



GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TERRITORI I HABITATGE

Pymes en acción

11 experiencias de éxito en desarrollo sostenible en la Comunidad Valenciana



Índice

	PRÓLOGO Las pymes también son grandes	3
	CAMACHO RECYCLING S.L. en acción: Residuo Cero	4
	EXAGRES S.A. en acción: Eco-eficiencia en nuestras operaciones	6
	FRAVICMA S.L. en acción: Un nuevo concepto de calidad	8
	FRITTA S.L. en acción: Eficiencia ambiental en nuestras operaciones: FRITTA se mueve	10
	GUEROLA ÁRIDOS Y HORMIGONES S.L.U. en acción: Buscando el equilibrio	12
	INSTITUTO DE TECNOLOGÍA CERÁMICA en acción: Capital intelectual para el desarrollo sostenible	14
	KEROS CERÁMICA S.A. en acción: Competitivos en un mercado globalizado	16
	MEDIRIS S.A.L. en acción: Otro modelo de consumo es posible... más sostenible	18
	MICUNA S.L. en acción: Nuestra gestión para el éxito	20
	OBREMO SOLAR S.L. en acción: El sol está de moda	22
	UTE AVE PICASSENT en acción: Efecto cadena, transmitiendo compromisos	24
	Tabla de Indicadores GRI	26

Dilemas del Desarrollo Sostenible



Deterioro ambiental



Seguridad



Afección a la comunidad local



Exclusión Social



Escasez de productividad



Modelos de Consumo



Globalización



Las pymes también son grandes

Esteban González Pons
Conseller de Territori i Habitatge

La necesidad de un desarrollo más sostenible está cambiando significativamente el panorama competitivo de las empresas. La conjunción de los factores económicos, medioambientales y sociales para responder a las demandas de los consumidores exige a las compañías el desempeño de un papel socialmente más activo.

Para responder a estos retos las empresas deben asumir su Responsabilidad Social y desarrollar nuevos recursos, capacidades y actividades que incrementen su ventaja competitiva para lo que necesitan un modelo de empresa sostenible dentro de un nuevo marco de relaciones empresariales, que se aleja de la mera presentación de una cuenta de resultados.

Además, una cultura empresarial basada en valores éticos redundará en la generación de empresas más sólidas y fortalecidas desde el punto de vista de la organización, lo que permite que la empresa sea más competitiva y rentable. Acercar esta visión ética a la vida empresarial forma parte del reto que, necesariamente, deberá ser una realidad en los próximos años. En palabras de Manuel Olivencia, Presidente de la Comisión Redactora del Código Ético de Buen Gobierno de las Sociedades, "La ética es un índice de calidad. Sin ética no puede haber ni valor ni valía de entidades, ni de organizaciones, ni de instituciones públicas o privadas".

El hecho de que los casos más conocidos de Responsabilidad Social Empresarial sean de grandes compañías, obedece al hecho que se trata de firmas con mayor repercusión en todo el mundo y con mejores estrategias de comunicación. Pero ¿qué sucede con las pymes?

Las pequeñas y medianas empresas participan en todos los momentos del proceso productivo como proveedores y como productores de bienes y servicios. Constituyen un elemento generador de crecimiento, de hecho se han constituido en un sector estratégico dentro del tejido empresarial de nuestra comunidad puesto que crean el 85% del empleo total.

Además, frente a las grandes empresas las pymes tienen como ventaja competitiva que desarrollan sus actividades en un ámbito geográfico más reducido y permanecen más centradas en sus mercados locales, por ello tienen un mejor conocimiento de las comunidades y de sus problemas y por ello conocen qué acciones pueden ser más efectivas para enfrentar esos problemas sociales.

"Pymes en acción: 11 experiencias de éxito en desarrollo sostenible en la Comunidad Valenciana" es una publicación de la Conselleria de Territori i Habitatge que se enmarca dentro del Programa Campus Empresarial 2006, programa que se inició el año 2002 y que realiza en colaboración con la Fundación Entorno-BCSD España. El objetivo de esta publicación es difundir el esfuerzo realizado por 11 pymes valencianas de diferentes sectores para integrar políticas de Responsabilidad Social Empresarial en cada una de sus actividades y comunicar sus exitosos resultados, que se pretende tenga un efecto multiplicador para todas las pymes de la Comunidad Valenciana. Aprovecho la ocasión para expresar mi más sincera enhorabuena a estas 11 empresas por el importante esfuerzo realizado en aras de avanzar hacia el modelo de desarrollo sostenible que la Generalitat y la sociedad valenciana deseamos.

Campus Empresarial 2006

Campus Empresarial es una iniciativa de la Dirección General de Calidad Ambiental de la Conselleria de Territori i Habitatge de la Comunidad Valenciana. Su objetivo: ofrecer a profesionales de pymes y autónomos del tejido empresarial valenciano un completo programa de formación en materia de gestión ambiental y responsabilidad social empresarial, ayudándoles a capitalizar la variable ambiental en su negocio para fortalecer y mejorar su competitividad empresarial.

La presente publicación es el resultado de una novedosa iniciativa de Campus Empresarial que combina formación presencial y formación asistida en la propia empresa para la integración de la sostenibilidad dentro de su actividad. El resultado: 11 organizaciones valencianas que han dado un paso hacia delante apostando por un modelo de negocio más sostenible.

Desde 2002, Campus Empresarial ha prestado su servicio a más de 2.500 profesionales valencianos.

www.campusambiental.com

CAMACHO RECYCLING S.L.

en acción >>>

En CAMACHO RECYCLING hemos ampliado y diversificado nuestra actividad contribuyendo al ahorro de materias primas y evitando que los residuos de vidrio se acumulen en vertederos. Somos muy conscientes de la importancia de nuestra actividad y nos esforzamos en transmitir este mensaje a la sociedad.



CAMACHO RECYCLING se dedica a la recogida, transporte y tratamiento de vidrio de origen doméstico e industrial para su posterior uso como materia prima en diversos sectores. La compañía dispone de una planta de reciclaje situada en Caudete (Albacete) y dos almacenes reguladores de vidrio ubicados en Alicante y Murcia.

Empresa: CAMACHO RECYCLING S.L.

Sector: Reciclado de vidrio

Nº Empleados: 45

Facturación: 7.003.553 €

Mercados: Nacional e Internacional (EEUU, Europa, Oriente Medio y Asia)

E-mail: f.camarasa@camachorecycling.com

Población: San Vicente del Raspeig (Alicante)

Tfno: 965 82 63 87

Web: www.camachorecycling.com

Hacia el “residuo cero”

CAMACHO RECYCLING comenzó su actividad en la gestión de residuos de vidrio en los años 60, siendo pioneros en la recogida y reutilización. Hemos ido ampliando y diversificando nuestra actividad, hasta contar en la actualidad con infraestructuras, tecnología y personal cualificado para tratar una cantidad de residuos de vidrio superior a 130.000 t/año lo que supone el 7,4% del vidrio de origen doméstico que se recoge a nivel nacional. El vidrio reciclado se utiliza fundamentalmente en el sector de fabricación de envases, revestimiento vítreo y artesanía (vidrio soplado). Contamos con un proceso de tratamiento optimizado de forma que solamente el 2,7% de los residuos de vidrio que llegan a nuestra planta

El reto

Ante la escasez de recursos y la falta de espacio para la ubicación de vertederos, el reciclaje de residuos se muestra como una actividad imprescindible fomentada a través de políticas europeas y nacionales. En España la tasa de reciclaje de los residuos de envases se encuentra por debajo de la media europea, por lo que en los próximos años se requiere un importante esfuerzo por parte de todos los agentes implicados. Una de las principales barreras es la falta de concienciación de la ciudadanía en lo que se refiere a la separación selectiva.

Dilemas

Colectivos afectados

Sociedad
Empleados
Medios
Administración Pública
Agentes sociales
Clientes
Socios

Respuestas

acaba ocupando espacio en vertederos. Cabe destacar también el ahorro en materia prima y en combustible que supone el reciclaje frente a los consumos asociados a otros métodos de obtención del vidrio.

En CAMACHO RECYCLING buscamos continuamente nuevos nichos de mercado para que los subproductos de nuestra actividad puedan ser valorizados. Así, le hemos encontrado salida a la fracción de plástico del vidrio laminar que procesamos, actualmente utilizado como combustible en la fabricación de cemento. En el caso del residuo KSP, compuesto de vidrio, piedra, porcelana y cerámica, hemos acumulado un total de 936 t durante 2005, a la espera de encontrar un nicho de mercado para este subproducto, con tal de no enviarlo a vertedero, que sería la salida más fácil.

Conscientes de la falta de concienciación entre la ciudadanía, realizamos diversas actividades de educación ambiental para promover la separación selectiva y la cultura del reciclaje entre los más jóvenes. Desde 2004 hasta la actualidad hemos formado a 1.147 alumnos de distintas edades a través de visitas a nuestra planta de reciclaje y de charlas en distintos centros educativos. En colaboración con el Sistema Integrado de Gestión (Ecovidrio), estamos llevando a cabo una campaña de concienciación y formación sobre el reciclaje de vidrio en el sector de la Hostelería (HORECA).

