

# Plan de Comunicación Integral

Anexos



## ÍNDICE

ANEXO I.- GLOSARIO .....	3
ANEXO II.- MANUAL DE ESTILO.....	5
ANEXO III.- CAMPAÑA DE PUBLICIDAD .....	31
ANEXO IV.- BLOG CORPORATIVO.....	38
ANEXO V.- REDISEÑO PÁGINA WEB .....	43
ANEXO VI.- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	50
ANEXO VII.- ENTREVISTAS GRUPO SIFU.....	90

## ANEXO I.- GLOSARIO

**Analítica web:** el servicio más conocido y popularmente más utilizado por su facilidad y penetración en el mercado web es *Google Analytics* es un servicio gratuito de estadísticas de sitios web. Ofrece información agrupada según los intereses de tres tipos distintos de personas involucradas en el funcionamiento de una página: ejecutivos, técnicos de marketing y *webmasters*.

**Aplicaciones multimedia:** existen aplicaciones multimedia que tienen un carácter social. Las principales son *YouTube*, *Flickr* y *SlideShare* para vídeo, fotografías y presentaciones, respectivamente.

**Blog:** es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. Los proveedores más conocidos de este servicio son *Blogger* o *Wordpress*.

**Marcadores sociales:** los marcadores sociales son una forma de almacenar, clasificar y compartir enlaces en Internet o en una Intranet. *Digg* es el líder de noticias publicadas por usuarios a través de un sistema de *tags* que enlazan información hacia su lugar de destino y generan SEO en la página web y SMO de la marca. Para el mercado español es más conocido Menéame. *Delicious* es una buena herramienta de comunicación interna a través de un sistema de *tags* compartidos entre empleados.

**Nanoblogging:** es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves (alrededor de 140 caracteres), generalmente sólo de texto. Surgen como evolución de los *blogs* aunque también tiene características de red social. La plataforma más conocida es *Twitter*. Para objetivos de comunicación interna existe *Yammer*.

**Redes sociales:** un servicio de red social se centra en la construcción y la verificación de las redes sociales online para las comunidades de personas que comparten intereses y actividades, o que están interesados en explorar los intereses y las actividades de otros, y que requiere el uso de software. La mayoría de los servicios están principalmente basados en la web y ofrecen una colección de diversas vías para que los usuarios puedan interactuar, como el chat, mensajería, correo electrónico, videoconferencia, chat de voz, el uso compartido de archivos, blogs, grupos de discusión, tienda virtual, etc. Los diferentes grupos o páginas en redes permiten enlazar elementos de *branding*, crear foros de discusión, insertar información de nuestra web, del sector, eventos, y ayuda al SEO porque es indexada por buscadores. Puede gestionarse mediante RSS o aplicaciones como *Hootsuite* o *TweetDeck*. Puede existir muchas clasificaciones pero principalmente se realizarán dos clasificaciones principales:

personales o profesionales y generalistas o verticales. Algunos servicios de red social son: *Facebook, Tuenti, LinkedIn, Xing, Viadeo*.

**SEM (Search Engine Marketing):** son anuncios en buscadores con las palabras consideradas clave para la página web y que aparecen en zonas destacadas cuando se realiza una búsqueda (arriba o derecha) según el comportamiento de lectura de los usuarios en Internet.

**SEO: (Search Engine Optimization):** acrónimo anglosajón que significa optimización del proceso de posicionamiento en buscadores. Es el resultado de la recuperación de información en la base de datos de los grandes motores de búsqueda de Internet, como *Google* y se trata de descifrar los algoritmos de búsqueda en el software para conseguir mejores posiciones en el ranking de búsqueda.

**SMO (Social Media Optimization):** acrónimo anglosajón que significa optimización de los medios sociales. Es un término de marketing que hace referencia a la estrategia y conjunto de acciones llevadas a cabo en redes sociales y comunidades online con una finalidad publicitaria o comercial.

**Sindicación de contenidos (RSS):** es un medio de redifusión de contenido web, a través de *feeds*. Se utiliza para suministrar información actualizada frecuentemente a sus suscriptores. La filosofía está en controlar desde una misma interface las actualizaciones de sitios web sin tener que visitar uno por uno. Uno de los programas más utilizados es *Google Reader*.

**Wiki:** es un sitio web cuyas páginas web pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web. El portal más conocido y de mayor presencia es *Wikipedia*.

## ANEXO II.- MANUAL DE ESTILO

### Objetivo

En este manual de estilo, Grupo SIFU establece las pautas para su comunicación, tanto interna como externa, unificando criterios de redacción, presentación, calidad e imagen en todos sus documentos. Asimismo, formaliza algunas pautas básicas de identidad visual que deberán ser tomadas en cuenta en todas las comunicaciones.

Se espera que este manual reciba un uso cotidiano, sea ampliamente difundido y sea considerado como un documento fundamental para las comunicaciones de Grupo SIFU. Se debe promover el conocimiento y uso del mismo entre todas las personas que están relacionadas con cualquier proyecto interno o externo de comunicación del grupo.

### 1. Filosofía

#### 1.1. ¿Qué es grupo SIFU?

Grupo SIFU (Servicios Integrales de Fincas Urbanas) es un conjunto de Centros Especiales de Empleo (CEE) con 17 años de experiencia en la inserción laboral y social de personas con discapacidad física, psíquica, mental o sensorial.

Como CEE ha contribuido a la inserción laboral y social de 10.000 personas con algún tipo de discapacidad desde que inició su actividad.

Está presente prácticamente en la totalidad del territorio español, posicionándose como uno de los CEE más importantes.

#### 1.2. Misión y visión

La misión de Grupo SIFU es la integración laboral de las personas con discapacidad, a través de un trabajo adaptado al perfil y las necesidades de cada uno, poniendo especial interés en la inserción cultural, social y deportiva de sus profesionales.

Su visión es convertirse en el líder de la integración socio-laboral de las personas con discapacidad.

#### 1.3. Valores

La variedad de funciones, la permanente incorporación de nuevos profesionales y la fuerte expansión que el grupo experimenta en todos los órdenes, son fruto de la existencia de unos valores que rigen y motivan el trabajo diario de la organización:

- *Desarrollo personal*

Como organización diversa y compuesta de personas con distintas capacidades, todo profesional del Grupo SIFU está orientado al desarrollo personal y laboral, preocupándose de la formación continuada y de los ajustes personales y sociales que se necesiten.

- *Orientación al cliente*

El trabajo del Grupo SIFU se encamina a satisfacer las necesidades de sus clientes, siendo los profesionales que forman parte de su organización sus clientes más importantes.

- *Actitud*

El principio básico de actuación en la organización se rige por el optimismo, la predisposición adecuada y la cooperación entre todos los colaboradores, tanto internos como externos.

- *Aptitud*

La característica principal de un Centro Especial de Empleo es la convivencia constante con un entorno cambiante, por ello todos los profesionales de la organización son capaces de adaptarse a los cambios y ser flexibles con su entorno y sus compañeros.

- *Beneficio económico*

Todos los profesionales del Grupo SIFU se mueven por la voluntad de crecer y mejorar con la organización, traduciéndose todo su trabajo en un beneficio económico colectivo.

- *Respeto*

Es el principio por el cual todos los profesionales y la organización en sí misma, reconocen su respeto a los demás y al entorno medioambiental en el cual subsisten.

- *Confidencialidad*

El tratamiento sobre cualquier tipo de información por parte de todos los profesionales que prestan sus servicios en el Grupo SIFU, se realiza siempre garantizando la confidencialidad. La capacidad de discreción, privacidad y anonimato forman parte del quehacer diario de todos los profesionales de la organización.

- *Responsabilidad*

Todo profesional hace lo que le corresponde de la mejor manera posible, buscando siempre el beneficio colectivo, a la vez que asume las consecuencias de su trabajo diario con la máxima transparencia.

#### 1.4. Servicios

Grupo SIFU, al igual que el resto de los CEE, desarrolla diversas actividades, consolidando una amplia oferta de servicios agrupados en las siguientes divisiones:

Servicios de personal: Limpieza, instalaciones, conserjería y portería, garajes y gasolineras, recepción, manipulados y *outsourcing*.

*Servicios de suministros*

*Servicios de diseño*

*Servicios de gestión inmobiliaria*

*Servicios de formación*

*Servicios de transporte*



Servicios de formación



Servicios de suministros



Servicios de diseño

### 1.5. Características del servicio

- *Calidad*

Grupo SIFU basa su estrategia en un sistema de aseguramiento de calidad ISO 9001:2000, que garantiza una gestión de los recursos adecuada para lograr el máximo cumplimiento de las especificaciones de sus servicios.

- *Servicio integral*

Grupo SIFU se encarga de todo el proceso necesario para poder realizar el servicio mediante la contratación y selección del personal, el material necesario para el desarrollo del mismo y los uniformes.

- *Servicio personalizado*

Cuando un cliente potencial se pone en contacto, se estudia el caso detalladamente para encontrar la mejor solución. Se busca siempre el personal más adecuado para cada lugar de trabajo y la mejor manera de llevarlo a cabo.

## 2. Marca

### 2.1. Logotipo

El logotipo de Grupo SIFU requiere un espacio vital o margen visual que respete su integridad y evite el contacto y la confusión gráfica.

El logotipo de Grupo SIFU está compuesto por un único elemento gráfico: la silueta estilizada de una persona. Se presenta por duplicado, en los colores institucionales. A un costado se presenta el nombre del grupo.



Una sola palabra puede explicarnos de manera sencilla, el uso que se debe dar al logotipo de Grupo SIFU: apoyo.

### 2.2. Colores corporativos

Los colores corporativos (primarios y oficiales) del Grupo SIFU son el azul y el naranja. Como colores complementarios (secundarios) se podrán emplear el gris y el negro.

Primarios	Secundarios
	
R: 8 G: 51 B: 129	R: 204 G: 204 B: 204
	
R: 239 G: 123 B: 12	R: 0 G: 0 B: 0

### 2.3. Tipografía corporativa

La familia tipográfica que se utilizará en todas las comunicaciones de Grupo SIFU es Arial. Se podrá utilizar tanto el estilo bold (negrita) como el itálico.

Arial pertenece al formato "sans-serif", es decir, aquellas que no cuentan con remates externos.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T V  
W X Y Z  
A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t v w x y z

Este tipo de letras son fáciles de leer y cansan menos la vista de los lectores.

## 2.4. Slogan

El eslogan que utilizará Grupo SIFU en todas sus comunicaciones será:  
Vemos el mundo con otros ojos. Vemos tus capacidades

Todas las comunicaciones escritas, tanto internas como externas, deberán ser firmadas con dicha frase.

Asimismo, las comunicaciones de Grupo SIFU deberán transmitir el espíritu que el eslogan refleja: trabajamos para proporcionar soluciones integrales a nuestros clientes, y en esta tarea, ponemos todo nuestro empeño y corazón.

## 2.5. Atributos

Los atributos que la marca SIFU desea transmitir son:

- Integración

La integración es la consecuencia de la participación de todos los integrantes de Grupo SIFU en los distintos ámbitos sociales. Supone que todos los que conforman la organización se reúnan bajo un mismo objetivo: hacer de la diversidad su fortaleza.

- Igualdad

Reconocer que todos los miembros de Grupo SIFU tienen derecho a una vida sin ningún tipo de discriminación o exclusión.

- Responsabilidad

Todos los profesionales que colaboran con Grupo SIFU hacen lo que les corresponde de la mejor manera posible, buscando siempre el beneficio colectivo.

## 3. Estilo SIFU

### 3.1. Lineamientos generales

A continuación se presentan los lineamientos generales que se deberán seguir en todas las comunicaciones de Grupo SIFU.

- La primera vez que se emplee el nombre de la organización, se deberá consignar como Grupo SIFU y entre paréntesis: Servicio Integrales de Fincas Urbanas. Los usos subsiguientes deberán identificarse como Grupo SIFU, en mayúsculas.
- En los escritos se debe procurar utilizar palabras sencillas y frases comprensibles.
- El lenguaje a utilizar será en términos coloquiales.
- No se deben emplear palabras impropias, ofensivas o discriminatorias, y se deben evitar tecnicismos.

### 3.2. Acercamiento a la discapacidad

La comunicación de Grupo SIFU deberá siempre contribuir a la dignificación de las personas con discapacidad, buscando lograr un cambio de actitud y de imagen con respecto a este tópico por parte de las empresas y sus trabajadores, así como parte de la sociedad en general.

La discapacidad nunca deberá ser vista como una pérdida o una anomalía. Por el contrario, las comunicaciones de Grupo SIFU se centrarán siempre en las capacidades y habilidades de su personal, así como en su enfoque a la calidad.

La palabra que se deberá emplear en todas las comunicaciones para nombrar al colectivo con el que trabajamos es discapacitados o personas con discapacidad.

La única excepción válida es la utilización del término minusválido cuando se realice una cita textual a las leyes que lo emplean.

Grupo SIFU tiene como razón de ser la integración social y laboral de las personas con discapacidad, por tanto, resulta primordial para la organización establecer la forma institucional de abordar los temas relacionados con dicho colectivo en sus comunicaciones, tanto internas como externas.

### 3.3. Idioma

Todas las comunicaciones de Grupo SIFU deberán ser elaboradas en castellano. Sin embargo, y debido a que la matriz de la organización se encuentra ubicada en Barcelona, se considera como segunda lengua el catalán. Por último, todas aquellas comunicaciones que tengan como público objetivo la oficina de Portugal, deberán ser traducidas al portugués.

### 3.4. Tratamiento

#### 3.4.1. Públicos internos

Las comunicaciones dirigidas a los públicos internos de la organización deberán ser redactadas en un lenguaje sencillo y dirigiéndose a ellos de “tú”. Algunas comunicaciones en las que se deberá utilizar este tratamiento son:

- *cartas firmadas por la dirección*
- *comunicados internos*
- *correos electrónicos*
- *intranet*
- *revista corporativa*

#### 3.4.2. Públicos externos

Para la comunicación externa, se empleará un lenguaje más formal, aunque se deberá mantener la simplicidad de los mensajes y se tratará al público de “usted”. Algunas comunicaciones en las que se deberá utilizar este tratamiento son:

- *cartas firmadas por la dirección*
- *correos electrónicos*
- *notas de prensa*
- *publicidad*
- *página web*

El tuteo en gramática, es una de las formas de tratamiento de confianza de la lengua castellana. Su uso en la comunicación interna de Grupo SIFU favorece la implicación de sus colaboradores al crear una atmósfera de proximidad y cercanía.

A continuación se establecen las normas para los aspectos tipográficos de las comunicaciones de Grupo SIFU:

#### 3.4.3. Comillas

En castellano se utilizan tres tipos de comillas:

- *comillas tipográficas, latinas o angulares (« »)*
- *comillas dobles o inglesas (“ ”)*
- *comillas simples (‘ ’)*

En textos impresos se recomienda utilizarlas comillas angulares, reservando el uso de los otros tipos para cuando deban entrecomillarse partes de un texto ya entrecomillado.

«... “ ‘ ’ ” ...»

Las comillas simples se utilizan para marcar ejemplos en casos en que no resulta apropiado el uso de la cursiva. También se prefiere su uso para presentar el significado de una palabra.

