vinculats a l'esdeveniment, les bases del concurs de cartells de la Festa Major de Gràcia indiquen explícitament que les obres presentades que no fomentin els valors cívics i culturals de la festa seran desqualificades.

Juntament amb el civisme, també s'han volgut promoure altres principis que mostren les noves inquietuds de la societat, com la sostenibilitat en tot allò que sigui possible dins la seva activitat.

Festa sostenible

El concepte de festa més sostenible s'ha centrat en dos vectors: el soroll i l'impacte ambiental. I les mesures concretes han estat principalment:

- Instal·lar aparells de mesura del so a les places per a les actuacions, els quals han estat cedits per l'ajuntament
- Programar les activitats amb un final nocturn raonable (a les 2h) i havent de cobrir les tres franges del dia, facilitant que hi puguin participar infants o gent gran (activitats de matí i de tarda). D'aquesta manera s'ha evitat un turisme d'alcohol, que sols apareixia pel barri a altes hores i que tendia a generar baralles i altres mostres d'incivisme.
- Recollida selectiva durant les festes. Per exemple, les bases del concurs d'engalanament de carrers estableixen que es valorarà el reciclatge dels materials; o també: cadascuna de les sis-centes persones participants en un sopar de carrer tenia a taula les instruccions sobre com portar a terme la recollida final amb criteris ambientals.

El Reglament de guarniments dels carrers i places estableix una categoria especial a la reutilització, que vol reconèixer l'element o conjunt d'elements obtinguts després de treballar o manipular materials que originàriament hagin estat dissenyats per a un altre tipus de finalitat, i que hagin estat utilitzats prèviament pel seu ús original (exemple: ampolles, llaunes, diaris, etc.).

Cal dir que la responsabilitat sobre moltes de les mesures que han volgut emprendre no estaven directament en mans de la Fundació sinó dels organitzadors de cada «carrer», els quals malgrat formar part com a patrons de la Fundació tenen un funcionament autònom. Per això, el mèrit de la Fundació ha estat portar a terme una sensibilització entre tots els organitzadors, valorant que cal tenir en compte el punt de vista dels diferents grups d'interès, començant pels mateixos veïns, i pensant també en els valors socials que la festa directa o **indirectament promou**.

Cohesió social

També cal destacar de la vida festiva que es promou des de la Fundació, la qualitat de vida i els valors intrínsecament cívics que promou. Si bé anys enrere no es valorava tant, avui sabem que fomentar la vida de barri crea lligams que són fonamentals per a la qualitat humana i també enforteixen el capital social o relacional de la comunitat. Així, la festa no és purament un acte lúdic, sinó que és sobretot fer barri, construir un capital relacional bàsic per a la convivència.

A Gràcia es pot veure com persones que s'instal·len al barri troben en la festa un camí per a la integració o socialització, fent possible, a més, espais de trobada intergeneracionals i amb persones de perfils i nivells econòmics molt diversos, tots ells col·laborant, per exemple, en el guarniment d'un carrer.

El compromís amb la llengua catalana també forma part de la normalitat de la Fundació, entenent-lo no solament com un acte de normalitat o d'afirmació sinó com una porta oberta a la integració social dels

nouvinguts, i una garantia de cohesió social. Un exemple d'activitat on la llengua pren el protagonisme seria la fira de productes etiquetats en català a la **Plaça Joanic i al Pla de Salmeron**.

Altres accions

Des de la **Fundació** es promouen altres accions que tenen una intencionalitat nítida pel que fa als valors que pretenen fomentar. Com a exemple, podem **citar una mostra al carrer i una exposició al local social** sobre què fan les ONGD en el marc d'una campanya de conscienciació.

I també hi ha la voluntat **manifesta** de millorar alguns aspectes fins ara no prou abordats com l'accessibilitat a la festa per a persones amb cadira de rodes, per exemple, cas més evident ja que els escenaris situats en carrers estrets sovint limita el pas.