Apostamos firmemente por una mejora continua de la calidad de nuestros procesos y productos, para poder cumplir con las expectativas de todos nuestros clientes. El éxito de nuestro planteamiento se traduce en un elevado índice de satisfacción de cliente.



Protagonistas

“Desde nuestros comienzos conseguimos posicionarnos como una empresa de referencia en el sector del reciclado de vidrio, esforzándonos día a día en contribuir a una gestión sostenible de residuos. Consideramos que con nuestro modelo de negocio, tras el paso de los años, hemos contribuido al desarrollo sostenible garantizando nuestro futuro”.

Fernando Gómez Esteban.

Director Gerente, CAMACHO RECYCLING S.L.



Escasez de espacio en vertederos

67.928 t de residuos a vertedero evitados



Escasez de recursos

Ahorro de 108.969 t de materias primas y 11.805 t de fuel (2005)



Falta de concienciación y políticas insuficientes

1.147 jóvenes formados
 ↑ 22% de la cantidad anual de vidrio recogido, desde 2002 hasta la actualidad



Calidad del vidrio reciclado

Índice de satisfacción del cliente de 4,3 sobre 5

EXAGRES S.A.

en acción >>>>

Nuestra responsabilidad con la comunidad local nos impulsa a re-diseñar nuestro proceso para alcanzar mayores niveles de respeto ambiental.

En este camino, hemos asumido que la eco-eficiencia es un factor que puede mejorar nuestro proceso, reducir nuestros costes de producción y hacer nuestros productos más atractivos para un cliente cada vez más sensibilizado en las cuestiones ambientales.



EXAGRES fabrica cerámica desde la década de los 70. Durante su trayectoria siempre ha ofrecido productos diferenciados y de calidad. Este proceso cristalizó con la certificación ISO 9001-2000 e ISO 14001-1996. En la actualidad cuenta con unas instalaciones de 80.000 m² con plantas de producción de última generación.

Empresa: EXAGRES S.A.

Sector: Cerámico

Nº Empleados: 143

Facturación: No disponible

Mercados: Nacional e Internacional

Población: Betxí (Castellón)

E-mail: exagres@exagres.es

Tfno: 964 623 250

Web: www.exagres.es

Eco-eficiencia en nuestras operaciones

En EXAGRES entendemos que la eco-eficiencia (producir más y mejor, contaminando y consumiendo menos) es un factor clave de competitividad.

Por ello, no sólo tenemos en cuenta los aspectos ambientales a la hora de cumplir la legislación, sino que los consideramos al planificar nuevas inversiones, optimizar nuestro proceso o informar de las características de nuestros productos a los clientes.

Además, nuestra ubicación en el interior del municipio de Betxí nos mueve a ser más cuidadosos con el entorno. Que-

El reto

La sociedad espera cada vez más del sector empresarial. La generación de riqueza y empleo no puede realizarse comprometiendo la calidad del entorno y las condiciones de vida de la comunidad local.

El medio ambiente se configura, por ello, como un factor a tener en cuenta en las relaciones de la empresa con sus partes interesadas. Pero también, como un factor clave de competitividad en un mercado que valora cada vez más las actitudes responsables.

Dilemas

Colectivos afectados

Sociedad
Empleados
Medios
Administración Pública
Agentes sociales
Clientes
Socios

Respuestas

remos que el impulso económico que supone nuestra actividad sea compatible con el respeto al bienestar de la comunidad local.

De hecho, en los últimos años EXAGRES ha invertido 4,7 millones de € en la compra de un horno de nueva generación con el que además de reducir nuestro consumo energético hemos recortado las emisiones de otros contaminantes como el CO₂.

Igualmente, llevamos a cabo de forma continua un análisis de ineficiencias de proceso que nos ha permitido reducir el consumo de materias primas y la generación de residuos. De hecho, reintroduciendo el material de rechazo en el ciclo de producción hemos recortado el consumo de arcilla por tonelada de producto final en más de un 31% respecto a 2004.

Además de esforzarnos en nuestra fábrica, intentamos mejorar la eco-eficiencia del proceso actuando en otros puntos de la cadena de valor de nuestros productos. Por ello, el medio ambiente juega un papel en la relación con nuestros proveedores, a los que no sólo se les exige un cumplimiento de la legislación ambiental sino que se trabaja con ellos para lograr mejoras reales.

Por ejemplo, hemos modificado la forma en la que nuestro proveedor de carbonato de bario nos suministra esta materia prima. De hecho, en vez de recibirla en forma de polvo, lo que daba lugar a la generación de residuos de envase peligrosos, ahora nuestro proveedor nos la surte de forma líquida. Ello ha sido posible gracias a la instalación de una bomba peristáltica en la que la compañía ha invertido 10.000 €. A cambio, hoy no se produce ningún residuo de estas características lo que ha eliminado los costes de gestión relacionados.

Nuestra filosofía de respeto ambiental se transmite igualmente a nuestros empleados, a los que se sensibiliza en el marco del sistema de gestión ambiental. En 2005 impartimos 7 jornadas de formación a las que asistió el 10% de la plantilla.

En EXAGRES cerramos este ciclo de actuaciones ambientales haciendo partícipe de ellas al cliente, y es que el mercado reconoce cada vez más a las empresas que actúan de forma responsable. Nuestras certificaciones ambientales y de calidad forman parte de nuestro argumentario de venta convirtiendo así, al medio ambiente, en un verdadero factor de negocio.



Protagonistas

“La actividad económica y la naturaleza son compatibles y en EXAGRES buscamos el punto de equilibrio asumiendo el reto de innovar en el sector medioambiental fomentando el espíritu empresarial en las tecnologías sostenibles como parte fundamental de nuestra responsabilidad corporativa”.

Mercedes Colón Navarro.
Consejera Delegada, EXAGRES S.A.



Escasez de recursos naturales



Contaminación atmosférica y cambio climático



Generación de residuos



El medio ambiente como factor de negocio

Reintroducción en proceso de 0,193 t material de rechazo / t producto acabado

Disminución respecto a 2004, del 31,25% del consumo de arcilla por tonelada de producto final

Inversión de 4,7 MM € en un horno de mayor eficiencia

Reducción del 100% de residuos peligrosos de envases de plástico contaminado

Inclusión del medio ambiente (certificaciones) en nuestro argumentario de venta

Comunicación a proveedores de la política ambiental y exigencia de requisitos ambientales a los mismos

FRAVICMA S.L.

en acción >>>>

En un contexto de fuerte competitividad entre las empresas del sector, en FRAVICMA apostamos por un nuevo enfoque de calidad basado en las personas, donde la profesionalidad y motivación de nuestros empleados se traduzca en vocación de servicio hacia los clientes, generando su máxima confianza y satisfacción. Así enfocamos nuestro negocio para crecer en el futuro



Nuestra cartera de negocio tiene como eje principal el mantenimiento y la reparación integral del automóvil, el cual acompañamos de otros servicios complementarios que nos demandan nuestros clientes como son el vehículo de cortesía, el lavado integral del automóvil, la entrega y recogida a domicilio de vehículos y la gestión de trámites asociados a la reparación.

Empresa: FRAVICMA S.L.

Sector: Talleres de reparación de vehículos

Ubicación: Castellón

Nº Empleados: 22

Facturación: 1.287.148 €

Mercados: Provincial

E-mail: admon.@fravicma.com

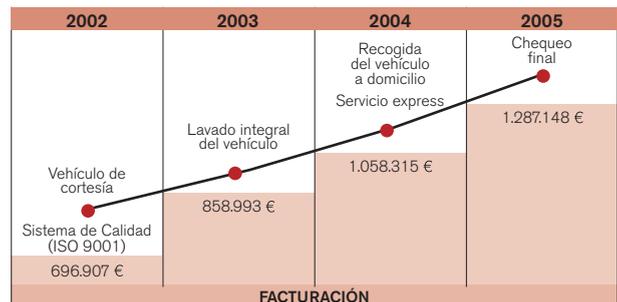
Tfno: 96 434 24 29

Web: www.fravicma.es

Un nuevo concepto de realidad

Crecer pensando en todos

FRAVICMA ha conseguido duplicar su facturación en tan sólo 3 años. ¿Cómo lo han conseguido? ¿Cuál ha sido la clave de su éxito?. La respuesta es clara: crecer pensando en todos: clientes, aseguradoras y también nuestros empleados.



El reto

El sector experimenta en la actualidad una fuerte atomización y competencia entre talleres marquisistas y talleres independientes. FRAVICMA no es ajena a esta situación, constituyendo éste uno de los factores que más influye en su competitividad. Otro factor clave es la demanda de nuevos servicios por clientes y aseguradoras. Y no menos importante es contar con un equipo de profesionales motivado, para garantizar la excelencia en el servicio. En base a la proyección de estos tres factores clave, FRAVICMA enfoca su actividad y se prepara para el futuro.