Se deben entrecomillar:

- *los títulos de congresos, foros, seminarios o diplomados*
- *las citas textuales*
- *los nombres de los artículos en publicaciones periódicas*

#### 3.4.4. Guión

Los guiones se utilizan para:

- *vincular dos partes (que deben mantener su independencia) en una palabra compuesta: «frontera luso-gallega»*
- *vincular dos nombres propios: línea Génova-Córcega*
- *unir dos nombres de pila, en caso de que el segundo se pueda confundir con el correspondiente apellido: Luis-Atahualpa García*
- *unir dos apellidos, en caso de que el primero se pueda confundir con un segundo nombre: Ariel David-Pérez*

Los signos de puntuación de una oración que contiene un texto entrecomillado deben colocarse después de las comillas de cierre.

Se debe tener cuidado con la división de las palabras que lleva a cabo automáticamente Word ya que existe un problema con dicho procesador de textos a la hora de dividir palabras con guión.

En la versión Office 2007, podemos encontrarnos casos de división de palabras de esta forma: 'hab-ía', 'ten-ía', claramente incorrecto, puesto que separa elementos pertenecientes a la misma sílaba.

### 3.5. Aspectos tipográficos

#### 3.5.1. Números

En el cuerpo de un texto, las cifras de un solo dígito se deben escribir con letra. A partir del diez se utilizarán números.

Las cifras cerradas pueden escribirse con letra, números o de forma mixta: tres mil euros, 3 mil euros.

Nunca se debe comenzar un párrafo con números.

Los años deben escribirse con número. Cuando nos referimos a una década escribimos: los años ochenta o la década de los ochenta.

Los porcentajes no llevan artículo y no se pluralizan.

#### 3.5.2. Abreviaturas, siglas y acrónimos

Las abreviaturas representan una palabra por medio de una o varias de sus letras. Generalmente llevan punto y van separadas por espacios.

Las abreviaturas no deben utilizarse en el cuerpo de un texto. Su uso debe limitarse a fichas bibliográficas, libros técnicos, gráficas o estadísticas.

Las siglas están formadas por el conjunto de letras iniciales de las palabras que forman el nombre propio de empresas, organizaciones o asociaciones. No llevan punto ni espacios intermedios.

Si se utilizan más letras, no únicamente la inicial, de las palabras que conforman un nombre se forma un acrónimo.

Los grados deben ir abreviados cuando acompañan al nombre: Dr., Dra., Ing., etc.

Las abreviaturas de medidas, términos físicos, químicos y matemáticos se han constituido como símbolos por lo que no llevan punto y no se pluralizan.

Siempre se deberá explicar entre paréntesis el significado de las siglas y acrónimos la primera vez que son mencionados.

Las siglas y acrónimos no se pluralizan.

### 3.5.3. *Redonda*

Se escribe en redonda y sin comillas:

- Los nombres de empresas, instituciones, entidades, organismos, incluso en grafía extranjera
- El nombre específico de los establecimientos
- Los nombres de objetos históricos
- Las marcas

### 3.5.4. *Cursiva*

Se escriben en cursiva:

- Los títulos de publicaciones, obras literarias, enciclopedias, diarios, revistas, cómics, fascículos, etc.
- Los títulos de obras de arte: cuadros, óperas, danzas, esculturas, etc.
- Los títulos de programas de televisión o radio que no se dividan en emisiones con título propio
- Los nombres propios aplicados a vehículos o artilugios creados por el hombre
- Las denominaciones latinas de plantas, animales, virus, etc.
- palabras y expresiones de idiomas extranjeros, excepto cuando estén admitidas por la Real Academia
- Las voces continuará, pase a la siguiente página, etc.

### 3.6 Estructura comunicado interno



**Cuerpo del texto**  
 Tipografía Arial  
 10 puntos  
 Estilo variable  
 Escrita de izquierda a  
 derecha  
 Justificado a caja  
 R:0 G:0 B:0

### 3.7 Estructura nota de prensa



**Cuerpo del texto**  
 Tipografía Arial  
 10 puntos  
 Estilo variable  
 Escrita de izquierda a  
 derecha  
 Justificado a caja  
 R:0 G:0 B:0

## 4. Medios impresos

### 4.1. Papelería corporativa

El personal del Grupo SIFU deberá prestar especial atención a la elaboración de los comunicados oficiales y de los medios que los contienen, ya que deben poseer y conservar la misma identidad y estilo en todas las áreas y dependencias de la organización.

No se autorizan innovaciones ni modificaciones particulares.

Como norma general, se deberán utilizar hojas de formato DIN A4 (210 x 297 mm) escritos en una sola cara. Dependiendo del tipo de escrito del que se trate, se deberán utilizar hojas membretadas o bien, hojas en blanco.

El tamaño del resto de los formatos es el siguiente:

- *Tarjeta de presentación: 90 x 50 mm*
- *Hoja membretada: A4 (210 x 297 mm)*
- *Sobre para correo: 105 x 240 mm*
- *Sobre bolsa: 305 x 395 mm*
- *Fólder: 225 x 305 mm*

Todos los documentos corporativos deberán elaborarse siguiendo los lineamientos establecidos en el manual de estilo y deberán ser los mismos para todas las áreas de la organización.

A continuación se presenta la correcta aplicación y utilización de la papelería corporativa de Grupo SIFU.

La papelería corporativa es uno de los primeros “rostros” de identidad visual de Grupo SIFU. Debido a que son los elementos más personales de la identidad, son también los que pueden experimentar los cambios más radicales, por lo que rogamos el respeto fiel a los lineamientos del presente manual.

## 4.1.1 Tarjeta de presentación



Centro del formato y centro del nombre y puesto, alineados

### Oficina

Tipografía Arial

8 puntos

Estilo escrito de derecha a izquierda

Texto centrado

R:8 G:51 B:129

### Nombre

Tipografía Arial

8 puntos

Estilo negritas, en altas

Texto centrado

R:8 G:51 B:129

### Puesto

Tipografía Arial

7 puntos

Estilo redonda

Texto centrado

Interlineado 1.0 puntos

No utilizar abreviaciones

R:8 G:51 B:129

### Domicilio, teléfono y correo electrónico

Tipografía Arial

7 puntos

Estilo redonda

Texto escrito de izquierda a derecha

Interlineado 1.0 puntos

R:8 G:51 B:129

No existen diferentes tipos de tarjetas de presentación entre los diferentes niveles organizacionales. Todos deberán utilizar el mismo diseño y distinguirse por la indicación del puesto.



### 4.1.3 Sobre para correo



**Domicilio**  
Tipografía Arial  
8 puntos  
Estilo redonda  
Escrita de derecha a izquierda  
R:8 G:51 B:129



#### 4.1.5 Folder (portada)



## 5. Medios electrónicos

### 5.1. Lineamientos generales

Los medios visuales electrónicos se definen como aquellos que utilizan un monitor o pantalla para presentarse.

Las posibilidades que ofrecen estos medios para la presentación de la identidad corporativa son casi infinitas. Sin embargo, deben siempre respetarse los lineamientos de este manual, sin detrimento de la creatividad en la producción visual, los elementos gráficos, los efectos visuales y los sonidos que puedan aprovecharse.

La identidad de Grupo SIFU deberá presentarse siempre clara y legible y sin alteraciones estructurales.

Deberán respetarse siempre los colores corporativos del logotipo, así como el área de restricción y todos los lineamientos establecidos en este manual.

#### 5.1.1. Movimiento

El movimiento del logotipo estará dado únicamente por su desplazamiento en el cuadrante.

Está prohibido que el logotipo gire sobre su eje horizontal, su eje vertical o cualquier otro para evitar que se produzcan distorsiones en el mismo.

El logotipo podrá aparecer:

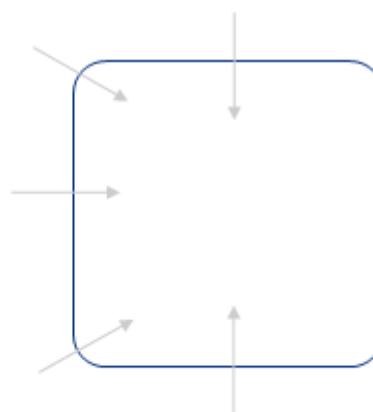
- *De izquierda a derecha*
- *De arriba abajo*
- *De abajo a arriba*
- *En diagonal (de la esquina superior izquierda o de la esquina inferior derecha)*

El logotipo podrá salir del cuadrante:

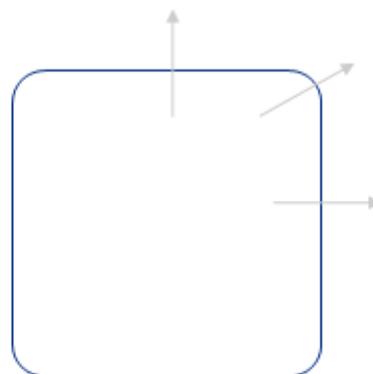
- *Por el extremo derecho*
- *Por el extremo superior*
- *Por la esquina superior derecha*

Asimismo, está prohibido que el logotipo se deforme en curvaturas al desplazar.

Los desplazamientos del logotipo deberán ser certeros y definitivos, de un origen a un destino.



Entradas a cuadro



Salidas de cuadro

### 5.1.2. Animación

El logotipo de Grupo SIFU debe presentarse de inicio como un elemento único y no podrá integrarse en secuencia por sus elementos, ni mucho menos desintegrarse.

Ninguno de sus elementos podrá tener efectos especiales de animación en ninguna circunstancia y por ningún motivo.

Está permitido que el logotipo emita un brillo instantáneo blanco o azulado, pero no podrá emitir una luz intermitente.

### 5.1.3. Sonido

El logotipo de Grupo SIFU deberá relacionarse siempre con sonidos dignos de él. Queda prohibido utilizar sonidos cómicos, "chillidos", efectos especiales de "arrancón de coches", "ruedas frenando" o cualquier otro que pueda restarle dignidad al logotipo.

Únicamente es posible la utilización de sonidos determinantes y serios.

El fondo de música está permitido, siempre y cuando ésta no sea obscena, cómica o circense.

### 5.2. Adaptación de mensajes

- Todos los mensajes que tengan como público objetivo al colectivo de personas con discapacidad deberán ser adaptados, en la medida de lo posible, para asegurar su recepción.
- La adaptación consistirá en:
- La traducción al lenguaje de señas
- La integración de la versión hablada del mensaje

### 5.3. Página web

La posición del logotipo en el área corporativa del sitio web de Grupo SIFU se encuentra en la parte superior izquierda del marco superior que preside todas las páginas del portal, con el fondo blanco, guardando el margen de protección estipulado.

El logotipo posee un enlace directo a la página de inicio del portal.

Esta zona es la más destacada del sitio ya que es lo primero que se visualiza.

El blanco es el color que se deberá emplear como fondo de pantalla en todo el portal.

Se deberán emplear los colores corporativos de Grupo SIFU en la identidad visual de la página de la organización. Asimismo, se deberá hacer uso de la tipografía marcada como oficial.



### 5.3.1.Tratamiento

En la página web se emplea un lenguaje formal y mensajes simples; el tratamiento es de “usted”, con la única excepción de la sección ¿Quieres trabajar?.

Esta sección está dirigida a quienes serán los futuros colaboradores de Grupo SIFU. A este público se le intenta atraer con un lenguaje familiar y cercano.

### 5.3.2.Lineamientos

La página deberá ser actualizada por lo menos una vez al mes. Se deberán colocar las notas de prensa, las apariciones de Grupo SIFU en los medios y las últimas noticias de la organización, siempre siguiendo los lineamientos marcados en este manual.

Se debe procurar reducir al máximo la información para evitar la saturación de la página y el agotamiento de los lectores.

Los usuarios de la página web deberán poder acceder a cualquier información con menos de cuatro *clicks*.

Evitar utilizar imágenes animadas que distraigan la atención del usuario. Se deben emplear imágenes fijas con una paleta de colores similar a la genérica del portal.

Los colores de fondo y primer plano deberán tener suficiente contraste para facilitar la lectura.

Utilizar márgenes de por lo menos 1 mm para separar diferentes elementos gráficos. Lo anterior ayudará a generar “aire” en la página web.

Adaptar la página a cualquier monitor tomando en cuenta la resolución promedio. Actualmente, la mayoría de los monitores tienen una resolución de 800 x 600 y están aumentando poco a poco a 1024 x 768.

Reducir al máximo posible el tamaño y peso de los contenidos para asegurar que la página cargue sin ningún problema, independientemente de la velocidad del servidor de los usuarios.

Si se agrega algún video en la página web, este no deberá iniciarse automáticamente, sino que deberá ser el usuario quien lo active si así lo desea.

### 5.3.3.Elementos gráficos

- Logotipo de Grupo SIFU

Se sitúa en el marco superior de todas las páginas del portal y enlaza con la página de inicio del mismo.



- Banner Grupo SIFU

Banner rotativo en línea horizontal conformado por imágenes varias de las actividades y personal que forma parte de Grupo SIFU.



- Enlaces superiores

Cada enlace superior tiene un color que lo identifica. Dichos colores van en la gama de los colores corporativos de Grupo SIFU.



- Iconografía

Compuesta por botones que contribuyen a que la interfaz de la página web sea más amigable.

De izquierda a derecha:

- Idiomas
- Inicio
- Mapa del sitio
- Correo electrónico
- Marcar página como favorita



- Fotos noticias

Fotografías corporativas que ilustran los reportajes de los eventos de Grupo SIFU. Se debe cuidar que las fotografías que se presenten dignifiquen en todo momento a los colaboradores de la organización.



#### 5.4. Firma electrónica

Todos los miembros de Grupo SIFU deberán firmar sus correos electrónicos empleando la firma electrónica que se presenta a continuación.

No se podrá modificar el orden de los elementos que la componen, así como tampoco omitir o agregar información.

Si se utiliza Outlook, éste deberá ser programado para la aparición automática de la plantilla de firma electrónica.



**Nombre**  
 Puesto | Área  
 Empresa  
 Dirección  
 Teléfono directo  
 Correo electrónico | Página web corporativa

*Eslogan*  
 Tipografía Arial  
 8 puntos  
 Estilo negritas  
 Texto centrado  
 R:8 G:51 B:129

*Nombre*  
 Tipografía Arial  
 11 puntos  
 Estilo negritas

Texto de izquierda a derecha  
R:8 G:51 B:129

*Puesto, área, empresa, dirección, teléfono, correo electrónico y página web corporativa*

Tipografía Arial

10 puntos

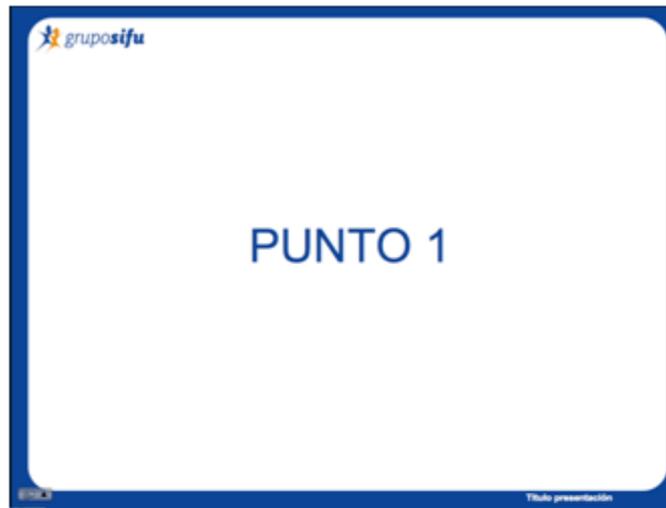
Estilo redondas

Texto de izquierda a derecha

R:8 G:51 B:129

#### 5.5. Presentaciones institucionales

Todas las presentaciones institucionales de Grupo SIFU, independientemente de la línea de servicio o área que la realice, deberán seguir siempre el estilo visual que se presenta a continuación.