Bon govern

A banda dels valors que intenten promoure, també cal destacar algunes bones pràctiques pel que fa al govern de la Fundació:

- Disposen d'un patronat proactiu, on els membres participen realment, prenen decisions i s'impliquen amb els valors que es volen fomentar. En aquest òrgan de govern hi ha representats els 19 carrers que ara per ara formen part de la Fundació i s'hi integrarà qualsevol nou carrer que hi entri. A més, també hi ha uns altres 11 patrons que són persones rellevants del barri.
- Fan una auditoria voluntària cada any, ja que tenen un pressupost d'aproximadament mig milió d'euros i volen gestionar-lo de manera correcta i transparent.
- Volen funcionar establint vincles de col·laboració amb altres organitzacions, com és el cas del G6, amb aliança amb altres entitats històriques del barri. O també la col·laboració amb entitats

socials, que volen augmentar en el futur, i que fa que per exemple organitzin actes per a les persones grans amb col·laboració amb les entitats socials del barri Casal d' Avis Siracusa i l'ACIDH.

Fundació de la Federació de la Festa Major de Gràcia

C/Igualada,10

08012 Barcelona

93 459 30 80

info@festamajordegracia.cat

www.festamajordegracia.cat



Cafès Novell

Aquesta fitxa de bones pràctiques de responsabilitat social tracta sobre una empresa de cafè ubicada a Vilafranca del Penedès però amb un establiment al barri de Gràcia de Barcelona, el Club del Cafè Novell, de Travessera de Gracia, 333.

El Club del Cafè és un establiment franquiciat on se serveixen, entre altres productes de bar, els cafès responsables que des de fa deu anys han anat perfeccionant perquè tinguin una qualitat òptima alhora que disminueixin els impactes socials i ambientals.

NOVELL

Aquestes fitxes recullen les Bones Pràctiques de Responsabilitat Social d'empreses i organitzacions amb la intenció d'afavorir un Territori Socialment Responsable al barri de Sagrada Família. Un projecte promogut per l'Associació per a les Nacions Unides amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona. Més informació a: www.barrisresponsables.cat



Cafès Novell

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

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

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

Filosofia d'empresa

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

Cafè responsable

El pas cap al cafè 100% responsable s'inicia al 1999 tot i que formalment el pas més rellevant es dona a l'octubre del 2004 amb la certificació UTZ KAPEH i planteja un desenvolupament progressiu fins arribar al 100% del cafè certificat en 10-15 anys

Les motivacions

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

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

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

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

- a. oferir la mateixa qualitat
- b. oferir el mateix preu (assumint la diferència al llarg de la cadena)
- c. oferir una garantia sobre la sostenibilitat (certificació independent)

Quan aquestes condicions es van poder complir van emprendre amb determinació aquesta línia de treball, amb el producte “Cafè Novell Responsable”, després amb la línia “Filosofia Q”, i posteriorment amb cafè è, fins arribar a l’objectiu proper del 100 %.

Fases

L’any 1999 es va iniciar la primera fase del projecte. L’inici es va compondre d’un projecte intern amb l’objectiu d’identificar organitzacions, En aquest moment es van succeir els contactes amb FairTrade, Intermon Oxfam, Setem, Tropical Farm Management, Cofee Kids, RainForest Alliance i Utz Kapeh.

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

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

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

Per aconseguir avançar en els objectius marcats, la resta d’empreses proveïdores amb els quals treballa Cafès Novell s’han de certificar amb Utz Kapeh fins a aconseguir un Cafè responsable 100 %.

Alhora, els ajuntaments, en tant que centres de treball on sol haver-hi màquines expenedores de cafè i que tenen un interès manifest en promoure accions de comerç just també esdevenen un client i un aliat rellevant.

En aquell moment, valorant positivament els passos fets i l'acceptació per part del mercat, van estar disposats a fer un nou salt endavant amb la pretensió de comerciar exclusivament amb cafè certificat en els propers anys. La previsió que estan complint és que aquest procés de certificació total estigui acabat a final del 2013.

Resultats obtinguts

L'aposta pel cafè responsable té un impacte positiu en les comunitats productores, tant a nivell econòmic com social i ambiental. La rellevància de l'aposta de Cafès Novell es percep en el fet que quan al 2007 el 15% de les seves vendes ja eren de cafè responsable, el volum de les vendes pròpies superaven totes les altres juntes a nivell estatal.

Per a l'empresa també ha tingut un resultat satisfactori i el principal valor estratègic és la major satisfacció i confiança per part dels consumidors i consumidores, fet que garanteix un millor posicionament de l'empresa i garanteix millor la seva sostenibilitat i desenvolupament.