Dilemas

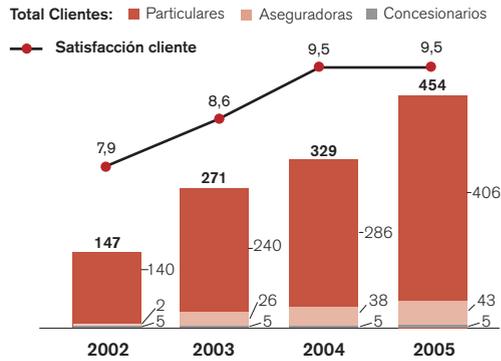
Colectivos afectados

- Sociedad
- Empleados
- Medios
- Administración Pública
- Agentes sociales
- Clientes
- Socios

Respuestas

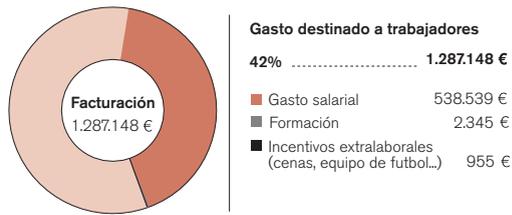
Vocación por el cliente

Nuestro objetivo no es sólo que nuestras reparaciones sean de máxima calidad. En FRAVICMA damos un paso más: queremos hacer la vida más fácil a nuestros clientes. Para ello ponemos a su disposición servicios como la recogida y entrega a domicilio, coche de cortesía, servicio express, entre otros. Este esfuerzo se ha traducido en un incremento importante en nuestra cartera de clientes, triplicándose en los últimos tres años.



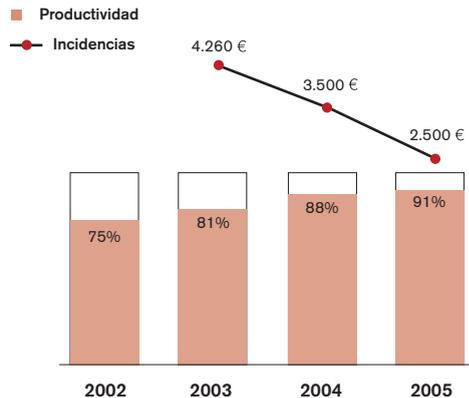
FRAVICMA somos todos

Nuestros empleados son la cara humana de FRAVICMA. Su profesionalidad y motivación constituye una pieza clave para el éxito del negocio. Desde el primer contacto telefónico hasta la entrega del vehículo reparado estamos al servicio del cliente para informarle y ayudarlo.



Mirando al futuro

FRAVICMA ha realizado un importante esfuerzo inversor para seguir mejorando y hacer crecer el negocio. El nuevo centro, situado en el Pol. Ind. 'Ciudad del Transporte', abrirá sus puertas próximamente y absorberá el 90% de la actividad. La nueva sede beneficiará tanto a clientes como a empleados. A clientes, mejorando la imagen de la compañía a través de sus nuevas instalaciones y equipamientos. A empleados, porque contarán con un comedor, parking y flexibilidad en su horario.



Protagonistas



“El esfuerzo, profesionalidad y vocación de servicio del equipo humano de FRAVICMA es la pieza clave para el éxito del negocio y nos permite crecer y proyectarnos en el futuro como una empresa sólida, competitiva y de máxima confianza para clientes y aseguradoras”.

Silverio Marín Julián.
Gerente,
FRAVICMA S.L.



Nuevas expectativas y exigencias de clientes

Incorporación de servicios de valor añadido
Inversión: más de 2,5 MM € en montaje y maquinaria
Facturación duplicada en 3 años
Nº clientes triplicado en 3 años



Necesidad de diferenciación: calidad como factor de negocio

Inclusión de la calidad (certificación ISO 9001) en argumentario de venta



Motivación de empleados

82% de la plantilla con contrato fijo
Gasto salarial: 535.239 € (42% de facturación)
Incremento de la productividad en 16% (2002-2005)
Reducción del gasto de incidencias en 41% (2003-2005)



Capacitación de empleados

200 horas en formación (2005)
2.345 € invertidos en formación (2005)

FRITTA S.L.

en acción >>>

En FRITTA hemos realizado en los últimos años un importante esfuerzo para mejorar la eficiencia ambiental de nuestras operaciones. Para ello, además de implantar un sistema integrado de gestión de calidad, medio ambiente y prevención hemos invertido gran cantidad de recursos para dotarnos de las tecnologías más inocuas para el medio ambiente.



FRITTA es una compañía dedicada a la fabricación y comercialización de fritas, esmaltes y colores cerámicos. Sus instalaciones centrales se ubican en Onda (Castellón), núcleo de la mejor tradición cerámica valenciana. Además la compañía cuenta con delegaciones en: Italia, Brasil, Indonesia, Vietnam y Portugal, así como con oficinas técnicas en Rusia, Marruecos, Argelia y Argentina.

Empresa: FRITTA S.L.

Sector: Fritas, esmaltes y colores cerámicos

Nº Empleados: 200

Facturación: 60 MM €

Mercados: Internacional (América, Asia, Europa y África)

Población: Onda (Castellón)

E-mail: vmnavarro@fritta.com

Tfno: 964 77 76 00

Web: www.fritta.com

Eficiencia ambiental en nuestras operaciones: FRITTA se mueve

FRITTA se mueve, y por ello da respuesta en todo momento a los desafíos que desde el mercado y la sociedad se plantean.

Uno de ellos es la necesidad de respetar el medio ambiente, capítulo en el que hemos actuado incrementando la eficiencia de nuestros procesos en el marco de un sistema de gestión ambiental e inversión constante para dotarnos de tecnologías menos lesivas para el entorno.

El reto

Los recursos naturales y el medio ambiente están dando señales de una severa degradación. Cambio climático, contaminación de aguas, escasez de materias primas son realidades con las que la sociedad y el sector empresarial convivirán de una forma cada vez más patente.

En un marco como éste, mejorar la eficiencia en las operaciones y realizar las actividades desde el respeto al medio ambiente se configura como la mejor estrategia empresarial, no sólo para evitar posibles sanciones sino para mejorar la competitividad y contribuir a la protección de unos recursos indispensables para la actividad económica.

Dilemas

Colectivos afectados

Sociedad
Empleados
Medios
Administración Pública
Agentes sociales
Clientes
Socios

Respuestas

En FRITTA concebimos una gestión ambiental respetuosa no sólo como un imperativo legal sino como una oportunidad de ser más competitivos. Al fin y al cabo, cada gramo de CO₂ que emitimos o cada litro de agua usada que vertemos no son sólo un impacto ambiental sino una ineficiencia en nuestro proceso y un coste económico que podemos subsanar. Por ejemplo, aplicando una buena práctica en la gestión de nuestros lodos de depuradora, hemos ahorrado en 2005 un 37,5% respecto al año anterior de la partida dedicada a este concepto.

Para lograr otros resultados como éste, en los tres últimos años hemos invertido 4.400.000 € en otros conceptos ambientales, entre los cuales destaca la instalación en 2005 de una planta de ósmosis inversa con la que al mejorar la calidad del agua, se ha reducido su consumo en un 5%.

De igual forma, ya contamos con hornos de gas natural de elevada eficiencia energética con los que hemos conseguido mantener

nuestras emisiones de CO₂ por debajo de la asignación concedida en Plan Nacional de Asignación. De hecho, las más de 7.900 toneladas que ahorramos en 2005, estaban valoradas en el mercado de emisiones en esa fecha en más de 170.000 €.

En este esquema cobra especial importancia la formación de nuestros trabajadores. Por ello, en el marco del sistema de gestión integrado de calidad, medio ambiente y prevención implantado realizamos un importante esfuerzo de sensibilización ambiental. En 2005, nuestros trabajadores recibieron un total de 1.474 horas de formación, todas ellas enfocadas a la concienciación y a la prevención.

Por último, en FRITTA estamos comprometidos en trasladar este esquema de respeto ambiental a todas las ubicaciones en las que operamos. Para ello hemos creado planes de adecuación a un proceso de funcionamiento responsable en el resto de nuestras ubicaciones: Brasil, Italia, Portugal, Indonesia y Vietnam.



Protagonistas

“La estrategia empresarial de FRITTA en los últimos años queda perfectamente expresada en su lema “FRITTA se mueve”, que intenta reflejar no sólo una forma de trabajo, sino su constante interés por adaptarse a las demandas de sus grupos de interés, cada día más exigentes, con la empresa y su responsabilidad social corporativa”.

Vicente Luís Roig Colubí.
Director General, FRITTA S.L.