Portada



Puntos a tratar



Separador

gruposifu

PUNTO 1

## ¿Quiénes somos?

Grupo SIFU (Servicios Integrales de Fincas Urbanas) es un conjunto de Centros Especiales de Empleo (CEE) con 17 años de experiencia en la inserción laboral y social de personas con discapacidad física, psíquica, mental o sensorial.

Como CEE ha contribuido a la inserción laboral y social de 10.000 personas con algún tipo de discapacidad desde que inició su actividad.

Está presente en casi todo el territorio español, posicionándose como uno de los CEE más importantes de España.



## Misión y visión

**Misión**  
Lograr la máxima integración laboral de personas con discapacidad, a través de un trabajo adaptado al perfil y las necesidades de cada uno, poniendo especial interés en la inserción cultural, social y deportiva de sus profesionales.

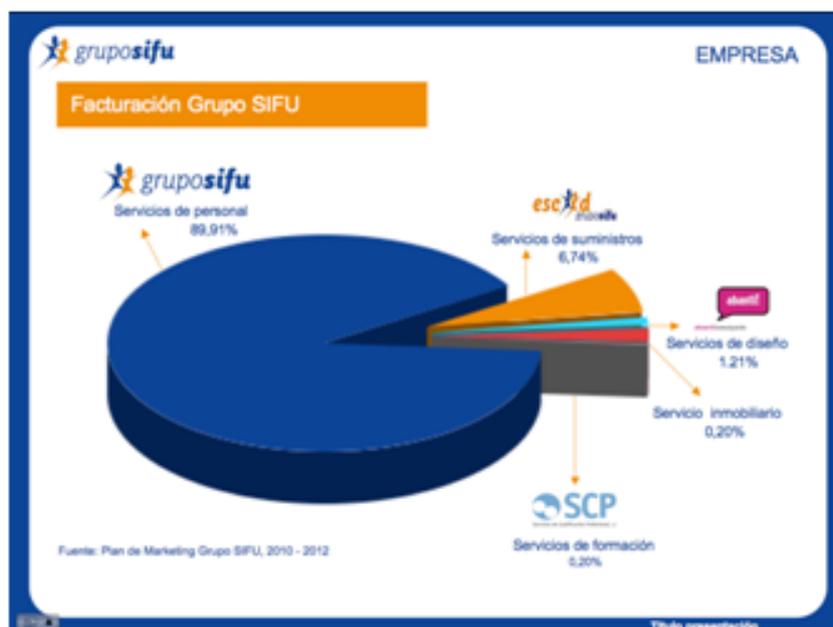
**Visión**  
Convertirse en el líder de la integración socio-laboral de las personas con discapacidad en España.

Título presentación

Formato texto



Gráfica



Gráfica

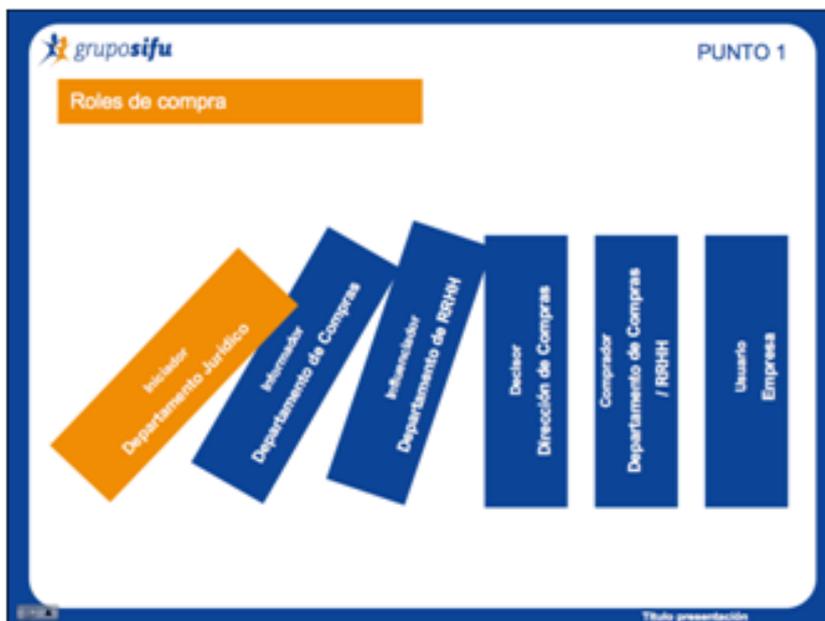
**gruposifu** PUNTO 1

**Competencia**

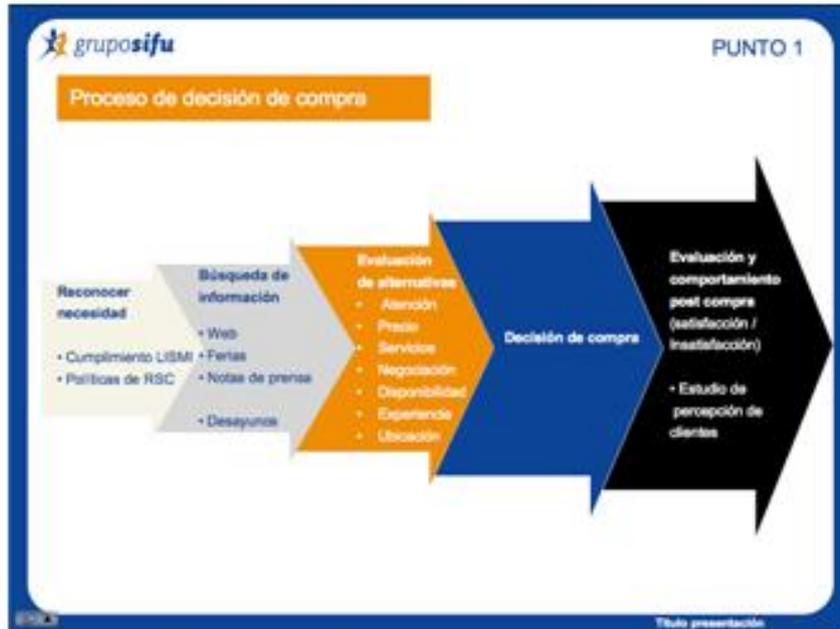
	Federación en 2008	Fecha de creación	No. de empleados	No. de empleados con discapacidad	Presencia en toda España	Presencia internacional	Servicios que presta	Posicionamiento en el mercado
	Más de 800 SM de €	1962	48.942	529	Si	Si	Limpieza, seguridad, servicios socio-sanitarios, servicios auxiliares, mantenimiento, trabajo temporal, medio ambiente, y promoción.	Líder del mercado
	817 SM de €	1901 (1999 en España)	28.121	804	Si	Si	Limpieza, mantenimiento, Montos de instalaciones, refrigeración industrial y comercial, control de plagas, higiene ambiental, servicios auxiliares y catering.	Segundo del mercado
	274 SM de €	1969	14.280	9.140	Si	No	Línea para discapacitados, adaptación de vehículos, fabricación de prótesis, gestión informática, leonaría y gestión telefónica.	Fuente posicionamiento en el sector de CEE.
	31 SM de €	1983	2.128	1.828	Si	Si	Limpieza, instalaciones, conservación y portería, gasas y gasodermas, recepción, manipuleo, outsourcing, suministros, diseño, gestión ambiental, formación y transporte.	Bajo posicionamiento

Título presentación

Tabla



Esquema



Esquema

**gruposifu** PUNTO 1

**Planificación de acciones clientes actuales y potenciales**

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
<b>Above the line</b>												
Prensa y revista especializada												
Internet (SEO y SEM)	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌
<b>Below the line</b>												
Notas de prensa / publinportajes	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌
Comidas con clientes VIP	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌
Desayunos / conferencias RSC	📌	📌	📌					📌	📌			
Regalos de Navidad a clientes												📌
Placas de reconocimiento RSC							📌					
Ferias empresariales y de discapacidad	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌	📌
Jornadas lúdicas								📌				📌
Mailing / e-mailing	📌	📌					📌		📌		📌	📌

RSC Título presentación

Cronograma



**GRACIAS**

Cierre

## **6. Glosario**

### **C**

CEE: Centro Especial de Empleo.

CoHo: Corporate Housing.

### **D**

Deficiencia: son problemas en las funciones fisiológicas o en las estructuras corporales de una persona. Pueden consistir en una pérdida, defecto, anomalía o cualquier otra desviación significativa respecto a la norma estadísticamente establecida.

Discapacidad: indica los aspectos negativos de la interacción entre un individuo con una condición de salud dada y los factores contextuales (ambientales y personales). Es el término genérico que engloba todos los componentes: deficiencias, limitaciones en la actividad y restricciones en la participación.

### **E**

EPIS: Equipos de Protección Individual.

### **L**

Limitaciones de actividad: son las dificultades que un individuo puede tener para realizar actividades. Estas dificultades pueden aparecer como una alteración cualitativa o cuantitativa en la manera en que la persona desempeña la actividad en comparación con otras que no tienen un problema de salud similar.

LISMI: Ley de Integración Social de los Minusválidos.

### **R**

Restricciones en la participación: son problemas que una persona puede experimentar al involucrarse en situaciones vitales, tales como relaciones interpersonales, empleo, etc. en el contexto real en el que vive. La presencia de una restricción en la participación viene determinada por la comparación de la participación de la persona con discapacidad con la participación de una persona sin discapacidad en una situación análoga o comparable.

### **S**

SIFU: Servicios Integrales de Fincas Urbanas.

### **T**

TPI: Transportamos Para Integrar.

## ANEXO III.- CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

### 1. Ficha cliente

Actividad comercial: Centro Especial de Empleo- inserción laboral de personas con discapacidad  
Ubicación geográfica: España y Portugal  
Número de empleados: 2.500  
Número de clientes: 1.000  
Facturación anual: 31 millones de euros  
Responsable Comunicación: Lluís Jordana



### 2. Estrategia de campaña

Grupo SIFU es un Centro Especial de Empleo cuyo objetivo es la inserción laboral de personas con discapacidad, a través de la prestación de servicios de máxima calidad con precios competitivos, a empresas socialmente responsables.

### 3. Concepto de campaña

Grupo SIFU ve el mundo desde otro punto de vista. Resalta las capacidades de las personas y convierte en oportunidad lo que aparentemente es un problema.

### 4. Target

Bajo la misma estrategia de campaña se dirige la comunicación a dos públicos objetivos: potenciales trabajadores y potenciales clientes.

Potenciales trabajadores: personas discapacitadas que presenten el certificado del 33% de minusvalía, las cuales se encuentren en condiciones para poder trabajar.

Potenciales clientes: directores generales, directores de Recursos Humanos o del Departamento de Compras de empresas con más de 50 empleados, quienes deben cumplir con la normativa establecida en la Ley LISMI.

### 5. Propuesta creativa

#### 5.1. Mensajes a transmitir:

*Desarrollo de capacidades*  
*Servicios de alta calidad*  
*Cumplimiento de la LISMI*  
*Responsabilidad Social Corporativa*

#### 5.2. Medios a utilizar:

*Televisión - Radio*  
*Prensa - Internet*

#### 5.3. Claims de campaña:

*Vemos el mundo con otros ojos*  
*Vemos tus capacidades*

#### 5.4. Estilo de las imágenes:

*Actitud positiva de los trabajadores*  
*Profesionalismo*  
*Discapacidad en segundo plano*

#### 5.5. Personajes de campaña:

*Juan: discapacidad física*  
*María: discapacidad auditiva*  
*Félix: discapacidad mental*



**Vemos el mundo con otros ojos**



**Vemos tus capacidades**



**Televisión: Spot 1**



**Televisión: Spot 2**



## **6. Televisión**

- Piezas:  
*Jardinero: 15"*  
*Recepcionista: 15"*
- Agencia:  
*Valewey Consultores*
- Productora:  
*Desmedidos Producciones*
- Servicios mostrados:  
*Jardinería y recepción*
- Paleta de colores:  
*Colores corporativos Grupo SIFU*
- Música:  
*Space and Time – The Verve*

## **7. Radio**

- Pieza:  
*Félix: 30"*
- Agencia:  
*Valewey Consultores*
- Productora:  
*Desmedidos Producciones*
- Servicio mencionado:  
*Operario de fábrica*
- Tono:  
*Relato motivador – comercial*
- Música:  
*Space and Time – The Verve*

## **8. Revista**

- Pieza:  
*Jardinero: 15"*  
*Recepcionista: 15"*
- Servicios:  
*Jardinería y recepción*
- Paleta de colores:  
*Colores corporativos*
- Tono y manera:  
*Teaser / Motivador*



**Juan, 32 años**  
**Jardinero**



**En grupo SIFU vemos el mundo con otros ojos. Vemos tus capacidades.**  
Somos un Centro Especial de Empleo con más de 15 años de trayectoria en los que  
hemos logrado la inserción laboral de más de 10.000 personas.

Únete a nosotros  
902 153 325  
[www.gruposifu.com](http://www.gruposifu.com)

 **gruposisifu**  
DE CAPACIDAD



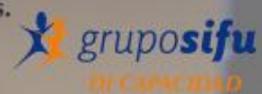
María, 26 años



**María, 26 años**  
**Recepcionista**

**En grupo SIFU vemos el mundo con otros ojos. Vemos tus capacidades. Somos un Centro Especial de Empleo con más de 15 años de trayectoria en los que hemos logrado la inserción laboral de más de 10.000 personas.**

Únete a nosotros  
902 153 325  
[www.gruposifu.com](http://www.gruposifu.com)



## **ANEXO IV.- BLOG CORPORATIVO**

### **1. Dirección (URL)**

<http://dicapacidad.wordpress.com>

### **2. Temáticas:**

- 2.1. Blogroll: (bitácoras)
- 2.2. Making-off de la campaña
- 2.3. Behind the scenes de la campaña
- 2.4. Sector de la discapacidad
- 2.5. Otros contenidos relacionados

### **3. Páginas: (estáticas)**

- 3.1. El jardín de Juan
- 3.2. La recepción de María
- 3.3. La fábrica de Félix

### **4. Tono y manera:**

En el blogroll actualizaciones relacionadas con temáticas variadas entorno a los Centros Especiales de Empleo y la discapacidad. Punto de partida para tener presencia en la web 2.0. En las páginas cada personaje tiene una personalidad y da soporte a la campaña en medios masivos.



15 JUNIO, 2010

## Hoy...¡Presentamos campaña!

¡Ha llegado el día! Por fin podemos mostrar el trabajo realizado durante varias semanas. Espero que os guste... Gracias a todas las personas que han colaborado en el proyecto. Os mostramos algunas fotos para mostrarnos nuestro "behind the scenes" : )



[Dejar un comentario](#)

Archivado bajo [Di capacidad](#)

Etiquetas: [behind the scenes](#), [campaña](#), [Fotos](#), [nosotros](#), [presentación](#)

## Vemos tus capacidades

La capacidad de un individuo, radica en el significado que le da a la palabra infinito. - Anónimo



## Suscripción e-mail

¿Quieres recibir las últimas novedades por email?