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

Comunicació

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

Cal dir que no havien volgut fer comunicació a partir d'aquesta política ja que precisament hi ha hagut una voluntat d'evitar ser valorats pel factor solidari pel fet que podia alterar el seu posicionament basat en la qualitat del producte. En tot cas, en els darrers anys, fruit de l'experiència i sobretot del fet que la seva clientela valorava que aquest atribut responsable no afectava en absolut la qualitat del producte, ja han començat a donar a conèixer aquesta pràctica.

Entre els reconeixements rebuts cal citar:

- Diploma a la Responsabilitat Social en els premis ADEG 2006, atorgats per l'Associació d'Empresaris del Garraf, Alt Penedès i Baix Penedès.
- Placa President Macià 2009: *En reconeixement a la seva implicació i responsabilitat social amb les injustícies originades al sector del cafè i per ser la primera empresa d'àmbit peninsular en obtenir dos segells que acrediten l'elaboració de Cafè Responsable i Comerç Just.*



Club del Cafè Novell

Travessera de Gracia, 333

(Sicília / Sardenya) Barcelona

Cafès Novell, SA

Pol.Ind. Estació de Mercaderies.

C/ Font de l'Avellaner, s/n. CP. 08720

Vilafranca del Penedès (Barcelona)

Cafès Novell www.cafesnovell.com

Altres webs:

Certificació Uts Kapeh

info@festamajordegracia.cat

Fair Trade www.fairtrade.net

Intermon-Oxfam www.intermonoxfam.org

BonPreu

Aquesta fitxa de bones pràctiques de responsabilitat social tracta sobre una empresa de distribució, BonPreu, que disposa d'un establiment de referència al barri de Gràcia, en el qual tenen l'Espai del Consum.

Filosofia d'empresa

La responsabilitat social conforma un enfocament estratègic dins el seu model de gestió, abastant transversalment tota l'empresa: aspectes laborals, ambientals, socials, culturals i econòmics. La importància que el Grup confereix a l'RSE es percep en el fet que, més que un conjunt de bones pràctiques aïllades, conforma una manera d'entendre l'empresa i el model de negoci, impregnant a fons la filosofia directiva i corporativa.

El comportament socialment responsable forma part dels valors i l'estratègia de la companyia, des de la qual s'afirma que "la sostenibilitat garanteix la viabilitat de l'empresa en el futur". El Grup Bon Preu entén la sostenibilitat com el compromís d'integrar les preocupacions i expectatives socials i ambientals dels grups d'interès, com un valor estratègic de l'empresa.



Aquestes fitxes recullen les Bones Pràctiques de Responsabilitat Social d'empreses i organitzacions amb la intenció d'afavorir un Territori Socialment Responsable al barri de Sagrada Família. Un projecte promogut per l'Associació per a les Nacions Unides amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona. Més informació a: www.barrisresponsables.cat



Grup Bon Preu

Empresa catalana de distribució que deu el seu origen a l'activitat comercial que la família Font portava a terme a començament del segle xx en places i mercats.

El Grup disposa de les insígnies Supermercats Bonpreu o Bonpreu Ràpid i els Hipermercats Esclat, a més de les estacions de servei EsclatOil, i està establert en 23 comarques de Catalunya.

El model de sostenibilitat del Grup Bon Preu respon a la voluntat decidida de generar valor per a la pròpia empresa i per a tots els seus grups d'interès; per això orienta els esforços i polítiques a la millora de la relació amb aquests grups i amb la societat en general, sempre sobre la base de creació de valor econòmic, la protecció del medi ambient i l'atenció als clients i a l'equip humà.

Tant la declaració de la seva missió corporativa (*Som una organització catalana de caràcter familiar compromesa amb els ciutadans i amb el seu territori...*), com la seva visió, mostren de manera explícita aquesta filosofia empresarial:

Cerquem la creació de riquesa a curt i llarg termini amb la voluntat d'ajudar al desenvolupament sostenible de l'entorn on portem a terme la nostra activitat, mitjançant l'aplicació de criteris ètics i empresarials.