Cambio climático

Ahorro de 7.900t CO₂ en 2005 respecto a la asignación del PNA (valor en el mercado=170.000 €)



Eficiencia en el uso de los recursos hídricos

Inversión en planta de ósmosis inversa de 72.000 €
 ↓ 5% del consumo de agua gracias a la mejora de su calidad



Gestión eficiente de residuos (lodos)

Entrega de lodos a un atomizador, lo que ha reducido costes de gestión respecto a 2004 (↓ 37,5%)



Sensibilización y formación de los trabajadores

1.474 horas de formación a empleados (↑ 32,3% en un año)

GUEROLA ÁRIDOS Y HORMIGONES S.L.U.

en acción >>>

El árido es un material presente en nuestras vidas, necesario para el desarrollo de la comunidad y el bienestar de las personas. Sin embargo, la actividad extractiva provoca un importante rechazo social por su impacto paisajístico, las molestias ocasionadas a las comunidades locales cercanas y la sensación de abandono que se percibe al terminar la vida útil de las canteras. En este contexto, el sector necesita encontrar nuevas fórmulas de negocio, que armonice el interés económico con los retos ambientales y sociales.



Esta empresa de Ontinyent fundada en 1976 tiene como actividad principal la explotación y extracción de áridos para la construcción a través de sus dos canteras. Actualmente está investigando y valorando diversas propuestas para ampliar mercado. Su objetivo más inmediato es producir árido reciclado a partir del tratamiento y valorización de residuos de la construcción.

Empresa: GUEROLA ÁRIDOS Y HORMIGONES S.L.U.

Sector: Extracción de áridos

Nº Empleados: 18

Facturación: 1.602.786 €

Mercados: Intercomarcal

Población: Ontinyent (Valencia)

E-mail: guerola@guerola.es

Tfno: 962 38 14 37

Web: www.guerola.es

Buscando el equilibrio

Nuestro proyecto de futuro, en el que creemos y por el que apostamos plenamente para desarrollar nuestra actividad, abarca tres áreas clave:

1. Ampliando horizontes

La infraestructura utilizada para el desarrollo de nuestra actividad es perfectamente aprovechable para valorizar RCDs, lo que nos permitirá en un futuro próximo diversificar el negocio y abrirnos las puertas al mercado del árido reciclado, sin necesidad de realizar grandes inversiones.

El árido reciclado cuenta con un doble atractivo: económico, dada la escasez de recursos por la demanda regional existente, y ambiental, al prolongar la vida útil de un material y reducir la generación de residuos.

El reto

La empresa, consciente de la repercusión ambiental y las molestias que ocasiona el proceso extractivo en las comunidades más cercanas, unido al auge del sector de la construcción y la consecuente generación de residuos de construcción y demolición (RCDs), se plantea un nuevo reto para buscar una solución a estos dos problemas de forma simultánea. En este contexto, nuestro enfoque de negocio para el futuro pretende generar más riqueza mediante la integración del proceso de extracción de áridos, la valorización de RCDs y la restauración de la cantera.

Dilemas

Colectivos afectados

Sociedad
Empleados
Medios
Administración Pública
Agentes sociales
Clientes
Socios

Respuestas

2. Una forma diferente de hacer las cosas

Para nuestra cantera en activo, la empresa ha apostado por el sistema de explotación descendente, que nos permite desarrollar de forma simultánea los trabajos de explotación y restauración, la cual se llevará a cabo en el futuro con el aporte de RCDs no valorizable.

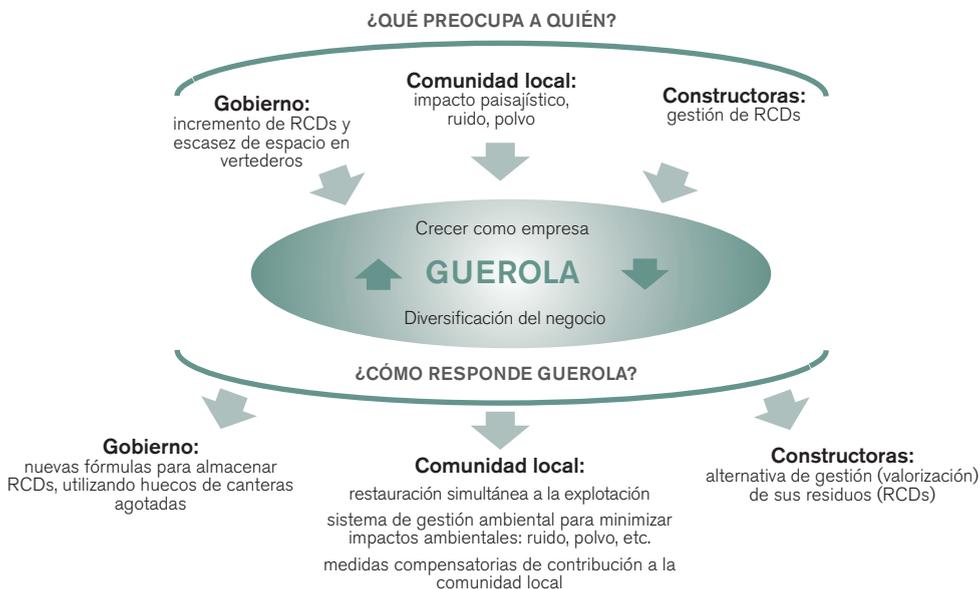
De esta manera, mejoramos la integración en el paisaje de nuestra actividad a la vez que damos un uso alternativo a los RCDs.

3. Alternativa con mucho futuro

Una alternativa interesante para una de nuestras canteras que está próxima a agotarse, es aprovechar el hueco ya creado como depósito controlado de RCDs, ya que su explotación ha sido ascendente y por tanto, sin restauración simultánea.

Esto permitirá prolongar nuestra actividad económica y generar riqueza local, evitando la sensación de abandono por la comunidad local. Al mismo tiempo, proporcionamos una respuesta a las administraciones públicas ante la necesidad de espacios para almacenar de forma controlada los residuos de construcción.

Desde GUEROLA ÁRIDOS Y HORMIGONES creemos que el atractivo de nuestra propuesta va más allá del interés económico, exclusivo para nuestra compañía. Tiene como valor añadido la integración de aspectos sociales y ambientales que constituyen importantes retos para nuestra compañía, la comunidad local, el sector de la construcción y las administraciones públicas. Pero el paso de la teoría a la acción pasa por la renegociación de los planes de restauración de nuestras canteras con la administración pública. Y en ello estamos en el momento presente.



Protagonistas



“La empresa que dirijo como miembro de una comunidad debe comportarse como “un buen ciudadano corporativo”, y además de ser rentable respetar a las personas y al medio ambiente. En otras palabras, las empresas no sólo tienen una función económica, sino una función social y ambiental”.

Francisco Úbeda López.

**Director Adjunto,
GUEROLA ÁRIDOS Y
HORMIGONES S.L.U.**



Rechazo social

Generación de riqueza local:
53% de la facturación



Sensación de abandono al finalizar la explotación

Diversificación de la actividad empresarial:
Apertura al mercado de los áridos reciclados
Nuevo uso de cantera agotada: vertedero de RCDs



Alteración del territorio

Sistema de restauración de cantera simultáneo a la explotación
Sistema de Gestión Ambiental certificado, para minimizar la repercusión ambiental



Gestión de RCDs

Soluciones de gestión de RCDs: valorización, reutilización y depósito controlado

Instituto de Tecnología Cerámica (ITC)

en acción

El "cluster" cerámico español, conformado básicamente por pymes de escasa masa crítica, está posicionado a la cabeza mundial del sector. En los últimos años ha debido realizar un gran esfuerzo para adaptar y ampliar infraestructuras, tecnologías y procesos a fin obtener productos diferenciados. Ahora la clave reside en saber conectar la actividad empresarial con los nuevos valores y estilos de vida de la sociedad.



El Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) es un Instituto mixto concertado, creado gracias al convenio entre la Asociación de Investigación de las Industrias Cerámicas (AICE) y la Universitat Jaume I de Castellón (UJI). Desde hace casi 40 años estudia, investiga, asesora y realiza proyectos de I+D+i colaborando estrechamente con las empresas cerámicas españolas.

Empresa: Instituto de Tecnología Cerámica (ITC)

Sector: I+D+i

Nº Empleados: 135

Facturación: 5.507.101 €. (Volumen de negocio 2005)

Mercados: Sector cerámico y afines

Ubicación: Castellón

E-mail: itc@itc.uji.es

Tfno: 964 34 24 24

Web: www.itc.uji.es

Capital intelectual para el desarrollo sostenible

La creación del Observatorio Cerámico es un hecho desde 2004. La dimensión del actual ITC, extendida a través de las principales redes de conocimiento internacionales, permite disponer de información privilegiada que, en los ámbitos descritos, permite ayudar al sector en la toma de decisiones estratégicas.

Las nuevas necesidades sociales, las corrientes arquitectónicas y estéticas más vanguardistas, unidas a la versatilidad del material cerámico, han desplegado un amplio abanico de productos.