Nube de capacidades  
[Alma Jun y Nicolás Andino](#) [behind the scenes](#)  
[Esta campaña](#) [Capacidad](#)  
[comunicación](#) [conciencia social](#) [cultura](#)  
[diciembre](#) [Félix](#) [historias](#)  
[personales](#) [julio](#) [juara](#) [Juan](#)  
[María](#) [Villagor](#) [recomiendame](#) [Comunidad](#) [Com](#)  
[Feri](#) [organizaciones](#) [Profesionales](#)  
[publicidad](#) [medio](#) [Recepción](#) [magazines](#) [mapa](#)  
[expresión](#) [SDG](#) [Sueños](#) [Temas](#) [viajes](#) [vidas](#)  
[ambientes](#) [vivi](#) [Video](#)

## Buscar

## Historias personales

- [Hoy...¡Presentamos campaña!](#)
- [Podemos hacerlo, no importa](#)
- [Otras capacidades: Boris, Teresa y Jesús](#)
- [¿Quieres escucharme historias?](#)
- [Di capacidad. Buenos días](#)
- [¡¡Vaya fotos más molonas!!](#)
- [Juan, María y Félix](#)
- [¡Silencio, se rueda!](#)

## Noticias

- [PODCAST Del Día: 07-08-2010](#)
- [PODCAST Del Día: 06-08-2010](#)
- [Presentación de resultados de la primera fase del Proyecto Ágora](#)
- [Record de asistencia en el XXXIII Congreso Europeo de Filmmakers Quilaticos](#)
- [Clasaron de dos cursos formativos de ADIAS](#)

## Visitas al blog

149 personas







## ANEXO V.- REDISEÑO PÁGINA WEB

### 1. Objetivo general

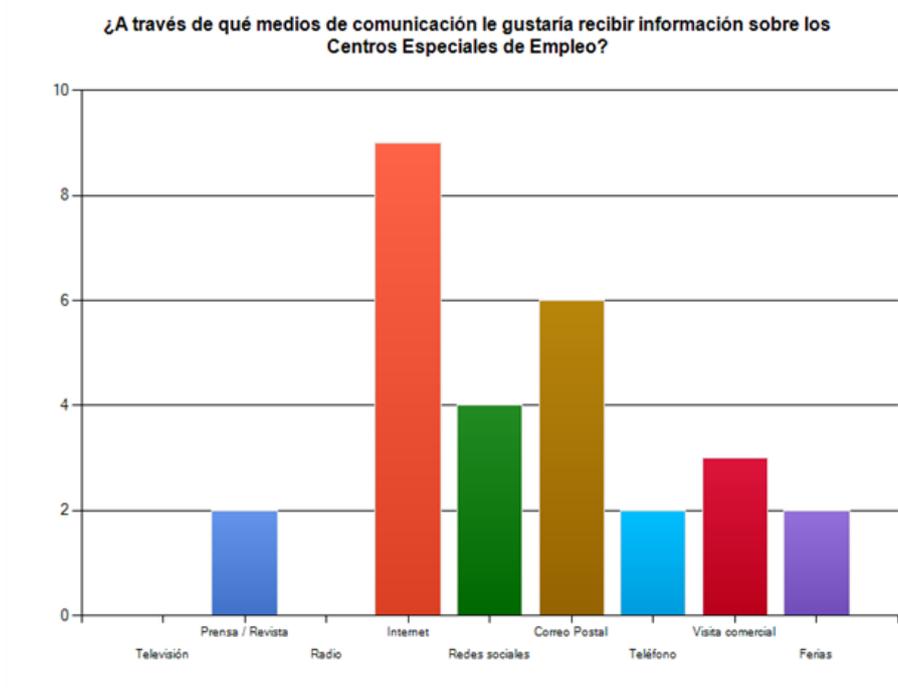
Con el rediseño de la web de Grupo SIFU se busca lograr que la página se convierta en la principal herramienta de comunicación con posibles clientes y futuros empleados, siempre proyectando una imagen profesional y de alta calidad en los servicios que presta.

### 2. Objetivos específicos

- Facilitar el contacto entre los futuros trabajadores de Grupo SIFU y la empresa.
- Disminuir los costes de selección de personal.
- Reducción de gastos de papelería y envíos postales.
- Respalda la gestión comercial vía telefónica o presencial.
- Conseguir elevar las ventas de los servicios ofrecidos.

### 3. Hábitos de información

El estudio cuantitativo realizado a empresas para la implementación del plan de comunicación integral de Grupo SIFU, reveló que internet es el medio preferido por la mayoría de las organizaciones, con más de 50 empleados, para recibir información sobre Centros Especiales de Empleo.



#### 4. Público objetivo

- Empresas de más de 50 empleados ubicadas en España y Portugal (empresas que por ley deben contratar personal discapacitado o comprar productos y servicios a Centros Especiales de Empleo)
- Personas con discapacidad, con certificado de minusvalía, que puedan y estén en edad trabajar
- Fundaciones que trabajen el tema de la discapacidad

#### 5. Nivel y necesidad de información

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la investigación de mercados, se determinó que las empresas conocen de una forma muy vaga el funcionamiento de los Centros Especiales de Empleo. En este sentido, se recomienda utilizar la web para profundizar en la información sobre la labor que realiza Grupo SIFU.

#### 6. Notoriedad del grupo SIFU

Enumere algunos CEE que Ud. conozca

Lista 1	Lista 2	Lista 3
1. DISWORK	1. CIFU	1. FEMAREC
2. Femarec	2. CET ACIDH	2. Fundación CARES
3. illes baleares amadit esment	3. FUNDOSA	3. Insercoop
4. Taller DAU	4. Cooperativa La Fageda	4. SUPORT24
5. Fundación Privada FEMAREC	5. SIFU	5. Fundosa
6. ACIDH	6. simpromi	6. Apadis
7. IPRES	7. Integra	
8. once	8. Iantegi	
9. Workdis	9. DISWORK	
10. ranzarí	10. FEMAREC	
11. SIFU	11. Opportunity	
12. SERMES		
13. Fundación FEMAREC		
14. Grupo Sifu		

Fuente: Investigación de Mercados para Tesina

## 7. Situación actual

### Web Grupo SIFU

Web Group SIFU

ESTÁ USTED EN: Grupo SIFU

**Grupo SIFU**

Sobre Grupo SIFU  
Localización  
Consultas  
Amigos  
Clientes  
Di capacidad  
Estudios y Publicaciones  
Noticias sobre RSC

TELÉFONO DE INFORMACIÓN  
902 153 325

**Grupo SIFU**

Grupo SIFU somos un conjunto de Centros Especiales de Empleo con más de 15 años de experiencia en la inserción laboral y social de personas con discapacidad física, psíquica, mental o sensorial. Actualmente, cuenta con una plantilla de más de 2.500 profesionales, un 87% de las cuales tiene algún tipo de discapacidad.

Grupo SIFU está presente en la práctica totalidad del territorio español y Portugal, posicionándose como uno de los Centros Especiales de Empleo más importantes de nuestro país.

Presentación de Grupo SIFU

**¿Necesitas contratar un servicio?** **¿Buscas trabajo?**

Presentación de Grupo SifU

Di Capacidad

**Noticias**

Grupo SIFU Ciudad Real y FISLEM promueven la inserción laboral de personas con discapacidad y en riesgo de exclusión social

RENAULT

Grupo SIFU Valencia amplía la línea de colaboración con Renault

Ayuntamiento de Jévea

Colabora de forma rápida y sencilla con las víctimas de los terremotos de Chile y Haití

+ NOTICIAS

- La página web actual de la empresa presenta en el home una imagen principal y en la parte inferior se define la organización.
- Se detalla en pestañas superiores la información sobre la empresa, servicios que ofrece, detalles de la ley, apartado para futuros empleados, actividades, información de prensa y fundación.
- En una columna, en la parte derecha, se resaltan las principales noticias relacionadas con la organización.
- En el panel central se define con detalle la organización y luego se presentan dos bloques: uno para clientes y otro para empleados.
- En el lado izquierdo de la pantalla se detalla el submenú de la pestaña en la que se encuentra el usuario, en el caso del home es Grupo SIFU.
- En la parte central inferior se presentan dos bloques, uno con un vídeo institucional y otro con la campaña Di Capacidad.
- En la parte más inferior de la página están las noticias sobre responsabilidad social corporativa.
- La página está disponible en dos idiomas: castellano y portugués.
- Presenta el número de teléfono de información y links de contacto y para agregar a favoritos.

## 8. Competencia

### 6.1. Eulen

- El sitio web del Grupo Eulen ofrece información sobre la empresa, los servicios que presta, ubicación geográfica, contacto, noticias y enlace con futuros empleados.
- La página permite la introducción de CV y publica ofertas de empleo.
- Está disponible en siete idiomas y tiene un motor de búsqueda.



### 6.2. ISS

- La página web de ISS ofrece información sobre la empresa, los servicios que presta y contacto. Además tiene áreas específicas sobre recursos humanos y clientes.
- Asimismo, tiene un apartado para las noticias en la sala de prensa, un link directo a la Fundación ISS y un motor de búsqueda en el home.



### 6.3. Grupo Fundosa

- La página en internet del Grupo Fundosa destaca los valores de la empresa, al colocarlos encima de la imagen principal.
- Clasifica la información en un área corporativa, otra relacionada con la ley y los programas que ofrece.
- Destaca con links la información y filosofía de la empresa.
- Tiene un apartado de noticias.
- Resalta con banners los servicios que ofrece, material audiovisual, responsabilidad social, foros y actividades paralelas.
- También ofrece opciones de accesibilidad, traducción de la página en dos idiomas, motor de búsqueda, agenda y contacto.

## 9. Responsables

### 9.1. Del formato

Abanti Comunicación

Departamento creativo del Grupo SIFU

Formado por un equipo de profesionales de comunicación, diseño gráfico, marketing y publicidad.

### 9.2. Del contenido

Creación de un consejo de redacción.

Fuentes encargadas de brindar la información de interés de cada departamento: directores de RR.HH., Comercial y Jurídico.

La coordinación de dicha información se llevará a cabo por parte del responsable de Marketing y Comunicación.

## 10. Propuesta

### 10.1. Logotipo y colores

Logotipo: respetar su espacio vital o margen visual para no alterar su integridad y evitar el contacto y la confusión gráfica.

Colores: utilizar los colores corporativos primarios y oficiales del Grupo SIFU (azul y naranja)

Como colores complementarios (secundarios) se podrán emplear el gris y el negro

#### Primarios



R: 8  
G: 51  
B: 129



R: 239  
G: 123  
B: 12

#### Secundarios



R: 204  
G: 204  
B: 204



R: 0  
G: 0  
B: 0

## 10.2. Tipografía

La familia tipográfica que se utilizará es Arial. Se podrá utilizar tanto el estilo bold (negrita) como el itálico.

Este tipo de letras son fáciles de leer y cansan menos la vista de los lectores.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
vwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## 10.3. Imágenes

Reflejar seriedad y formalismo en todos sus servicios.

Evitar el uso solamente de imágenes de personas con discapacidad. Lo anterior, con la finalidad de resaltar que primeramente el Grupo SIFU es una empresa que ofrece servicios y que además, inserta a discapacitados al cubrir los mismos.

Utilizar imágenes livianas que permitan una descarga rápida sin perder una buena resolución.

Evitar colocar logotipos de otras empresas en cualquier apartado; en su lugar, colocar solamente el nombre de la misma.



Si se llegan a publicar imágenes del personal en su área de trabajo, confirmar que refleje el uso adecuado de sus uniformes, sobre todo en aquellos trabajos donde el uniforme brinda seguridad.

## 11. Herramientas de apoyo

- *Boletín para empresas*

Publicación bimestral con información variable del sector de la discapacidad: temas de responsabilidad social corporativa, productos, servicios, eventos, o apariciones en prensa del Grupo SIFU, etc. Además se puede complementar con una entrevista a un personaje de importancia entorno a la discapacidad, agenda e información de cursos de formación o las encuestas realizadas por la organización.

- *Boletín para el colectivo de personas con discapacidad*

Publicación bimestral con información relevante para este colectivo: ofertas de empleo, cursos de formación, eventos, incorporaciones. Además se puede complementar con la misma entrevista realizada en el boletín anterior.

- Encuestas

Se publicarán en la página principal de la web de forma bimestral, respecto a temas relacionados con la discapacidad. Los resultados de las mismas serán publicados en el siguiente newsletter y como nota informativa en la misma web.

- Convenios con Fundaciones y Asociaciones

Realización de acuerdos de intercambio de información con ellos. En su página web se colocará un extracto de los reportajes de los newsletter y/o encuestas realizadas por el Grupo SIFU y al querer leer la nota completa se redireccionará al usuario a nuestra página. Lo anterior para generar también un incremento de visitas a la web.

- Social Media

Presencia en *social media*: Facebook, Twitter y LinkedIn, para generar una mayor notoriedad del Grupo SIFU.

## Cronograma

Semanas	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12
Rediseño de la página web												
Realización de la encuesta												
Creación de los convenios con asociaciones y fundaciones												
Creación de las redes sociales												
Creación de ambos boletines												
Publicación de la encuesta en la página web.												
Lanzamiento del nuevo diseño de la página web												
Envío de ambos boletines												

Seguimiento: el envío de los boletines se realizará el primer martes de cada dos meses a las 16:00 horas. Lo anterior, porque entre martes y jueves son los días que se presta mayor atención a los correos electrónicos.

## 12. Presupuesto

- Plan Estratégico de Internet del Grupo SIFU:

Posicionar su web.

Conseguir un mayor número de Currículos y clientes.

Presupuesto establecido de 900€ para llevarlo a cabo.

Es importante mencionar que este presupuesto es considerando que la empresa con la que se trabajará es del mismo Grupo.

## **ANEXO VI.- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

### **1. Introducción**

En este documento se presentan los principales resultados de la investigación de mercados, realizada para la elaboración del plan integral de comunicación del Grupo SIFU.

En el trabajo se utilizaron las metodologías cuantitativas y cualitativas y se llevaron a cabo: una dinámica de grupo, entrevistas a directores de recursos humanos y encuestas autosuministradas vía web a empresas.

### **2. Objetivos generales de la investigación**

Conocer la percepción que tienen los grupos de interés en torno a la inserción laboral de los discapacitados.

Conocer el nivel de notoriedad del Grupo SIFU en este ámbito.

### **3. Universo**

Empresas con más de 50 trabajadores en toda España

Personas con discapacidad y/o sus familiares o amigos

### **4. Metodología**

#### **4.1. Cualitativa**

Dinámica de grupo con una muestra estratificada. (5 personas)

Entrevistas a Directores de RH de empresas que cumplan con el perfil del universo. (3 entrevistas)

#### **4.2. Cuantitativa**

Encuesta autosuministrada, realizando una selección muestral por cuotas, es decir con las empresas anteriormente mencionadas: de más de 50 trabajadores y ubicadas en España. (38 empresas)

### **5. Dinámica de grupo**

#### **5.1. Introducción**

A continuación se presentan los resultados del análisis de la dinámica de grupo realizada el pasado 11 de marzo de 2010, en la sala Odón de Buen de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Barcelona.