En qüestió de valors, l'honestedat i confiança constitueixen el compromís de contribuir a un desenvolupament sostenible de la societat:

- *Volem formar part del dia a dia del ciutadà de Catalunya*
- *Som professionals de l'alimentació, però tenim vocació de país*
- *Defensem el perfil ètic i el compromís de la gestió empresarial*

Des d'un punt de vista d'estil directiu, el grup disposa d'una estructura de comandament poc jerarquitzada, fet que afavoreix el diàleg, tant transversal com vertical, amb un estil de direcció participatiu.

Diàleg amb els grups d'interès

El model de gestió de l'RSE descansa en el diàleg amb els grups d'interès identificats: clientela, equip humà, societat, empreses proveïdores i subcontractades, i mitjans de comunicació.

Lluny de tractar-se d'un enfocament formal, l'empresa en fa una gestió activa, establint-hi canals de diàleg i cercant els millors interlocutors per a entomar els seus reptes corporatius. Així, la relació d'entitats i organismes amb els quals manté relacions de diàleg i col·laboració és àmplia.

L'equip humà, la formació i la cultura interna

El creixement experimentat els darrers anys per part de la companyia ha comptat amb la implicació i l'alineació del seu equip humà, el qual és considerat com un actiu estratègic fonamental. Per això, el grup treballa per la creació d'una ocupació estable i de qualitat, el desenvolupament professional, la prevenció de riscos laborals, la conciliació de la vida laboral i personal i la comunicació interna.

Clientela

La clientela i la ciutadania han estat identificades des de sempre com la raó de ser de Bon Preu, i l'orientació cap a les seves necessitats forma part de l'estil empresarial. Aquesta declaració es concreta en una opció per la qualitat dels productes, la transparència informativa, la satisfacció dels seus interessos i inquietuds. El trinomi preu-servei-qualitat guia l'empresa, posant sempre per davant de tot la qualitat, i després provant de posar el millor preu.

L'**atenció a la clientela** és un procés bàsic per al grup i un factor de diferenciació: disposa d'un Servei d'Atenció al Client, amb centre de trucades, atenció on-line i postal, per tal d'escoltar els seus suggeriments i queixes i respondre adequadament els seus dubtes i preguntes.

Com a mostra de **respecte lingüístic**, els empleats es dirigeixen als clients en primer lloc utilitzant el català, en tant que llengua pròpia del país, i posteriorment, en funció de la que faci servir el client, s'hi adaptaran.

El grup vetlla per aconseguir l'**accessibilitat** dels clients a cadascun dels seus establiments, eliminat barreres arquitectòniques tant en l'accés

als comerços com als productes. Algunes de les mesures que es porten a terme en aquest sentit, tant en els establiments que es reformen com en els de nova construcció, són l'ampliació dels passadissos, els pàrquings i els carros de compra, lavabos adaptats a les persones amb minusvalidesa, pàrquings per a gent gran i famílies nombroses i l'eliminació d'escaleres allà on és possible, entre d'altres.

L'*Espai del Consum* és un punt de trobada per als clients de Bonpreu i Esclat on, amb la col·laboració de fabricants d'alimentació i de drogueria-perfumeria es treballa per al consum del futur. Es pretén investigar sobre el consum alimentari, escoltar l'opinió de la clientela, fomentar hàbits de consum saludables, o conèixer millor la cuina autòctona. Per afavorir els hàbits de cuina saludable, també es porta a terme el **Concurs de Cuina Bonpreu-Esclat**, basat en receptes de cuina mediterrània.

Productes i salut

La marca Bonpreu de productes propis va néixer al 2001 i ja disposa de més d'un miler de referències. La qualitat i la salut han estat criteris bàsics, procurant atendre les diverses inquietuds socials. Entre aquestes, tots els productes de la seva marca són lliures de **transgènics** o organismes genèticament modificats.

Productes ecològics: el grup disposa d'una cinquantena d'articles d'agricultura ecològica (cafè, sucre, xocolata, begudes, derivats carnis...) i augmenten l'assortiment de producte fresc ecològic, com la fruita.

Productes de comerç just: des del 1999 el grup està compromès amb en la venda i difusió d'aquests productes, amb la col·laboració de Setem-Catalunya i Intermón-Oxfam. Per tal de millorar-ne la sensibilització, durant el mes de maig se celebra el mes del Comerç Just i se n'incrementa l'assortiment.