El reto

Ante los nuevos desafíos para la industria española, el ITC inició un periodo de cambio a fin de constituir un sistema de inteligencia capaz de proporcionar nuevos enfoques e información privilegiada que permita al sector anticiparse a escenarios futuros.

En este sentido, se culminó en diciembre de 2005 la fusión de ITC con ALICER creando un único Instituto potente, altamente especializado y eficaz. Esta unión ha permitido la creación de un gran Observatorio Cerámico que además del mercado, abarca estudios relacionados con estilos de vida, corrientes estéticas, tecnología y medio ambiente.

Dilemas

Colectivos afectados

Sociedad
Empleados
Medios
Administración Pública
Agentes sociales
Clientes
Socios

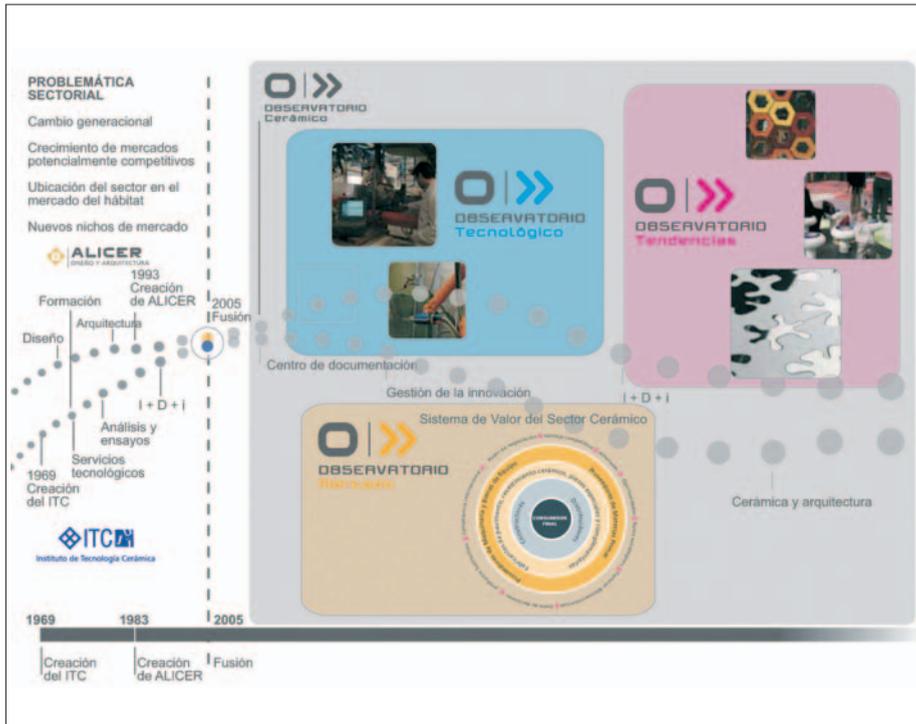
Respuestas

El esfuerzo en I+D+i ha permitido por ejemplo la obtención de baldosas de elevadas características técnicas con elementos integrados como células fotovoltaicas que convierten a la baldosa en generadora de luz en fachadas y barreras de sonido; o sensores capaces de detectar presencia humana y actuar en la apertura y cierre de puertas o apagar y encender las luces.

Se han conseguido asimismo grandes formatos de gres porcelánico autolimpiables, anti-bacterianas y luminiscentes, con caracte-

terísticas técnicas superiores a las de otros materiales que permiten disponer de fachadas ventiladas en edificios bioclimáticos.

Desde ALICER, Área de Diseño y Arquitectura del ITC, se idean productos cerámicos con características anti-deslizantes que ayudan a personas mayores o discapacitadas a tomar una ducha sin riesgo o baldosas que incorporan una señalética en lenguaje braille en revestimientos y pavimentos, a fin de guiar a personas invidentes.



“Junto al sector cerámico español, nos esforzamos cada día en promover acciones destinadas a lograr mayor competitividad de la cerámica como elemento y solución constructiva, concebida y desarrollada con una serie de características y nuevas funciones vinculadas al bienestar universal!”

Carlos Felíu.
Director, ITC



Nuevos desafíos



384.500 € destinados en 2005 a la detección de nuevas necesidades sociales que cubrir a través de la innovación



Esfuerzo inversor para la mejora de procesos y productos



El 18% de nuestra actividad I+D+i se centra en tecnologías ambientales, habiéndose triplicado la inversión en los últimos 3 años



Transferencia de tecnología y gestión del conocimiento



Nuestros asociados (en un 63,5% pymes) disfrutan de la pertenencia a las principales redes de investigación, tecnología y conocimiento



Tendencias y estilos de vida



Nuestra nueva orientación nos permite integrar diseño y tecnología al servicio del bienestar

KEROS CERÁMICA S.A.

en acción >>>

KEROS se esfuerza por dar respuesta a los nuevos desafíos del mercado globalizado. Innovación en nuestros productos, esfuerzo comercial, y motivación y capacitación de nuestros trabajadores es la fórmula con la que la compañía trata de aprovechar las oportunidades y mitigar los riesgos que el nuevo entorno supone.



KEROS Cerámica nació en 1994 con una premisa básica: fabricar azulejos y gres de la máxima calidad y belleza, capaces de figurar en los mercados más exigentes. Desde sus inicios la progresión de la compañía ha sido espectacular y en la actualidad se encuentra entre las firmas líderes del sector.

Empresa: KEROS CERÁMICA S.A.

Sector: Cerámico

Nº Empleados: 170

Facturación: 26 MM €

Mercados: Nacional e internacional

Población: Nules (Castellón)

E-mail: email@keros.com

Tfno: 964 67 30 00

Web: www.keros.com

Competitivos en un mercado globalizado

En KEROS concebimos la globalización como una fuente de nuevas oportunidades y riesgos que debemos gestionar.

Uno de ellos, es la posible entrada de nuevos competidores en escena, si bien un entorno globalizado también puede permitirnos acceder a otros mercados en los que anteriormente no estábamos presentes.

KEROS gestiona estos aspectos invirtiendo en I+D, lo que nos permite fabricar nuevos productos de mayor valor añadido, y realizando una activa labor comercial que transmita estas ventajas a los potenciales clientes.

El reto

La globalización ha impuesto nuevos desafíos a las economías de los países industrializados como España.

La irrupción de nuevas tecnologías, el ascenso de nuevos competidores procedentes de economías emergentes, la posibilidad de acceder a clientes en otras partes del mundo o el temor de la mano de obra local a potenciales procesos de deslocalización son, entre otras, nuevas realidades a las que deben enfrentarse las empresas.

Dilemas

Colectivos afectados

Sociedad
Empleados
Medios
Administración Pública
Agentes sociales
Clientes
Socios

Respuestas

El éxito de este enfoque se ha puesto de manifiesto en el ascenso continuado de nuestra facturación que en 2005 alcanzó los 25,9 millones de €.

Otra de las oportunidades que ofrece la globalización es la posibilidad de externalizar parte de nuestra producción a otros entornos, proceso en el que es tan importante asegurar el respeto a las condiciones de los nuevos trabajadores como garantizar a nuestra actual plantilla que esta expansión no afectará la actividad en España.

De hecho, nuestros planes de expansión futuros reservan nuestra planta española para la fabricación de los productos de mayor valor añadido con lo que los puestos de trabajo actuales se verán conservados.

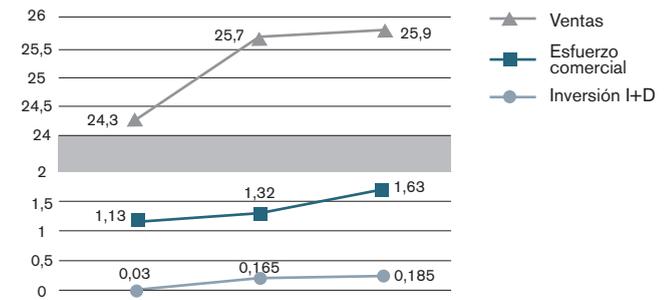
El capítulo laboral supone, precisamente, uno de las áreas en las que KEROS ha trabajado más activamente para incrementar su productividad en este mercado globalizado.

Para ello, además de un importante esfuerzo de capacitación, cada uno de nuestros trabajadores recibió más de 13,8 horas de formación por término medio en 2005, la compañía ha establecido una activa política de beneficios sociales. Entre estos destacan

la concesión de 20 minutos de descanso que se incluyen en la jornada laboral, y la existencia de un complemento que garantiza el pago íntegro del salario de nuestros trabajadores, tanto en los tres primeros días como a partir del vigésimo primero, en caso de incapacidad temporal.

Con ello, hemos logrado un elevado índice de clima laboral que en 2005 se situó en 3,43 en una escala de 0 a 10 en la que 0 equivale a la máxima satisfacción.