La dinámica de grupo tuvo una duración de una hora y diez minutos y participaron en total cinco personas, de las diez convocadas.

#### **5.2. Objetivos**

Conocer la percepción que tienen los grupos de interés en torno a la inserción laboral de los discapacitados.

Conocer el nivel de notoriedad de los Centros Especiales de Empleo (CEE) y del Grupo SIFU.

#### **5.3. Aspectos que se abarcan**

Nivel de conocimiento respecto a la discapacidad y los tipos de capacidad

Nivel de conocimiento respecto a la LISMI (Ley de Integración Social de los Minusválidos)

Nivel de conocimiento respecto a los Centros Especiales de Empleo

Imagen del Grupo SIFU.

#### 5.4. Perfil de los participantes

Mayor de edad

Residente en Barcelona

Personas con discapacidad y/o sus familiares o amigos

- Carla, estudiante, 20 años, familiar
- Ana, abogada, 30 años, discapacitada
- Albert, ingeniero, 49 años, discapacitado
- Elisa, técnico de empresas turísticas, 50 años, discapacitada
- Marina, educadora, 23 años, amiga
- Moderador 1: Omar Maraima
- Moderador 2: David Lamora

#### 5.5. Pauta de discusión

Hola, buenas tardes, muchas gracias por asistir a esta dinámica de grupo. Como les comenté cuando les hice la invitación, somos estudiantes del Máster de Comunicación Empresarial de la Universidad de Barcelona y lo que haremos a continuación es poner en práctica una herramienta de investigación de mercados, una de las materias que tenemos en el máster. Nuestra tesina está relacionada con el tema de la discapacidad y es por ello que nos gustaría tratar este tema con vosotros.

Antes de comenzar, les comento que la dinámica de grupo será grabada y la utilización de esta filmación será únicamente para fines académicos y de transcripción. ¿Están de acuerdo? La dinámica tendrá una hora de duración y la idea es que se propicie la conversación y la discusión, así que siéntanse siempre libres de hablar e intervenir.

##### *5.5.1. Percepción de la discapacidad*

Impresiones sobre la discapacidad en general

Definición de discapacitado

Cuando se habla de discapacidad ¿qué es lo primero que se les viene a la mente, con qué lo suelen relacionar?

Trato de la sociedad respecto a los discapacitados

##### *5.5.2. Discapacidad y leyes*

Conocimiento de leyes sobre discapacidad

Opinión sobre esas leyes

Necesidad de crear más leyes o no

Propuestas de mejoras

##### *5.5.3. Discapacidad y trabajo*

Su opinión sobre la discapacidad y el trabajo

Relatar experiencias de trabajo con discapacitados

Conocimiento de Centros Especiales de Empleo

Valoración de los Centros Especiales de Empleo

¿Recomendarían a sus familiares o amigos discapacitados ir a un Centro Especial de Empleo?

##### *5.5.4. Imagen de marca*

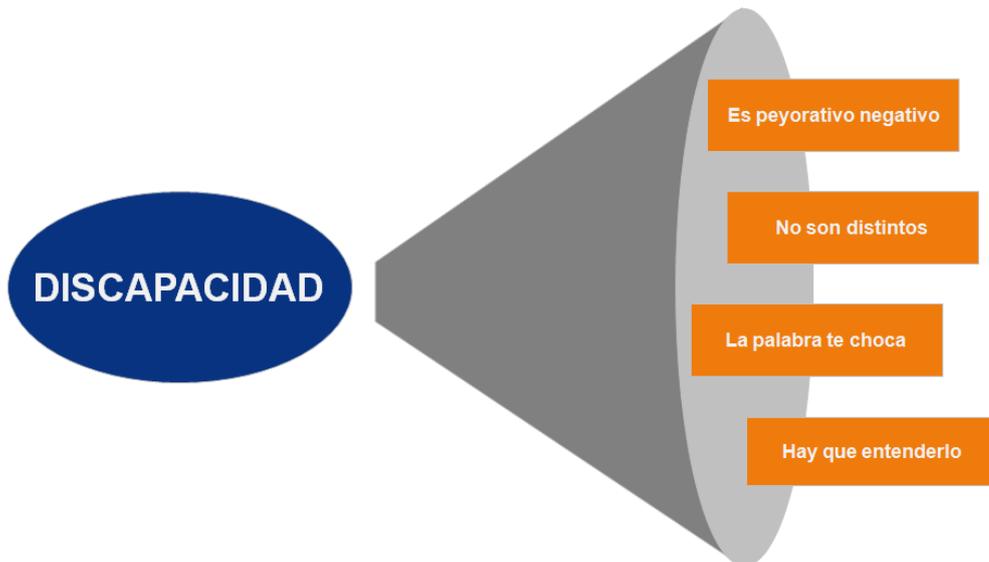
¿Qué Centros Especiales de Empleo conocen?

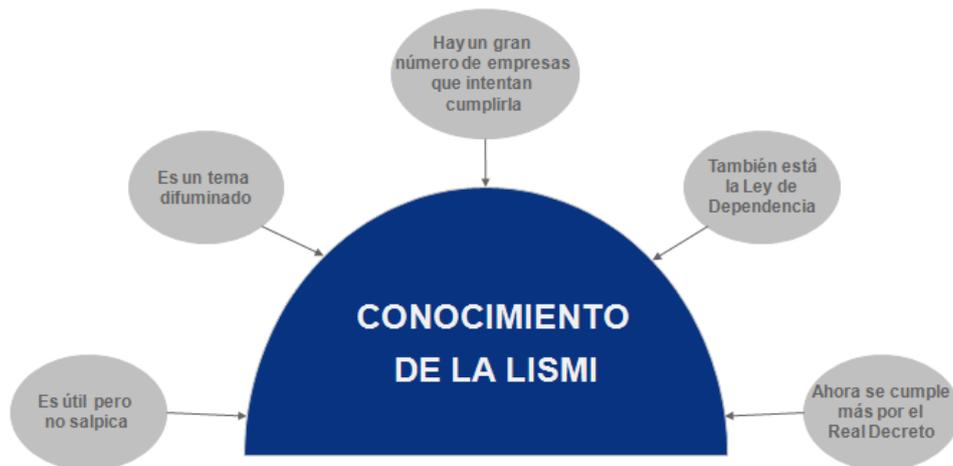
Antes de finalizar, ¿alguien quiere hacer un comentario?

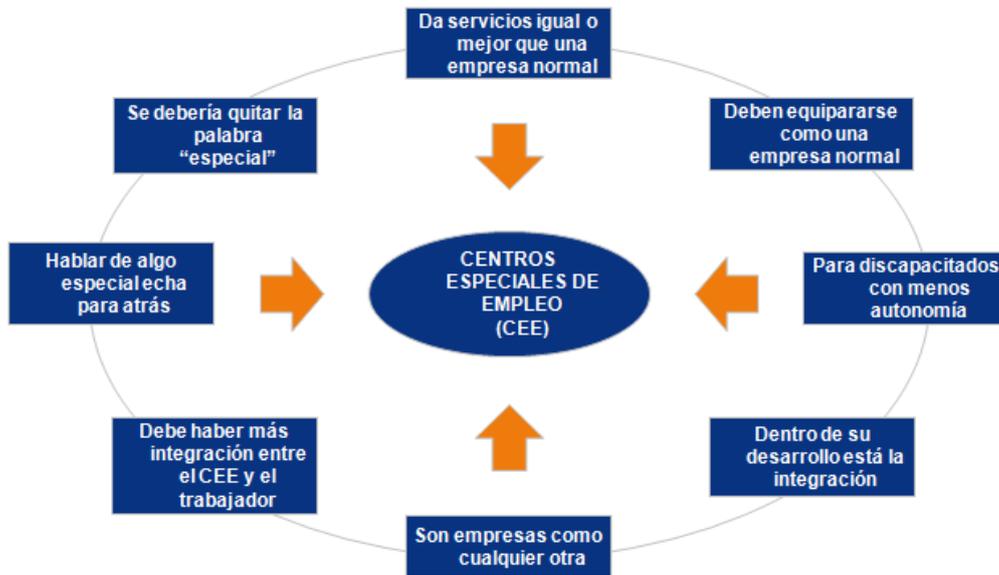
Muchas gracias por su asistencia y colaboración.

#### 5.6. Transcripción

La transcripción íntegra se adjunta en formato Word. Anexo B







## 5.7. Conclusiones

### 5.7.1. *La discapacidad*

La persona con discapacidad es definida como aquella que tiene limitaciones y dificultades para su desarrollo diario.

El término discapacidad es visto como peyorativo.

Son personas diferentes como cualquiera: "todos somos diferentes".

Proponen hablar de capacidades distintas, en vez de discapacidad.

La sociedad debe amoldarse a los discapacitados, tal y como lo hacen ellos.

Se identifica la amplitud de los distintos tipos de discapacidad, pero se aclara que la mayoría de las veces el término se asocia sólo a enfermedades muy graves o a sillas de ruedas.

El trato a las personas con discapacidad debe ser como el que le darías a cualquier persona, sin excederse, mostrar lástima ni compasión.

Con frecuencia se mencionan como "personas normales" a aquellas que no tienen ningún tipo de discapacidad.

### 5.7.2. *La discapacidad y las leyes*

La Ley de Integración Social del Minusválido (LISMI) es considerada útil, pero en determinados apartados no es muy clara.

Hay muchas empresas que intentan cumplir la ley y son pocas las que intentan evadirla.

El cumplimiento de la ley ahora es mayor, luego de la aprobación del Real Decreto de Medidas Alternativas para el cumplimiento de la LISMI.

### 5.7.3. *La discapacidad y el trabajo*

Las personas con discapacidad son capaces de desarrollar funciones dentro de una empresa.

Las personas con discapacidad suelen trabajar más motivadas por la oportunidad que se les da.

El desarrollo laboral es parte de la personalidad y la satisfacción.

Se debe trabajar entre todos para que las personas con discapacidad lleguen a su auto realización.

Los Centros Especiales de Empleo (CEE) son empresas como cualquier otra, que buscan el beneficio económico.

Los CEE son recomendados para trabajadores discapacitados que tengan menos autonomía.

Prestan igual o mejor servicio que una empresa normal.

Se recomienda quitar el término "especial" del nombre de los CEE.

El CEE debe prestar mayor atención a sus empleados que el resto de las organizaciones.

El entorno muchas veces dificulta el traslado y la accesibilidad de los trabajadores a sus empresas.

La discapacidad es considerada una oportunidad tanto para la persona que quiere trabajar, como para la empresa que debe cumplir la ley.

La persona discapacitada debe ver que tiene una "gran" oportunidad para ser mejor que los demás en el desempeño de su trabajo.

El entorno laboral y social debe ayudar a que la persona con discapacidad se integre.

### 5.7.4. *Imagen de Grupo SIFU*

Entre los Centros Especiales de Empleo o fundaciones que trabajan con personas discapacitadas fueron mencionados la ONCE (con énfasis en el tono), Grupo SIFU y Barca Nova.

## 6. Entrevistas

### 6.1. Introducción

A continuación se presentan los principales resultados de las entrevistas realizadas a tres directores de recursos humanos durante el mes de marzo (3, 4 y 12) del 2010, en sus respectivas oficinas.

Las entrevistas tuvieron una duración entre 20 y 30 minutos cada una.

### 6.2. Objetivo específico

Conocer la percepción y atributos más importantes de un CEE según nuestro universo, para posteriormente, utilizar éstos atributos en la investigación cuantitativa.

### 6.3. Aspectos que se abarcan

Centros Especiales de Empleo (funciones, características, etc.)

Experiencias (actuales o pasadas) con algún CEE

Atributos más importantes de un CEE

Ventajas competitivas de los CEE

Conocimiento del Grupo SIFU

Opinión de la LISMI

Opinión respecto a la relación LISMI-CEE

### 6.4. Perfil de los directivos

Directores de recursos humanos de empresas de más de 50 empleados que trabajen en cualquier lugar de España.

### 6.5. Directivos

Joan Milá - Director RRHH Baker&Mckenzie

Jaime Rivero- Director de RRHH Ernst & Young Barcelona

Ricard Llord - Director de RRHH del Hospital de l' Espirit Sant

### 6.6. Pauta

Breve introducción respecto a quienes somos y a nuestra tesina, así como la finalidad de la entrevista: alumnos de la Universidad de Barcelona que realizamos un Plan de Comunicación Integral para el Grupo SIFU y en específico, para una investigación de mercado tomando a consideración a Directores de Recursos Humanos de diversas organizaciones.

Aclarar que será una plática corta (media hora - una hora máximo) y será grabada sólo con fines académicos.

Centros Especiales de Empleo (funciones, características, etc.)

Experiencias (actuales o pasadas) con algún CEE

Atributos más importantes de un CEE

Ventajas competitivas de los CEE

Conocimiento del Grupo SIFU

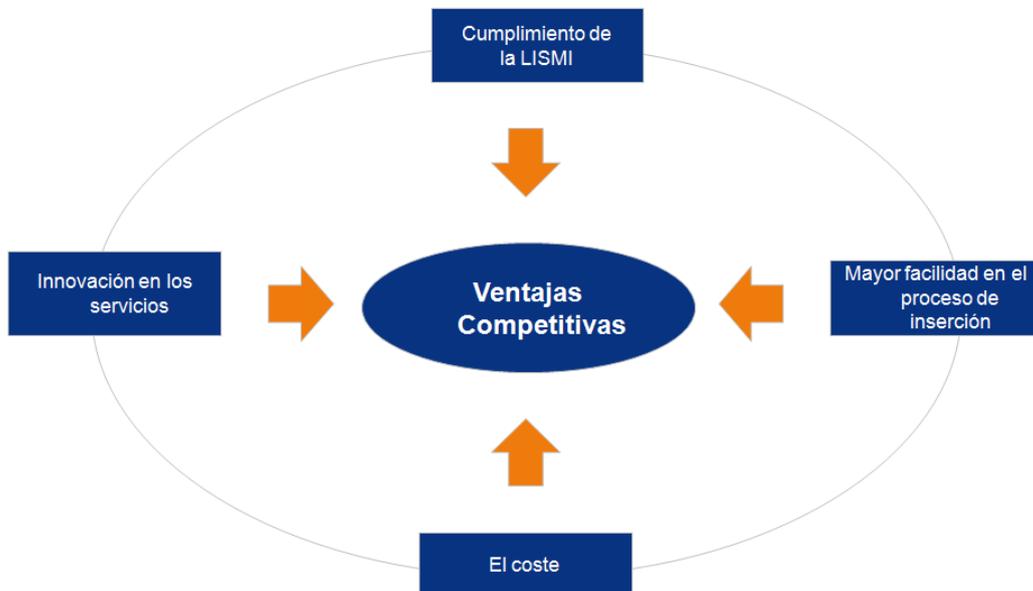
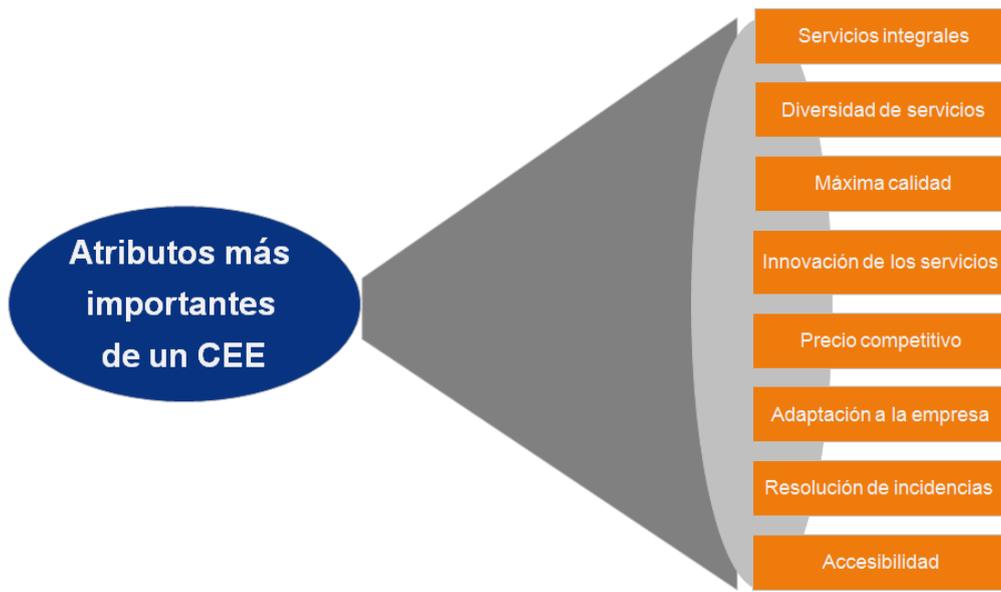
Opinión de la LISMI