Productes sense gluten: per tal de facilitar el procés de compra a les persones celíaques i oferir-los una solució global, des de l'any 2005 el grup ha treballat en la disponibilitat de productes sense gluten, es col·labora amb l'Associació de Celíacs de Catalunya i s'ha signat el pacte

pel celíac i el diabètic, amb la intenció d'homogeneïtzar la informació respecte les seves necessitats.

Productes locals de qualitat: es fomenten els productes de ramaderia regional com el porc d'Osona i una àmplia varietat de marques amb denominació d'origen, denominació d'origen protegida o indicació geogràfica protegida.

Respecte el **foment de la salut**, a banda de selecció de productes i el seu etiquetatge, també s'han dut a terme accions de sensibilització, ja que el grup creu que els aspectes de salut seran cada cop més importants i cal articular missatges i consells cap a la societat. Des de les seves accions es transmeten pautes de comportament, sempre en col·laboració amb organitzacions expertes, com l'Associació Catalana de Dietistes-Nutricionistes o l'Associació Immunitas Vera (Associació d'Al·lèrgics Alimentaris i al Làtex de Catalunya), entre altres.

Bon Preu ha editat els quaderns *Mengem bé*, per a una bona alimentació, que també es poden trobar al seu portal corporatiu, i ha produït una sèrie de programes de TV sobre *Cuina a Bon Preu, i amb nens!*, amb l'objectiu d'apropar la cuina a la canalla i afavorir que puguin participar del seu procés. Ja se n'han emès 90 programes per mitjà de la Xarxa de TV Locals i ha estat el programa més ben valorat de la temporada.

D'altra banda, cal ressaltar l'impacte en el **desenvolupament econòmic i productiu local** del grup, atès que realitza la major part de les seves compres en el territori català, amb un percentatge a l'alça en els tres darrers anys, fins a situar-se el 2007 en el 68,21%. També promou diverses accions en el territori, per tal de substituir compres, béns o serveis habitualment adquirits en altres punts geogràfics.

Etiquetatge

L'etiquetatge dels productes de marca pròpia ha estat objecte de millores constants per transmetre la màxima informació d'interès, mostrant la voluntat de transparència, i facilitant que els consumidors puguin ser autònoms a l'hora d'escollir.

L'any 2004 es va establir un pacte de col·laboració entre l'aleshores Departament de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya

i el Grup Bon Preu, en pro de la millora de l'etiquetatge dels productes alimentaris d'utilitat per a persones celíaques i diabètiques.

L'etiquetatge que Ben Preu incorpora des del 2007 es basa en una proposta realitzada per la CIAA (Confederació Europea d'Indústries d'Alimentació i Begudes), que pretén facilitar la comprensió i ampliar la informació nutricional. La característica principal és que la informació es troba a la part frontal dels envasos, dins d'unes icones que fan referència a un indicador nutricional estretament relacionat amb la salut (calories, sucres, greixos, greixos saturats, fibra alimentària i sal). També s'incorpora un apartat d'al·lèrgens, en el qual es reflecteixen els aliments o components que la legislació marca com a al·lèrgens (ou, soja, llet, gluten...).

Finalment, en tots els etiquetatges apareix el Telèfon d'Atenció al Client, a través del qual els consumidors poden fer consultes, reclamacions o suggeriments. Així mateix, també hi ha indicat el material de l'envàs i el contenidor on s'hauria de dipositar.

Aspectes ambientals

Les qüestions ambientals també tenen una consideració rellevant dins el grup, fins al punt que alguna bona pràctica corporativa ha tingut un caràcter pioner, com va succeir en referència a les bosses de plàstic.

Els consumidors catalans utilitzen cada setmana 10 milions de **bosses de plàstic** d'un sol ús per a transportar les seves compres, amb un resultat de 200.000 tones de residus anuals. Per fer front a l'impacte que generen, algunes cadenes de distribució van valorar possibilitats, però existia el risc de perdre clients si no era una acció conjunta. Tot i així, després d'una campanya del govern al 2006, Bon Preu prengué la iniciativa i llançà la campanya *Millor que una bossa de plàstic*, amb l'objectiu de conscienciar els clients de la necessitat de reduir-ne l'ús, amb gran èxit.