Inversión y esfuerzo comercial en Keros (miles de €)



Protagonistas

“La base de la evolución de KEROS Cerámica ha sido mejorar continuamente los procesos, productos, resultados y respeto al entorno (personal, proveedores, clientes, comunidad y sociedad en general). La clave de nuestro éxito es una combinación de un 33% de trabajo, un 33% de ilusión, un 33% de sonrisas y un 1% de suerte que no siempre ha sido necesario”.

Joaquín Emilio Marti.

Gerente, KEROS CERÁMICA S.A.



Aparición de nuevos competidores en otros países



Necesidad de diferenciación



Temor de los empleados a posibles deslocalizaciones



Capacitación de nuestros empleados

Esfuerzo comercial realizado para captar clientes: 1,63 MM € (2005)
Incremento del 6,6% en nuestra facturación (2003-2005)

Más de 380.000 € invertidos en I+D.
32 nuevas series de productos (2003-2005)

Dedicación de la planta de España a la fabricación de los productos de mayor valor añadido (mantenimiento de puestos de trabajo)

Más de 73.000 € invertidos en beneficios sociales (2005)
Media de la encuesta de clima laboral 3,43
Más de 13,8h de formación/ empleado (2005)

MEDIRIS S.A.L.

en acción >>>

Bio-café es la primera iniciativa puesta en marcha por MEDIRIS. Responde al concepto de microcentro y con ella no sólo buscamos inaugurar un servicio de hostelería sino crear un espacio local de integración que, ofreciendo otras actividades a sus clientes, permita satisfacer muchas de las expectativas presentes en la sociedad que el actual modelo de consumo desconoce.



MEDIRIS es fruto de la voluntad de un grupo de profesionales comprometidos con el entorno, cuyo objetivo es trabajar en aquellos ámbitos que permitan una proyección y presencia del comercio justo, la cooperación, la igualdad de oportunidades, la inserción sociolaboral, y el cuidado del medio ambiente, principios básicos de la RSE, que en este caso constituyen nuestra razón de ser.

Empresa: MEDIRIS S.A.L.

Sector: Terciario

Nº Empleados: 7

Facturación: No disponible, si bien se han obtenido beneficios el primer año

Mercados: Local

Población: Valencia

E-mail: iniciativas@redppq.com

Tfno: 963 62 99 88

Web: www.factorias25.com

Otro modelo de consumo es posible... más sostenible

MEDIRIS ubica su microcentro Bio-café en el barrio de Benimaclet caracterizado por su multiculturalidad y por una gran presencia de estudiantes y tejido asociativo local.

Este proyecto nace con una clara vocación de expansión por lo que desde el principio innovación, viabilidad económica y respuesta a problemas sociales han sido criterios básicos en su funcionamiento.

Bio-café no quiere constituir un espacio de ocio y restauración convencional sino un lugar de encuentro e integración

El reto

Los recursos naturales y el medio ambiente están dando señales de una severa degradación. Cambio climático, contaminación de aguas, escasez de materias primas son realidades con las que la sociedad y el sector empresarial convivirán de una forma cada vez más patente.

En un marco como éste, mejorar la eficiencia en las operaciones y realizar las actividades desde el respeto al medio ambiente se configura como la mejor estrategia empresarial, no sólo para evitar posibles sanciones sino para mejorar la competitividad y contribuir a la protección de unos recursos indispensables para la actividad económica.

Dilemas

Colectivos afectados

Sociedad
Empleados
Medios
Administración Pública
Agentes sociales
Clientes
Socios

Respuestas

con nuevas propuestas de imagen, donde nuestros clientes puedan acercarse a la idea del comercio justo, acceder a charlas, tertulias, microconciertos y otras actividades en las que compartir inquietudes.

De hecho, en nuestro primer año de funcionamiento ya hemos celebrado 25 tertulias, tres seminarios de formación universitaria, doce microconciertos, una exposición, cinco sesiones de comisiones expertas de colegios profesionales, actos a los que han asistido 1500 personas.

Esta elevada asistencia permite la transmisión boca-oreja de nuestra experiencia. Con ello, contribuimos a otra de las ideas básicas en el concepto de microcentro, la formación de redes que involucren a consumidores, asociaciones, ONGs y otros agentes interesados que difundan la idea de microcentro y fomenten su réplica en otros lugares. De hecho, ya hemos recibido 19 solicitudes de información de otros grupos desde su apertura. Y por otra vía, hemos mantenido reuniones con representantes de 15 ayuntamientos, para transmitirles las posibilidades que el concepto microcentro puede aportar a espacios de administraciones públicas como cafeterías de centros culturales, ayuntamientos, etc.

La buena acogida del microcentro ha conseguido que, ya en su primer año, haya sido rentable. Además, a esta viabilidad económica habría que añadir el importante valor social que aporta al barrio. No en vano el concepto microcentro está íntimamente ligado a la existencia de diversas problemáticas sociales a las que es preciso dar respuesta. Una de ellas es la existencia de colectivos con dificultad de acceso al empleo, colectivos a los que pertenecen las 6 personas que integran la plantilla de Bio-café (mujeres titulares de familias monoparentales; mayores de 45 años; inmigrantes con dificultades de adaptación, jóvenes).

Protagonistas



“MEDIRIS desarrolla una estrategia empresarial basada en la responsabilidad social corporativa que se manifiesta tanto en su colectivo laboral, como en la interrelación con el entorno social que participa en sus propuestas destinadas a crear un clima de convivencia más rico, diverso, satisfactorio y sostenible.

Los consumidores necesitamos nuevas propuestas; “aún” somos personas, “aún” habitamos barrios, “aún” creemos en los mitos”.

Mª José Marco y José Antonio Martín.

Administradores, MEDIRIS S.A.L.



El modelo de consumo actual no satisface muchas inquietudes



Existencia de colectivos con dificultad de acceso al mercado laboral



Necesidad de canales de difusión para este tipo de iniciativas



Potencial de replicación de la iniciativa

Creación de un microcentro como alternativa de consumo
Atención a más de 100 clientes diarios
Posibilidad de acceder a productos de comercio justo

6 empleados pertenecientes a estos colectivos

Más de 45 eventos celebrados (2005)
1.500 asistentes, transmisores boca-oreja de la iniciativa

19 peticiones de información de grupos profesionales del proyecto
15 reuniones con municipios para la adaptación del proyecto a espacios de las Administraciones Públicas

MICUNA S.L.

en acción >>>

La compra de madera de bosques sostenibles así como la apuesta por la innovación, la calidad y la seguridad son valores añadidos de nuestros productos que nos posicionan como la empresa líder del mercado nacional, y la cuarta empresa europea en la fabricación de cunas y mobiliario para niños.



MICUNA es un grupo de empresas fabricantes de mobiliario, textil y decoración infantil cuyos orígenes se remontan a 1972. La sede está ubicada en el parque natural de la Albufera de Valencia, entorno que ha propiciado que desde los inicios se incorporara la Responsabilidad Social Corporativa como modelo de gestión.

Empresa: MICUNA S.L.

Sector: Puericultura

Nº Empleados: 170

Facturación: 18.800.000 €

Mercados: Nacional e internacional (Europa, África, América Central y del Sur, Oriente Medio, Asia)

Ubicación: Almussafes (Valencia)

E-mail: medioambiente@micuna.com

Tfno: 961 74 25 40

Web: www.micuna.com

Nuestra gestión para el éxito

En MICUNA tenemos el firme compromiso de gestionar nuestras materias primas y los recursos de una forma responsable.

Teniendo en cuenta el grave problema de la tala de árboles a nivel mundial, nos preocupa el origen de la madera que compramos, por lo que el 71% de la madera que se utiliza para la fabricación de cunas proviene de bosques certificados según el sistema PEFC. El 29% restante corresponde a la madera de pino utilizada en nuestra producción, cuyo origen no está actualmente certificado por ningún proveedor. Actualmente estamos diseñando una forma de comunicar a nuestros consumidores el esfuerzo que realizamos al comprar madera de bosques sostenibles.

El reto

Desde MICUNA, como empresa que utiliza los recursos proporcionados por las masas forestales, nos sentimos obligados a gestionar estos recursos de una manera sostenible, siendo fundamental para hacer frente a la amenaza que sufren las masas forestales de nuestro planeta y de esta forma que puedan seguir actuando como "sumideros de carbono" cuando se encuentran en fase de expansión.

Igualmente nos preocupamos por problemáticas sociales actuales, como las que generan los nuevos estilos de vida de las familias españolas así como la creciente demanda de seguridad en el uso de productos infantiles.

Dilemas

Colectivos afectados

Sociedad
Empleados
Medios
Administración Pública
Agentes sociales
Clientes
Socios

Respuestas

Además si comparamos los impactos asociados al ciclo de vida de la madera con el de otros materiales alternativos, la madera presenta una clara ventaja ambiental. Por una parte, los árboles son sumideros de CO₂ y además su obtención y posterior manipulación lleva asociada unas emisiones de gases contaminantes mucho menores a las que se generan con otros materiales. Por cada cuna de haya que fabricamos se estima una absorción de 63 Kg de CO₂. Teniendo en cuenta nuestra producción en 2005, hemos eliminado de la atmósfera aproximadamente 3.018 toneladas de CO₂.