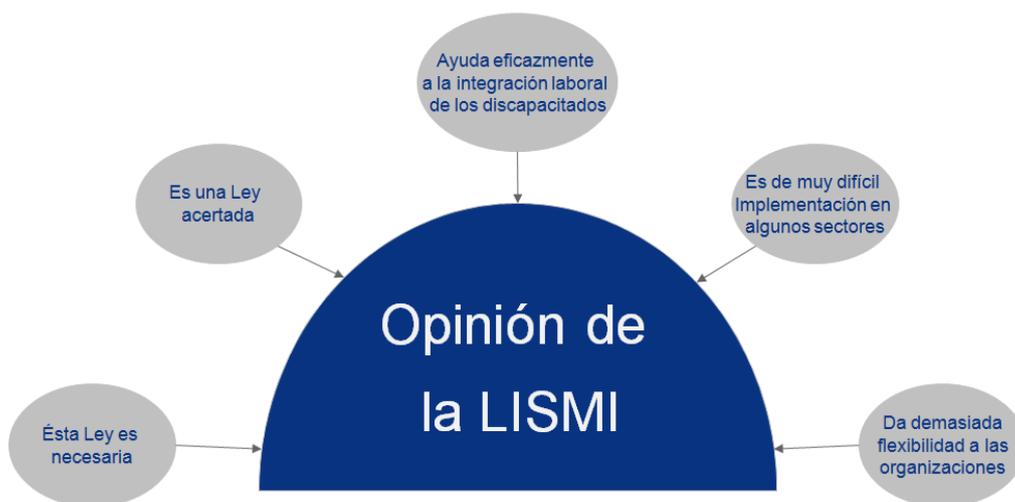
Opinión respecto a la relación LISMI-CEE

### 6.7. Transcripción

La transcripción de cada una de las entrevistas se adjunta en formato Word. Anexo A







#### Opinión respecto a la relación LISMI-CEE

- ▶ Los CEE difícilmente existirían sin los beneficios esta Ley.
- ▶ Lo que importa es integrar a estas personas y los medios, de estos CEE seguramente, habrá uno mejor que otro, pero en general, lo que hacen es necesario.
- ▶ No miraría tanto el beneficio en las empresas, sino en las personas, creo que la Ley es de mucho beneficio para ellos .

#### Comentarios extras

- ▶ Sería muy importante poder contabilizar cuál es el cumplimiento de la Ley por parte de las empresas.
- ▶ Sé que la integración de un discapacitado es normal y bastante buena, es un compañero más.
- ▶ Uno tiene sus estereotipos, sus prejuicios pero una vez que te toca trabajar al lado de algún discapacitado, todos estos esquemas se rompen.

## Conclusiones

### Conocimiento de los Centros Especiales de Empleo

- Un entrevistado conoce a profundidad los CEE y actualmente, dos tienen relación directa con ellos.

### Experiencias (actuales o pasadas) con algún CEE

- En general tienen una buena percepción de los CEE gracias a las experiencias que han tenido con ellos y a la convivencia con algún discapacitado en su ámbito laboral. Los tres entrevistados ven esta experiencia como positiva.

### Atributos más importantes de los CEE

- Los atributos enlistados anteriormente son los que se utilizarán en la encuesta en la investigación cuantitativa.

### Opinión respecto a la LISMI

- Todos la consideran como una Ley importante y acertada. El área de oportunidad de la misma es generar que todas las empresas la cumplan.

### Relación LISMI-CEE

- Los tres entrevistados consideran que muy probablemente los CEE no existirían sin la LISMI.

## 7. Encuestas

### 7.1. Introducción

A continuación se presentan los principales resultados de las encuestas realizadas a empresas españolas del 5 al 24 de marzo de 2010. La información obtenida durante el trabajo de campo ha sido tabulada y analizada con la finalidad de resaltar los aspectos y conclusiones más relevantes de la investigación.

Dichas encuestas fueron realizadas electrónicamente a través de la página web SurveyMonkey.com, y participaron en total 38 empresas accediendo al siguiente link:

<http://www.surveymonkey.com/s/investigacionsobrediscapacidad>

### 7.2. Objetivos específicos

Conocer la percepción que tienen las empresas españolas en relación a la inserción laboral de los discapacitados.

Conocer el nivel de notoriedad del Grupo SIFU en este ámbito.

Conocer los medios de preferencia para obtener información sobre Centros Especiales de Empleo.

### 7.3. Aspectos que se abarcan

Nivel de conocimiento respecto a la LISMI (Ley de Integración Social de los Minusválidos)

Nivel de conocimiento respecto a los Centros Especiales de Empleo (CEE)

Nivel de interés para la contratación de servicios de un CEE

Imagen del Grupo SIFU

- Personal de RR.HH.
- Empresa española
- Plantilla con 50 empleados o más

#### 7.4. Perfil de los encuestados

Personal de RRHH  
Empresa española  
Plantilla con 50 empleados o más

#### 7.5. Encuestados

- ABERTIS INFRAESTRUCTURAS
- ASAS SYSTEMS
- BASF ESPAÑOLA
- BAYER HISPANIA
- BOEHRINGER INGELHEIM
- BRICO DEPOT ESPAÑA
- LA CAIXA
- CAJA DE MADRID
- CARGILL S.L.U.
- CHUPA CHUPS
- COLOMER BEAUTY
- COMSA
- DANONE
- DEUTSCHE BANK
- ESTEVE TEIJIN HEALTHCARE
- FRANKIE & BENNY'S
- G.E. CAPITAL BANK
- GAS NATURAL
- GRUPO CODORNIU
- GRUPO PLANETA
- HEWLETT-PACKARD
- MATTEL ESPAÑA
- NESTLE ESPAÑA
- NISSAN
- NOVARTIS FARMACEUTICA
- UNILEVER ESPAÑA
- VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA

#### 7.6. Encuesta

La encuesta fue suministrada vía correo electrónico y también fue incluida como mensaje de foro en diferentes grupos temáticos de redes sociales profesionales (Xing, LinkedIn, Viadeo) y en redes generalistas (Facebook). De este universo representativo se obtuvo una muestra de 38 personas que han respondido el cuestionario.

La primera pregunta se generó a modo de filtro ya que únicamente empresas de más de 50 trabajadores están obligadas al cumplimiento de la LISMI o de las medidas alternativas. Además sólo se ha tenido en cuenta los responsables de RRHH o de compras que son los encargados de las contrataciones y de las entradas de recursos en las empresas.



## Investigación sobre discapacidad

1. ¿Trabaja usted en el Departamento de RRHH de una empresa de más de 50 empleados?

- Sí  
 No

[Siguiete >>](#)

## Investigación sobre discapacidad

2. ¿En cuál(es) provincia(s) se encuentra ubicada la empresa para la cual trabaja?

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> En toda España     | <input type="checkbox"/> Cuenca         | <input type="checkbox"/> Palencia               |
| <input type="checkbox"/> Álava              | <input type="checkbox"/> Girona         | <input type="checkbox"/> Las Palmas             |
| <input type="checkbox"/> Albacete           | <input type="checkbox"/> Granada        | <input type="checkbox"/> Pontevedra             |
| <input type="checkbox"/> Alicante           | <input type="checkbox"/> Guadalajara    | <input type="checkbox"/> La Rioja               |
| <input checked="" type="checkbox"/> Almería | <input type="checkbox"/> Guipúzcoa      | <input type="checkbox"/> Salamanca              |
| <input type="checkbox"/> Asturias           | <input type="checkbox"/> Huelva         | <input type="checkbox"/> Segovia                |
| <input type="checkbox"/> Ávila              | <input type="checkbox"/> Huesca         | <input type="checkbox"/> Sevilla                |
| <input type="checkbox"/> Badajoz            | <input type="checkbox"/> Islas Baleares | <input type="checkbox"/> Soria                  |
| <input type="checkbox"/> Barcelona          | <input type="checkbox"/> Jaén           | <input type="checkbox"/> Tarragona              |
| <input type="checkbox"/> Burgos             | <input type="checkbox"/> León           | <input type="checkbox"/> Santa Cruz de Tenerife |
| <input type="checkbox"/> Cáceres            | <input type="checkbox"/> Lérida         | <input type="checkbox"/> Teruel                 |
| <input type="checkbox"/> Cádiz              | <input type="checkbox"/> Lugo           | <input type="checkbox"/> Toledo                 |
| <input type="checkbox"/> Cantabria          | <input type="checkbox"/> Madrid         | <input type="checkbox"/> Valencia               |
| <input type="checkbox"/> Castellón          | <input type="checkbox"/> Málaga         | <input type="checkbox"/> Valladolid             |
| <input type="checkbox"/> Ciudad Real        | <input type="checkbox"/> Murcia         | <input type="checkbox"/> Vizcaya                |
| <input type="checkbox"/> Córdoba            | <input type="checkbox"/> Navarra        | <input type="checkbox"/> Zamora                 |
| <input type="checkbox"/> La Coruña          | <input type="checkbox"/> Orense         | <input type="checkbox"/> Zaragoza               |

[<< Anterior](#)

[Siguiete >>](#)

3. El siguiente cuestionario girará en torno a la inserción laboral de los discapacitados.  
¿Conoce usted la Ley de Inserción Social del Minusválido (LISMI)?

- Sí  
 No

[<< Anterior](#)

[Siguiete >>](#)

4. Si no se cumple con los requisitos de la LISMI una empresa puede acogerse a las siguientes alternativas, ¿Cuál de las siguientes elegiría usted?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="radio"/> Compra de bienes y/o servicios a un Centro Especial de Empleo | <input type="radio"/> Donación o patrocinio a una fundación para discapacitados |
| <input type="radio"/> Contratación de un trabajador autónomo discapacitado          | <input type="radio"/> Creación de un Enclave Laboral                            |

[<< Anterior](#)

[Siguiete >>](#)

**5. ¿Sabe qué es un Centro Especial de Empleo?**

- Sí
- No

<< Anterior      Siguiente >>

**6. Enumere algunos CEE que usted conozca.**

Centro Especial de Empleo

Centro Especial de Empleo

Centro Especial de Empleo

<< Anterior      Siguiente >>

**7. ¿Contrata actualmente servicios de algún Centro Especial de Empleo?**

- Sí
- No

<< Anterior      Siguiente >>

**8. ¿Cuál es el Centro Especial de Empleo contratado?**

**¿Qué servicios le presta?**

Centro Especial de Empleo

Servicios que presta

<< Anterior      Siguiente >>

**9. Si solicitara servicios a un Centro Especial de Empleo ¿Qué nivel de importancia le daría a cada uno de los siguientes aspectos?**

	Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante
Servicios integrales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diversidad de servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Máxima calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Innovación en los servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio competitivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adaptación a su empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Resolución de incidencias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accesibilidad a cargo del CEE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input type="text"/>			

<< Anterior      Siguiente >>

**NOTA:** Para el diseño de esta tabla se han extraído los atributos destacados por los directores de recursos humanos durante las entrevistas previas.

**10. ¿Conoce usted al Centro Especial de Empleo GRUPO SIFU?**

- Sí
- No

[<< Anterior](#) [Siguiente >>](#)

**11. ¿Podría decirnos qué servicios le ha ofrecido?**

- |  |                                      |                                      |
|--|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Limpieza      | <input type="checkbox"/> Garajes     | <input type="checkbox"/> Jardinería  |
| <input type="checkbox"/> Instalaciones | <input type="checkbox"/> Gasolineras | <input type="checkbox"/> Manipulados |
| <input type="checkbox"/> Conserjería   | <input type="checkbox"/> Recepción   |                                      |

Otros servicios (p.e. diseño, suministros, inmobiliario, formación, transporte)

[<< Anterior](#) [Siguiente >>](#)

**12. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre los Centros Especiales de Empleo?**

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Televisión       | <input type="checkbox"/> Internet       | <input type="checkbox"/> Teléfono         |
| <input type="checkbox"/> Prensa / Revista | <input type="checkbox"/> Redes sociales | <input type="checkbox"/> Visita comercial |
| <input type="checkbox"/> Radio            | <input type="checkbox"/> Correo Postal  | <input type="checkbox"/> Ferias           |

Otros

[<< Anterior](#) [Siguiente >>](#)

**13. ¿Cree Ud. que existe algún otro aspecto que considere oportuno mencionar?**

[<< Anterior](#) [Siguiente >>](#)

## Investigación sobre discapacidad

**14. MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN / MOLTES GRÀCIES PER LA SEVA COL·LABORACIÓ / THANK YOU FOR YOUR COOPERATION**

¿Desea recibir los resultados de nuestra investigación?

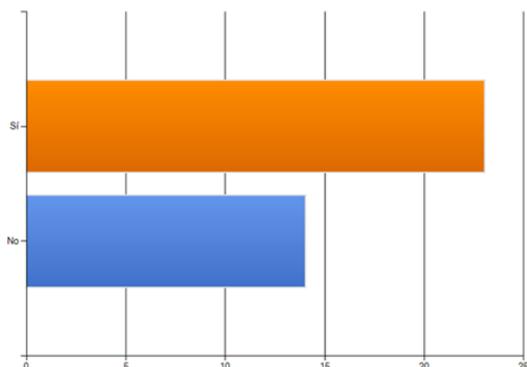
Introduzca su e-mail



[<< Anterior](#) [¡Enviar!](#)

## Análisis

¿Trabaja usted en el Departamento de RRHH de una empresa de más de 50 empleados?