Aquesta campanya es basava a fomentar la reutilització fent ús de caixes de cartró i bosses reutilitzables, entre les quals hi havia un nou format de bossa compostable, totalment biodegradable, o la bossa multifuncional, amb una gran capacitat. A banda de potenciar l'ús d'aquests ele-

ments, la bossa de plàstic de Bon Preu es transforma: més petita i de plàstic transparent, i l'anagrama imprès en una sola tinta (tintes a l'aigua), per generar el mínim de contaminació i reduir el volum de plàstic. També s'ha fomentat l'ús del cabàs o del carret d'anar a comprar, entre d'altres.

A banda d'aquesta bona pràctica, cal dir que el grup disposa d'un **sistema de gestió ambiental**, i té en consideració l'ús de recursos, la gestió de residus i els aspectes vinculats al canvi climàtic (transports, consum energètic, refrigerants). Entre d'altres millores, ha reduït i optimitzat embalatges, ha millorat rutes de transport i ha incrementat el nombre d'instal·lacions fotovoltaïques.

Cal destacar que entre les condicions generals de compra de Bon Preu, que són d'obligat compliment per als **proveïdors**, hi ha: evitar els embolcalls i materials d'embalatge inútils, minimitzar l'embalatge dels productes i potenciar l'ús de materials reutilitzables i/o reciclables. Així mateix, s'obliga a tots els proveïdors a formar part d'Ecoembes com a adherits.

Un altre aspecte a destacar és que el foment de l'ús del carburant **bio-diesel** a través de les benzineres pròpies, ja que causa un menor impacte ambiental. La seva flota de vehicles també en fa servir i cal dir que Bon Preu va ser el primer distribuïdor a sortir al mercat amb aquest carburant al 2005.

La **facturació electrònica** també ha afavorit la reducció de paper, i en poc temps s'ha aconseguit que bona part dels proveïdors facin servir aquest sistema (95% de la facturació, el 2007). Els resultats suposen un estalvi de correus, de paper, de magatzem, de temps, de treball administratiu... Cal destacar que aquest no ha estat un pas senzill per alguns petits proveïdors, els quals poden haver passat de fer la factura a mà a fer-la electrònica.

Comunitat i valors socials

El grup Bon Preu és una empresa plenament arrelada al territori on desenvolupa la seva activitat, Catalunya, i treballa contínuament per establir vincles de cooperació i col·laboració amb els diferents agents del ter-

ritori. També participa en iniciatives empresarials per a fomentar l'RSE, com l'Institut de l'Empresa Familiar.

El grup col·labora activament en el desenvolupament social, cultural, ambiental i econòmic de la societat, a través de la participació i promoció de diverses iniciatives solidàries, ja sigui amb contribucions econòmiques directes o amb l'establiment de convenis de col·laboració amb organitzacions no lucratives. Així, el disposa del Pla de patrocini i acció social. En aquest sentit, hi ha diferents patrocinis que es fan cada any, els quals estan estretament relacionats amb la potenciació de les tradicions i la cultura popular.

Compromís amb la llengua

Una de les bones pràctiques del grup fa referència al compromís amb la llengua pròpia del país, fet que pren cos amb l'etiquetatge dels seus productes exclusivament en català, o amb l'atenció a la clientela, on s'ha codificat que la salutació es fa en català i després es continua amb la llengua del client. Aquesta bona pràctica comercial suposa un exercici d'RSE i comporta que la llengua sigui objecte de capacitació per a aquelles persones nouvingudes que hi tenen dificultats.

El grup Bon Preu ha rebut diversos reconeixements públics pels seus compromisos. Entre d'altres, ha estat guardonat per la Coordinadora d'Associacions per a la Llengua Catalana (CAL) amb el Premi Joan Coromines (2006), per "la seva trajectòria com a empresa activista a favor de la llengua catalana i pel seu compromís amb la cultura de la nostra nació". Així mateix, ha rebut un guardó en l'edició 2007 dels Premis atorgats per l'Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció i Òmnium Cultural, per la potenciació i l'ús que fa del català en l'àmbit empresarial.

Bon Preu
Espai del Consum
C.Sicília, 370-376
(08025) Barcelona
www.bonpreu.cat