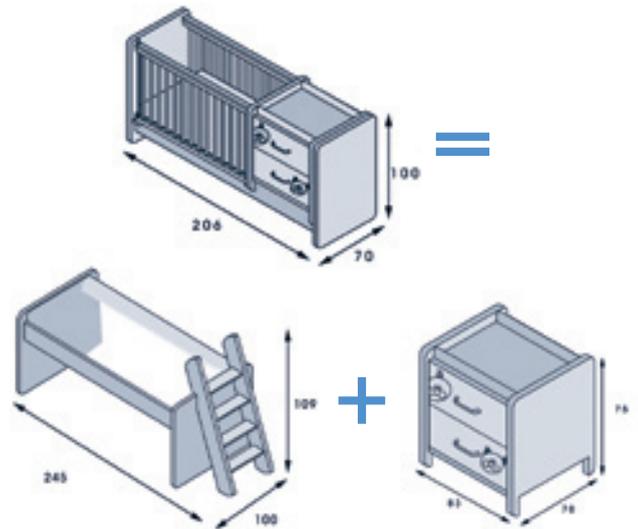
Otro de los problemas que intentamos paliar es la escasez de recursos hídricos, para ello reutilizamos el agua que se utiliza en el proceso productivo. En el año 2005 la cifra de ahorro de agua ascendió a 200.000 litros.

En respuesta a los nuevos estilos de vida, nos esforzamos por ampliar nuestra línea de productos multifuncionales. En la actualidad el porcentaje de productos multifuncionales de nuestro catálogo asciende a 29%.

Hemos sido la primera empresa española del sector en adaptar todos los productos a las normas de seguridad europeas, por lo que

nuestros productos han sido reconocidos por AIDIMA y AITEX con sus respectivos símbolos distintivos de calidad y seguridad.

FIGURA: Cuna multifuncional - Modelo Combidú



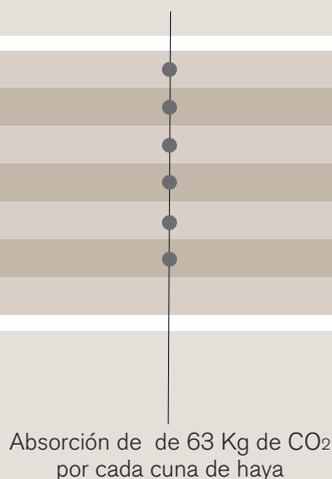
Protagonistas

“Nuestro compromiso con la infancia es el que nos lleva a desarrollar políticas en línea con ofrecer la máxima seguridad, calidad y diseños que aporten unos valores a los niños. Pero este fin, esta misión, no puede darse sin controlar los medios. Haríamos un flaco favor a la sociedad, a los niños y al futuro”.

Francisco García Moreno.
Director Gerente, MICUNA S.L.



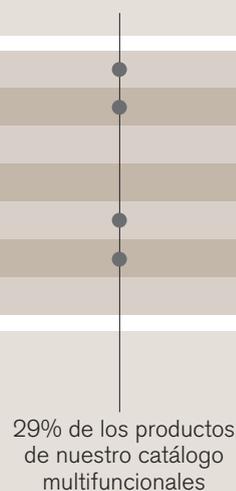
Cambio climático



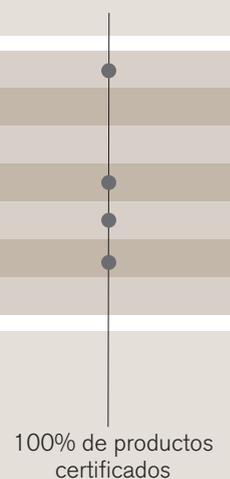
Escasez de recursos forestales y agua



Nuevos estilos de vida



Seguridad durante el uso



OBREMO ENERGÍA SOLAR S.L.

en acción >>>>

El cambio climático, unido a la fuerte dependencia energética que posee España, hace que el aprovechamiento de una energía inagotable, limpia y gratuita como es la solar, se muestre indispensable para evitar las nefastas consecuencias que prevén los científicos.



OBREMO ENERGÍA SOLAR S.L. es una empresa creada recientemente como apuesta personal del Grupo Obremo por las denominadas energías limpias. En concreto, OBREMO ENERGÍA SOLAR se dedica a la realización de instalaciones residenciales e industriales para el aprovechamiento de la energía solar térmica y fotovoltaica.

Empresa: OBREMO ENERGÍA SOLAR S.L.

Sector: Energético

Nº Empleados: 16

Facturación: 2 MM €

Mercados: Nacional

Ubicación: Valencia

E-mail: info@obremosolar.es

Tfno: 96 381 61 67

Web: www.obremosolar.es

El sol está de moda

La cantidad de energía que el sol irradia diariamente sobre la superficie de la Tierra es diez mil veces mayor que la que se consume al día actualmente en todo el planeta. Teniendo en cuenta este dato y sabiendo que si se utilizase toda la energía solar que incide sobre la Comunidad Valenciana se conseguiría anualmente 14 veces la energía que necesita al año la Comunidad, es indiscutible la importancia de aprovechar estas ventajas. Por ello, el Grupo Obremo decidió crear una división de la empresa dedicada exclusivamente a la energía solar.

Desde su creación, OBREMO ENERGÍA SOLAR ha realizado 125 instalaciones residenciales y 5 grandes instala-

El reto

Gracias a los gases de efecto invernadero, la temperatura media de la Tierra ha permanecido relativamente estable a lo largo de muchos millones de años. Pero actualmente, existe un fuerte consenso científico de que el clima global se verá alterado significativamente como resultado del aumento de concentraciones de estos gases.

Ante el cambio de mentalidad que se está produciendo en la sociedad y en las Administraciones Públicas sobre la obtención de la energía y los problemas derivados de la misma, desde OBREMO ENERGÍA SOLAR intentan fomentar el uso de energías limpias.

Dilemas

Colectivos afectados

Sociedad
Empleados
Medios
Administración Pública
Agentes sociales
Clientes
Socios

Respuestas

ciones industriales (tanto de energía solar térmica como fotovoltaica), consiguiendo una potencia superior a 880 KW, que suponen anualmente una 291 toneladas de CO₂ no emitidas a la atmósfera.

Con esta nueva delegación se han creado 16 nuevos puestos de trabajo directos, lo que a su vez ha supuesto un gasto de bienes y servicios bastante considerable. Todos los puestos de trabajo están ocupados por personas altamente cualificadas para el trabajo que desempeñan, para de este modo asegurarse que gracias a sus servicios de estudios de viabilidad, ingeniería, instalación, mantenimiento, asesoramiento financiero-fiscal, y tramitación de documentación con los Organismos Públicos (legalización, alta de instalación y actividad), cubren todas las necesidades de sus clientes.

Durante el escaso tiempo que lleva en funcionamiento, en OBREMO ENERGÍA SOLAR han sido capaces de tramitar para

sus clientes más de 100 subvenciones, llegando a posicionarse entre las empresas que más subvenciones han gestionado en la Comunidad Valenciana.

Asimismo, como ejemplo a destacar, puede decirse que OBREMO ENERGÍA SOLAR ha finalizado la primera planta fotovoltaica de 100 KW con seguimiento solar con la que cuenta actualmente la Comunidad Valenciana. Gracias a esta tecnología innovadora se consigue un incremento de producción de cerca de un 35% frente a los sistemas de instalaciones fijas.

Por último hay que decir que ya que OBREMO ENERGÍA SOLAR S.L. forma parte del Grupo Obremo, frente a sus competidores más directos tienen la posibilidad de ofrecer a sus clientes todas las sinergias existentes con el resto de las empresas del Grupo (como son las instalaciones de gas natural, calefacciones, delegaciones en el resto de España, etc.).



Protagonistas

“En el Grupo Obremo, conscientes de la relevancia de temas como el cambio climático o la dependencia energética, consideramos de vital importancia introducirnos en el sector de las energías alternativas (especialmente la energía solar) para poder seguir proporcionando satisfacción a nuestros clientes, a la sociedad y al medio ambiente en general”.

Pía Carnicer Andrés.

Equipo Directivo, OBREMO ENERGÍA SOLAR S.L.


Cambio climático y
Energía

880 KW instalados con
energías renovables


Oportunidades
de negocio

Facturación prevista para
2006: 2MM € (incremento
del 80% respecto a 2005)


Cumplimiento de acuerdos
internacionales

Ahorro previsto para 2006:
291 t de CO₂


Precios de la energía y
dependencia energética

Tramitación de más de 100
subvenciones a proyectos
104.274 € en subvenciones
(2005)

UTE AVE PICASSENT

en acción >>>

Las políticas de contratación pública se han convertido en poderosos instrumentos para la promoción de prácticas empresariales sostenibles. Este hecho, aderezado con el cumplimiento de las exigencias legales, está premiando a aquellas compañías capaces de asegurar el cumplimiento de altos estándares ambientales y sociales, tanto en su propia actividad como en la de sus colaboradores.