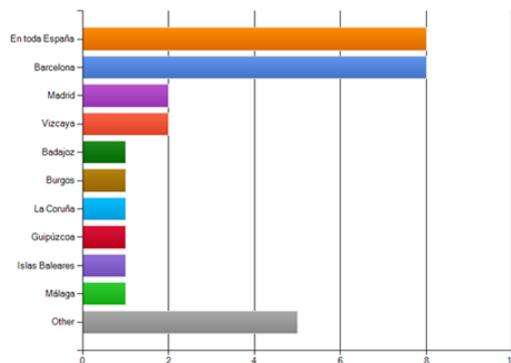


Como podemos observar, en este cuestionario un 63,2% de los entrevistados trabajan en el departamento de RRHH de una empresa de más de 50 empleados. El resto no son objeto muestral.

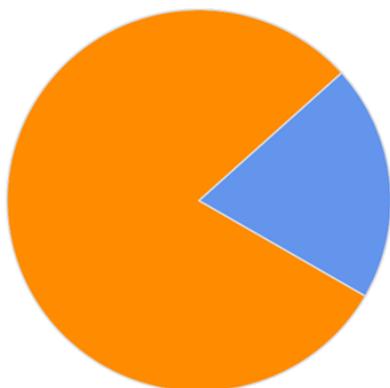
Las empresas que han participado en este estudio están distribuidas geográficamente en torno a un criterio de provincias españolas.

Como podemos observar el 38,1% operan en todo el territorio español y el otro 38,1% en Barcelona.

¿En cuál(es) provincia(s) se encuentra ubicada la empresa para la cual trabaja?



El siguiente cuestionario girará en torno a la inserción laboral de los discapacitados. ¿Conoce usted la Ley de Inserción Social del Minusválido (LISMI)?



Con respecto a las medidas alternativas al cumplimiento de la LISMI, el 50% se inclina por la compra de bienes y/o servicios a un Centro Especial de Empleo, el 25% por la donación o patrocinio a una fundación de discapacitados y el resto por la creación de un enclave y la contratación de un autónomo.

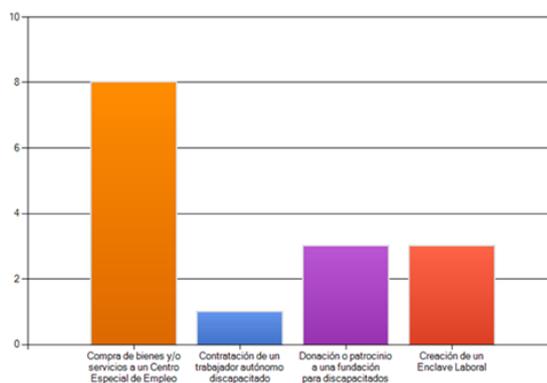
Se evidencia una preferencia por recursos materiales ante la no contratación de recursos humanos.

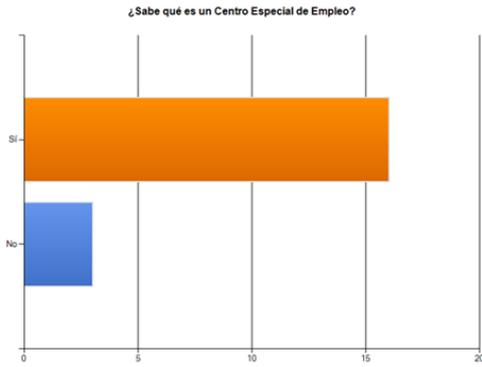
En esta pregunta se plantea el conocimiento sectorial sobre los Centros Especiales de Empleo por parte de los responsables de RRHH.

Como observamos se distribuye mayoritariamente en un 81% el conocimiento de la LISMI. Podemos determinar que 8 de cada 10 responsables de RRHH de empresas de más de 50 empleados conoce la principal normativa que regula la discapacidad en la empresa.

Si  
No

Si no se cumple con los requisitos de la LISMI una empresa puede acogerse a las siguientes alternativas. ¿Cuál de las siguientes elegiría usted?





El 80% de los encuestados sabe qué es un Centro Especial de Empleo. Para esta pregunta se aplicó la técnica del *recall* inducido para saber el *top of mind* en el sector de CEE.

El CEE que se mencionó más veces en primer lugar es Femarec, seguido por Grupo SIFU y luego las empresas Acidh y Diswork.

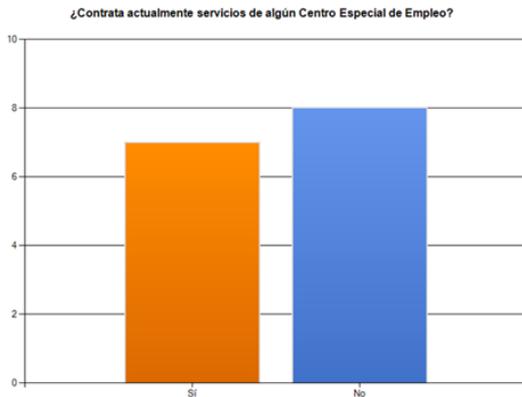
Fundosa fue mencionada únicamente en el segundo o tercer campo.

Enumere algunos CEE que Ud. conozca

1. DISWORK
2. Femarec
3. illes baleares amadit esment
4. Taller DAU
5. Fundación Privada FEMAREC
6. ACIDH
7. IPRES
8. once
9. Workdis
10. ranzaril
11. SIFU
12. SERMES
13. Fundación FEMAREC
14. Grupo Sifu

1. CIFU
2. CET ACIDH
3. FUNDOSA
4. Cooperativa La Fageda
5. SIFU
6. simpromi
7. Integra
8. Iantegi
9. DISWORK
10. FEMAREC
11. Opportunity

1. FEMAREC
2. Fundación CARES
3. Insercoop
4. SUPORT24
5. Fundosa
6. Apadis



El 53,3% de los encuestados no contrata actualmente servicios en Centros Especiales de Empleo. Se concluye por tanto que sólo la mitad de responsables de RRHH que están obligados a cumplir la LISMI recurren a estos centros para contratar personas con discapacidad.

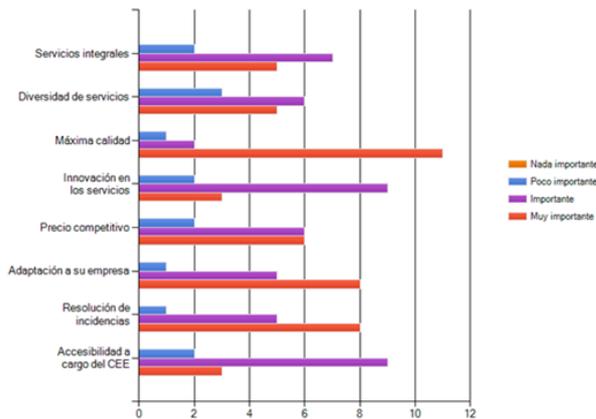
Los responsables de RRHH que sí contratan estos servicios lo hacen con Diswork, Femarec, Grupo SIFU y Fundosa.

¿Cuáles el CEE contratado y qué servicios le presta?

1. DISWORK
2. FEMAREC
3. fundosa
4. DISWORK
5. SERMES y FEMAREC
6. FUNDACION FEMAREC
7. Grupo Sifu

1. VIGILANCIA
2. Reciclaje papel
3. nos suministran las cestas de navidad a nivel nacional
4. LIMPIEZA
5. manipulaciones y recidajes
6. Telefonía, recepción ...

Si solicitara servicios a un Centro Especial de Empleo ¿Qué nivel de importancia le daría a cada uno de los siguientes aspectos?



En esta pregunta se indujo a los encuestados el *recall* de la marca SIFU, para conocer la imagen de marca de nuestro cliente.

El 50% de los encuestados conoce el Grupo SIFU. Aunque, sólo un 14% contrata sus servicios.

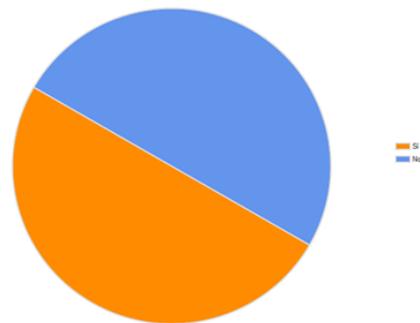
Solo un 10% de los encuestados recuerda la marca SIFU sin inducirsela primero.

El siguiente gráfico de barras determina los atributos que más valoran los encuestados cuando han de contratar un CEE. La pregunta está estructurada de manera que sea una escala de valoración.

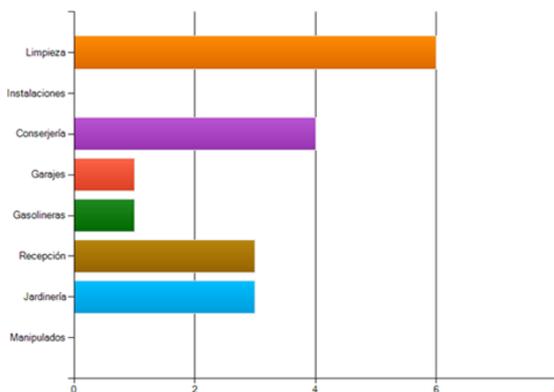
La máxima calidad fue puntuado como un atributo "muy importante" por un 78,6%, seguido por la resolución de incidencias y la adaptación de los servicios con un 57,1%. El precio también es considerado por los encuestados como un factor "importante" y "muy importante".

La innovación y la accesibilidad a cargo del CEE son aspectos que se valoran como "importantes".

¿Conoce usted al Centro Especial de Empleo GRUPO SIFU?



¿Podría decirnos qué servicios le ha ofrecido?



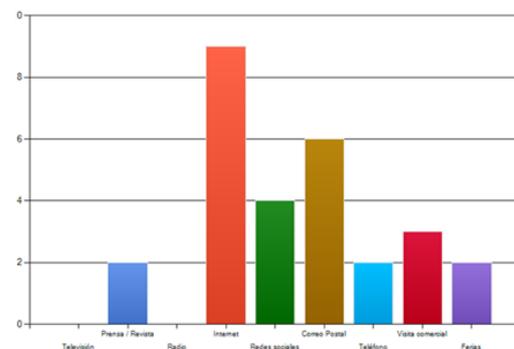
Los servicios más contratados por los encuestados que han sido clientes de Grupo SIFU son: limpieza (33%), conserjería (22%) y recepción y jardinería (16,7%), respectivamente.

El resto de servicios ofrecidos por el Grupo SIFU tienen un porcentaje menor de diez puntos. Algunos de los servicios que ofrece el CEE (instalaciones y manipulados) no han sido contratados por los encuestados.

Para cerrar la encuesta, se preguntaron los medios y canales de comunicación, a través de los cuales, los clientes o potenciales clientes de Grupo SIFU desean recibir información de la empresa.

Internet (58,8%) es el canal que mayormente es elegido para recibir información sobre el CEE. En segundo lugar el correo postal (35,3%) y en tercera posición la presencia en redes sociales (23,5%).

¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre los Centros Especiales de Empleo?



## Conclusiones encuesta

- *Conocimiento de la LISMI*

El 81% de los encuestados está familiarizado con la ley.

Entre las alternativas de cumplimiento de LISMI figura con mayor aceptación la contratación de servicios / compra de productos a un Centro Especial de Empleo (50%).

- *Centros Especiales de Empleo*

El 80% de los encuestados sabe lo que es un CEE.

Los CEE de mayor recordación son Femarec, Grupo SIFU y Diswork,.

El 46% de los encuestados sí contratan servicios a CEE. De los cuales Diswork y Femarec figuran como los más contratados.

El aspecto más importante a considerar en las empresas al momento de solicitar servicios a un CEE es la máxima calidad, le siguen la resolución de incidencias y adaptación a la empresa cliente.

- *Grupo SIFU*

El 50% de los encuestados conoce al Grupo SIFU.

El servicio de limpieza es el que más han contratado las empresas encuestadas.

- *Medios de información*

Con un 56,3% Internet ha sido clasificado como el medio de mayor preferencia para recibir información sobre CEE.

Correo postal con un 37,5% y redes sociales con un 25%, son las dos siguientes opciones con mayor aceptación.

Radio y TV no han sido considerados como medio para ser informados.

## 8. Conclusiones generales

La mayoría de las personas asocia el término discapacidad con enfermedades notorias, es decir, aquellas como síndrome de down, enfermedades degenerativas o inmovilidad. Esta percepción afecta en la inserción laboral de dicho colectivo, ya que se considera que la discapacidad será un obstáculo y que la organización tendrá que adaptarse. Ante esta situación, el CEE debe aportar soluciones integrales y ofrecer servicios que garanticen una inserción viable para la empresa y satisfactoria para el trabajador.

En el sector empresarial, hay un alto cumplimiento de la LISMI y contratación de servicios de CEE, donde además de estar apegados a la ley buscan servicios de máxima calidad.

Los CEE son considerados como cualquier empresa que busca la rentabilidad económica, pero se percibe una falta de difusión de las ventajas que ofrecen para el cumplimiento de la ley y para que las personas con discapacidad los consideren como una opción de trabajo.

Se debe potenciar el acercamiento a los empresarios para promover sus servicios y dar a conocer las bondades que conlleva su contratación.

Grupo SIFU es recordado por 50% de los encuestados, sin embargo, el CEE *top of mind* es FEMAREC.

En cuanto a la comunicación, se debe tomar en cuenta que la percepción de las palabras “discapacidad” y “especial” (refiriéndose a los Centros Especiales de Empleo) son vistas como peyorativas. En este sentido, se debe procurar utilizar lo menos posible estas palabras y en su lugar potenciar las capacidades de los trabajadores y presentar al Centro como un prestador de servicios integrales.

También se debe destacar en la comunicación los atributos de máxima calidad en los servicios que presta Grupo SIFU y la capacidad que tiene para resolver incidentes y adaptarse a los requerimientos de sus clientes.

Como eje de comunicación a establecer con empresas, de esta investigación concluimos que los medios digitales serían los más apropiados, reforzado con una estrategia BTL como visitas comerciales o buzoneo.

## ANEXO A: Entrevistas

### Entrevista 1

**Joan Milá**

**Director RRHH Baker&Mckenzie**

**joan.mila@bakermckenzie.com**

#### Centros Especiales de Empleo

*¿Conoce los Centros Especiales de Empleo?*

“Sí los conozco, pero no a profundidad ni tengo trato directo con ellos”

*¿Contrata algún tipo de servicio con un CEE?*

“No”

#### Experiencias (actuales o pasadas) con algún CEE

“He intentado contratar servicios de empresas de discapacitados. En cuanto a la contratación directa de discapacitados, estoy abierto a ello cuando aparezcan los perfiles que yo puedo incluir en un despacho de abogados. En este caso serían recepción y administración. Actualmente, en estos momentos no tengo a nadie contratado con discapacidad y hemos pedido la exención.”

#### Atributos más importantes para contratar un CEE

“Lo más importante de un CEE es que sus servicios se presten con la misma calidad o superior a los de una empresa de servicios sin discapacitados”

#### Ventajas competitivas de un CEE

“Por una parte, el cumplimiento de la ley (para ser contratado como centro especial), con una cierta identificación con los objetivos de la Ley y por otra, una cierta predisposición a pagar un poco más al objeto de cumplir la Ley y al objeto de hacer una acción social que beneficia también al prestigio profesional de la firma.