Las empresas COPCISA, S.A. y CHM, S.A., constituidas en la unión temporal de empresas UTE AVE PICASSENT en los porcentajes 60%-40%, están ejecutando las obras de plataforma de nuevo acceso ferroviario de alta velocidad de Levante en el tramo Picassent-Alcacer (Longitud total: 7.897 m).

Empresa: UTE AVE PICASSENT

Sector: Construcción

Nº Empleados: 19

Facturación: 50.382 MM € de presupuesto inicial

Mercados: Local

E-mail: uteavepicassent@yahoo.es

Tfno: 96 124 17 04

Web: No disponible

Efecto cadena, transmitiendo compromisos

Anticiparse a las inquietudes sociales que formarán parte de las reglas de mercado es la clave para la permanencia de cualquier compañía. En este sentido, los agentes sociales llevan mucho tiempo presionando a los gobiernos para alcanzar un cambio legislativo. Inquietud que poco a poco se va trasladando también al mundo de los negocios.

Desde COPCISA, S.A. y CHM, S.A. lo hemos entendido. Las nuevas reglas exigen la adaptación de todos y principalmente de nuestros colaboradores, ya que de ellos depende que seamos capaces de cumplir los compromisos adquiridos. Esto requiere unas medidas de selección inicial que evalúan parámetros sociales, económicos y técnicos, requisitos que

El reto

Los gobiernos están jugando un papel importante en la promoción de prácticas empresariales responsables, y no sólo a través de la regulación. Las políticas de oferta pública basadas en criterios sostenibles están marcando las pautas de actuación en el mercado.

Este hecho está promoviendo la mejora del conjunto del tejido empresarial ya que los requisitos de contratación deben ser transmitidos a lo largo de toda la cadena de valor: socios, proveedores y subcontratas. En España, donde más del 90% de las organizaciones son pymes, este tipo de iniciativas son vitales para la promoción de una competitividad empresarial soportada en estándares ambientales y sociales avanzados.

Dilemas

Colectivos afectados

Sociedad
Empleados
Medios
Administración Pública
Agentes sociales
Clientes
Socios

Respuestas

continúan exigiéndose durante la ejecución a través de un exhaustivo seguimiento.

En ninguna de estas medidas escatimamos esfuerzos. El 18% del personal en plantilla está destinado a trabajos de control, sensibilización y capacitación en calidad, medio ambiente y seguridad laboral. Estos recursos, junto con los costes de equipamiento y medición suponen un poco mas del 3,5% del presupuesto inicial, ascendiendo aproximadamente a 1.900.000 €. En el área de protección ambiental, hasta la fecha el gasto ha supuesto 190.000 €, cifra que se incrementará exponencialmente al comenzar con la regeneración de taludes, préstamos y adecuaciones de fauna. Si hablamos de seguridad laboral, la cuantía destinada hasta el momento ronda los 600.000 €, y continuará ascendiendo en función de las necesidades.

La rigurosidad de todo el proceso de control nos ha permitido alcanzar resultados altamente satisfactorios en cuanto a los índices de siniestralidad, muy alejados de la media sectorial. Asimismo no hemos tenido ninguna incidencia de carácter ambiental. Estos resultados adquieren especial relevancia si los trabajadores son en su mayoría personal subcontratado, circunstancia que en nuestro caso se acerca al 75%.

Además, tenemos la satisfacción de haber comprobado cómo la mayoría de las empresas con las que trabajamos (70% pymes) han conseguido grandes avances en la integración de los factores sociales y ambientales en su gestión diaria, logro que, por otra parte, están utilizando como carta de presentación para dar continuidad a su negocio.

MECANISMOS PARA LA TRANSMISIÓN DE VALORES		ADIF	UTE	CADENA DE SUMINISTRO
1. EXIGENCIAS	DÍA Condiciones laborales y otras consideraciones sociales Condiciones económicas	---	▶	
	PROVEEDORES Características técnicas Certificaciones de producto Condiciones económicas Histórico Políticas sociales		---	▶
2. SELECCIÓN	SUBCONTRATAS Plan de seguridad Cumplimiento del DIA en lo que les afecte Licencias y acreditaciones Histórico Condiciones económicas Capacidad técnica Otras políticas sociales		---	▶
	Control del cumplimiento legal	---	---	▶
3. AUTORIZACIÓN DE CONTRATACIÓN	Control del cumplimiento legal	---	---	▶
4. CONTROL DE SEGUIMIENTO	Cumplimiento legal Plan de seguridad Comportamiento ambiental Condiciones laborales Capacitación		---	▶



Protagonistas



“Ya es una realidad. Los paradigmas del desarrollo sostenible han impuesto nuevas reglas de mercado. En este sentido, disponer de las capacidades necesarias para la vigilancia del cumplimiento de los compromisos adquiridos es clave para ser competitivo”.

Oscar Aymerich.
Gerente, UTE AVE PICASSENT



Extensión de la responsabilidad



Impacto ambiental en obras



Condiciones de seguridad de trabajadores



Mejora de la competitividad de la pyme

La gestión de calidad, medio ambiente y seguridad suponen un gasto cercano a 2 millones de €

Certificación ISO 14001
Ninguna incidencia ambiental hasta la fecha

Índices muy por debajo de la media sectorial:
IF: un 41% inferior
IG: un 78% inferior

Trabajar con nosotros se transforma en carta de presentación

Tabla de indicadores GRI

Global Reporting Initiative (GRI) es una institución independiente cuya misión es desarrollar y difundir un marco global común para el desarrollo de memorias de sostenibilidad, herramienta por excelencia de comunicación del desempeño económico, ambiental y social de las organizaciones. GRI es un centro oficial de colaboración del Programa para el Medio Ambiente de Naciones Unidas y trabaja estrechamente con Global Compact. Más información en www.globalreporting.org.

Nombres de las empresas

- | | | |
|---------------------------|---------------------------------------|-----------------------|
| 1. CAMACHO RECYCLING S.L. | 5. GUEROLA ÁRIDOS Y HORMIGONES S.L.U. | 9. MICUNA S.L. |
| 2. EXAGRES S.A. | 6. INSTITUTO DE TECNOLOGÍA CERÁMICA | 10. OBREMO SOLAR S.L. |
| 3. FRAVICMA S.L. | 7. KEROS CERÁMICA S.A. | 11. UTE AVE PICASSENT |
| 4. FRITTA S.L. | 8. MEDIRIS S.A.L. | |

Indicadores GRI	Empresa										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.1 Declaración del máximo responsable de la organización	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.1 Nombre de la organización	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.3 Estructura operativa de la organización				✓							✓
2.4 Localización de la sede principal de la organización	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.5 Número de países en los que opera la organización	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.7 Mercados servidos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.8 Dimensiones de la organización informante	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución											✓
4.13 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente						✓					
4.14 Relación de grupos de interés	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés						✓					
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés							✓				✓
EC1 Valor económico directo generado y distribuido			✓							✓	
EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos		✓	✓		✓						✓

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
EN1 Materiales utilizados	✓	✓									
EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	✓	✓			✓						
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia				✓						✓	
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables						✓			✓	✓	
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas	✓										
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua				✓							
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada									✓		
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	✓			✓							
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento		✓	✓								
EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental											✓
EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales		✓		✓		✓	✓				✓
LA1 Desglose del colectivo de trabajadores			✓								✓
LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región								✓			
LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa			✓				✓				
LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo											✓
LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado		✓	✓	✓			✓				
SO1 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades	✓	✓						✓			
PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes						✓			✓		
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	✓		✓								
Enfoque de gestión		✓	✓		✓				✓		✓
Formación y la sensibilización relativos a aspectos ambientales	✓	✓									

IMPORTANTE: Esta correspondencia con Indicadores G3 en ocasiones no cubre la totalidad del requisito GRI. En estos casos se deberá justificar la ausencia de información así como las diferencias en los métodos de cálculo de los indicadores.

Guía enmarcada en la iniciativa

Campus empresarial 2006



Con el apoyo de:



Elaborado por:



Fundación Entorno-Consejo Empresarial Español para
el Desarrollo Sostenible
C/ Monte Esquinza, 30 – 6º dcha. 28010 Madrid



Mediante este documento se pretende divulgar el esfuerzo realizado por pymes valencianas en la integración de la sostenibilidad dentro de su actividad y comunicar los resultados obtenidos.

La publicación de estos ejemplos de éxito tiene como objetivo servir de referente a otras pymes valencianas que creen que la comunicación de la sostenibilidad aporta valor a su empresa y la potencia al liderazgo empresarial.