Además la innovación en los servicios, un CEE debería hacer vender servicios y no ofrecer discapacitados. Lo que deberían hacer es ampliar la oferta, es decir, como ya en el mercado están las más comunes (cuestiones de archivo, gestión de residuos, papel, cartón, fotocopiadoras, faxes, catering, etc.) pues tenemos que encontrar grupos de actividades diferentes que sean novedades en el mercado”

#### Conocimiento del Grupo SIFU

*¿Conoce al Grupo SIFU?*

“No lo conozco”

#### Opinión de la LISMI

“Yo creo que es una buena ley, creo que ayuda eficazmente a la integración laboral de los discapacitados y por lo tanto, lo que tenemos que conseguir por un lado mediante la concienciación, mediante la acción coercitiva de la administración y mediante la demostración de las capacidades de estas empresas de discapacitados que pueden prestar servicios con la misma calidad que los de una empresa sin discapacitados, para obtener los objetivos que se plantea la ley y que tiene que plantearse la sociedad que es la de integrar socio laboralmente a sus discapacitados”

#### Opinión respecto a la relación LISMI-CEE

*¿Considera que es una ventaja competitiva para los CEE como el Grupo SIFU?*

“Por supuesto, por cuanto SIFU difícilmente existiría sin los beneficios de la ley o tendría un mercado más restringido sin los beneficios de la Ley”

*¿Cuál es la imagen que tiene de los CEE que trabajan con la LISMI?*

“Buena. Para nada siento que se aprovechan de la Ley, al contrario.”

*¿Considera que sus empleados en Baker&Mckenzie tendrían alguna restricción u oposición a trabajar con discapacitados?*

“En absoluto.”

Comentarios extras:

“Sería muy importante poder contabilizar cuál es el cumplimiento de la Ley por parte de las empresas catalanas, intentando encontrar cifras de aquellas empresas que efectivamente tienen contratados discapacitados y por lo tanto se benefician de los beneficios de la ley. Además de aquellas empresas que han solicitado la exención, por lo tanto contratan servicios a empresas de discapacitados y por último, una cifra más complicada, aquellas empresas en las que se presume que no cumplen con la ley.”

## Entrevista 2

**Jaime Rivero**

**Director de RRHH Ernst & Young**

**jaime.riveroberastegui@es.ey.com**

### Centros Especiales de Empleo

*¿Conoce los Centros Especiales de Empleo? (funciones, características, etc.)*

“Sí, a lo que se dedican es al personal con algún tipo de discapacidad, integrarlo en un entorno laboral normalizado. Nosotros colaboramos con Fundosa, que es la fundación de la ONCE, para este tipo de acciones, y sí tenemos integrados algunas personas con discapacidad. Aparte de tomar en cuenta que por Ley, estamos obligados a tener un porcentaje mínimo de personal con algún tipo de discapacidad reconocida o si no es así, estamos obligados a hacer determinadas donaciones a empresas u organismos que se encarguen a la integración de los discapacitados.”

### Experiencias (actuales o pasadas) con algún CEE

*¿Contrata algún tipo de servicio con un CEE?*

“Actualmente, trabajamos con la ONCE, en Madrid, en un Departamento que es de Riesgos, lo que tenemos es a dos personas con deficiencia visual y la ONCE en ese sentido está muy bien, porque además te provee equipo, un teclado especial con braille y es con ellos con los que trabajamos por ahora. También estamos en contacto con fundaciones de personas con esclerosis múltiple. Pero en concreto, por ahora solo trabajamos con la ONCE.

En Madrid, éstas personas están en puestos igual que sus compañeros, aparte también la persona que se encarga de repartir el correo tiene una deficiencia mental, luego tenemos a dos personas dentro del Departamento de Riesgos que básicamente podría decirse que son consultores, realizan el trabajo de cualquiera de las personas que trabajan con nosotros y de lo que se encargan es de la parte de un análisis de riesgo, es un análisis muy matemático, muy estadístico, muy interesante y ellos se encargan de lo mismo, lo único es que tienen un equipo más grande y habilitado para ellos. Son las mismas posiciones desde el punto de vista profesional, así como del caso de la persona que reparte el correo.”

### Atributos más importantes para contratar un CEE

“Creo que tienen que ajustarse mucho a las necesidades de la empresa, es decir, tiene que amoldarse a lo que nosotros pedimos. En el sentido en que tengan personal que se pueda ajustar. Por ejemplo, si nosotros necesitamos un discapacitado auditivo para un tema en específico, pues que éste centro especial pudiera darnos el personal cualificado y que a la vez, tenga las capacidades necesarias para realizar el trabajo. No sólo que su discapacidad les permita hacer ese tipo de trabajo, sino que también tenga las capacidades profesionales para hacerlo, esa formación complementaria que le ayude a hacer el trabajo.”

### Ventajas competitivas de un CEE

“Un punto muy importante son las facilidades que te pueda poner el centro; no sólo a nivel burocrático que es realmente muy complejo, si no, en el sentido de facilitarte desde auriculares especiales, teclados especiales, todo ese tipo de cosas que se puedan adaptar a un entorno de oficina como es el nuestro, te hacen más sencillo el poder incorporar a esa persona, además no te cuesta, porque casi todo este equipo al final lo financian ellos mismos, en el caso de la ONCE, es una gran ventaja.”

### Conocimiento del Grupo SIFU

*¿Conoce al Grupo SIFU? “No”*

*¿Cuáles son los CEE que conoces?*

El grupo ONCE. Aquí en Barcelona, hemos tenido mucho contacto con la Fundación de Esclerosis Múltiple, que intentamos colaborar con ellos, no tanto en su CEE, si no ver posibilidades, ver los recursos que ellos tienen, pero todavía por el momento no se da esa circunstancia de que podamos colaborar con ellos, pero seguramente es el CEE con el que colaboraremos próximamente si conseguimos que encaje”

*Y por ejemplo ¿cómo fue el proceso de empezar a trabajar con ellos?*

“Pues la verdad en ese sentido, ellos nos contactaron directamente a nosotros y nos reunimos, nos hicieron sus planteamientos, ideas, nos dijeron dónde podríamos aportar, además de

poder insertar a personas con discapacidad, es decir la idea de poder apoyarles un poco más allá, ayudarlos económicamente en alguna acción más allá. Establecer ese vínculo de fondo. Pero en general así es, te llaman y ves como trabajar juntos. Muchas veces estar en el lugar adecuado en el momento adecuado influye, es decir justo se te presenta esa oportunidad cuando tú la necesitas.”

#### Opinión de la LISMI

“A primer vistazo podría ser no muy justa, pero desde luego yo creo que esta Ley es necesaria. Hay que tener muy presente que es una obligación de toda la sociedad y ahí estamos las empresas, el ayudar a este colectivo y en favorecernos con su integración en el entorno laboral, porque además tiene una infinidad de ventajas hacerlo. Con lo cual, yo creo que es una Ley acertada, desde el punto de vista social quizás puedan haber cosas mejorables, lo cual es lógico, pero en general yo creo que es una buena ley, acertada y necesaria”

#### Opinión respecto a la relación LISMI-CEE

“Es una ventaja competitiva para los CEE, aunque solo sea porque hay una Ley que te recuerda que tienes que hacer algo, es decir ya lo tienes en la cabeza, porque te da ideas, posibilidades. Además luego independientemente de esto, el obligarte a desarrollar cierto tipo de acciones, buscas un CEE. Yo creo que es bastante bueno para ellos. Además, me imagino que sin esta Ley, sería bastante más difícil poder desarrollar la labor que hacen.”

*¿Cuál es la imagen que tiene de los CEE que trabajan con la LISMI?*

“Yo creo que sinceramente, lo importante aquí es que el discapacitado esté mejor de cómo estaba. Y a partir de ahí, seguro que hay gente que se ve beneficiada, como lo son los CEE, que en el fondo es un negocio. Pero que es un negocio que tiene un objetivo muy loable y muy necesario. Con lo cual, a mí lo que me importa es integrar a estas personas y los medios, de estos CEE seguramente habrá uno mejor que otro, pero en general, lo que hacen es necesario. Además si ayudando a los demás, también se ayudan a sí mismos, pues me parece bien. Si puedes sumar a lo que ya estás haciendo un beneficio para ti, pues maravilloso, es mejor para todos. Como la labor fundamental que hacen es positiva para la sociedad, cuesta mucho pensar de algún pero que ponerle a este tipo de organizaciones.”

*¿Cómo crees que reaccionaría el personal que trabaja contigo al integrar a personas con discapacidad?*

“Yo estoy seguro que muy bien. Aparte ya lo he visto y sé que la integración es normal y bastante buena, es un compañero más. En el caso de Barcelona, no tenemos ningún discapacitado contratado, pero yo creo que también la integración sería buena.

### Entrevista 3

Ricard Llorc

Director de RRHH del Hospital de l'Espirit Sant

rlorc@hes.scs.es

#### Centros Especiales de Empleo

##### ¿Conoce los Centros Especiales de Empleo?

“Los conozco por encima, poca profundidad. Creo que son aquellos centros en los cuales se promueve la inserción laboral de profesionales discapacitados o con algún tipo de discapacidad. Esa es la orientación genérica.”

#### Experiencias (actuales o pasadas) con algún CEE

##### ¿Contrata algún tipo de servicio con un CEE?

“Tenemos relación con alguno, no desde el punto de vista de recurso humano, si en relación como proveedor en algún sentido: el material administrativo, informativo y algún aspecto relacionado con jardinería, se contratan con algún centro en concreto.

Sí trabajaría con un CEE, también porque tenemos que hacerlo por el cumplimiento de la Ley, tenemos relación con una empresa que se relaciona con la ONCE, tenemos contratado lo que es la lavandería, por la movilidad de ropa que hay aquí en el Hospital, la llevamos a un Centro, que es una empresa de este tipo, y con eso hacemos relación para cubrir un poco la actividad del 2% necesario por Ley.”

#### Atributos más importantes para contratar un CEE

“Creo que el poder tener la posibilidad de orientar, formar, preparar a este tipo de personas, para que puedan tener la posibilidad de que se realicen en el mercado laboral. Es una tarea fantástica. Es una actividad que me imagino que la gente que lo realiza ha de tener una satisfacción muy grande.

#### Ventajas competitivas de un CEE

“No le veo ninguno, a no ser que sea un aspecto de actividad en concreto, como proveedor que nos pueda aportar una ventaja competitiva contra otro proveedor, pero no es mucha la diferencia.”

##### ¿Para diferenciarse, sería muy difícil?

“Creo que sí, porque a veces lo que intentas es contratar un servicio, no una tipología ni filosofía de empresa. Una cosa después es la realidad, lo que se busca es el coste, si estas más barato, te contrato, pero eso pasa siendo un CEE o no. En cualquier ámbito”

#### Conocimiento del Grupo SIFU

¿Conoce al Grupo SIFU? “No.”

#### Opinión de la LISMI

“Que es de muy difícil implementación, sobre todo en las organizaciones, porque la posibilidad en mi entorno que tiene la ocupación del 2% de acuerdo a qué puestos de trabajos es difícil. Además tienes la oportunidad de las medidas alternativas, pero aquí la Ley pasa la trampa, porque hay mucha gente que utilizan esas medidas para cubrir un poco el expediente. Por lo tanto, la idea de la Ley debería ser que tú vayas contratando, darle inserción a la gente, a trabajar. Creo da todavía demasiada flexibilidad a las organizaciones, a optar por medidas alternativas y no por la inserción directa de las personas discapacitadas al mundo laboral”

##### ¿Conoce directamente estas alternativas?

“Si porque las hemos estado gestionando aquí directamente, y con la posibilidad que hay de contratar un proveedor que sea un CEE, que esté acreditado y después está la posibilidad de hacer una donación a una fundación, que sería un poco contradictorio, porque nosotros somos una fundación benéfica privada, entonces sería un poco extraño que diéramos una donación a otra fundación. Después, era esto, la gestión y el trámite para realizar éstas medidas son difíciles, hay que hacer unos procesos de selección con las oficinas de trabajo, unas convocatorias, después cada año se debe de realizar una memoria respecto a lo que has realizado. Es decir, el trámite, la gestión, es muy burocrática, muy ardua.”

##### ¿Entonces, todavía se facilita más la opción de insertar a discapacitados?

“Yo pienso que sí, pero las organizaciones van más en el trámite que en la relación con las personas, es más fácil hacer un trámite que el hecho de contratar personas”

### Opinión respecto a la relación LISMI-CEE

“Yo creo que les facilita todo el proceso a los CEE, porque es la forma de ser un poco competitivos en el sector, en la actividad que están realizando, es un plus, es una oportunidad de diferencia con las otras empresas que pudieran ofrecer la misma actividad. No miraría tanto el beneficio en las empresas, sino en las personas, creo que la Ley es de mucho beneficio para ellos”

*Hacemos ésta pregunta, porque muchos nos han comentado, como que tienen una imagen negativa de un CEE, porque consideran que toman ventaja de los discapacitados o se aprovechan un poco de ellos, ¿qué opina al respecto?*

“Yo no tengo tanta relación directa con CEE para tener una valoración, tampoco conozco personas que me pudieran aportar información sobre esta problemática. La verdad es que la relación que he tenido con empresas del entorno, aquí en Santa Coloma, a mí me parece gente de una especial sensibilidad a la hora de gestionar, ahora otra cosa es que la realidad pudiera ser diferente, pero no lo sé”

*Aquí en el hospital, en la organización en general, ¿cómo consideraría que sería la inserción de personas con discapacidad, cómo lo vería el ambiente?*

“Bueno de hecho, nosotros tenemos incorporados personas con discapacidad incluso, en el ámbito administrativo tenemos un chico que no tiene el antebrazo, hay un chico que tiene un problema psicomotriz muy importante y creo que esto es como la inmigración. Es decir, uno tiene sus estereotipos, sus prejuicios pero una vez que te toca trabajar al lado de alguno, todos estos esquemas se rompen, aquellas ideas que tú tienes se cambian, yo me imagino que tiene una dificultad en cuanto a lo que es la adaptación de las personas pero no le veo ni conflictividad ni tampoco gran problema. Es decir, lo veo como cualquier otro problema en la sociedad cuando se juegan con etiquetas con prejuicios. No le veo más problemática que esta”

*Específicamente con ellos, ¿tuvieron que adaptar algún espacio de oficina para ellos, algo específico?*

“No, incluso hace un año tuvimos una chica de prácticas de la UB, que era disminuida física, iba con silla de ruedas, era una persona con una dependencia muy alta, incluso necesitaba ayuda para moverse y no tuvimos ningún tipo de problemas, la tuvimos aquí en RH haciendo prácticas de la licenciatura. Claro, también estamos en un hospital nuevo, donde se tomó en cuenta este aspecto desde un inicio, en principio no hemos tenido ningún problema.”

*A los que están aquí trabajando, ¿los contrataron directamente o a través de alguien?*

“Hemos hecho de todo, incluso esta chico que te comento que tiene un problema psicomotriz muy importante, lo tuvimos antes de prácticas, a través de una empresa de formación ocupacional de aquí de Santa Coloma, que tenía relación con un CEE, es decir que la inserción de estas personas ha sido bien directamente o bien por la relación con algún centro de relación profesional o directamente con ellos”

*¿Recuerda algún nombre de algún CEE?*

“Sí, Fundica y después con relación con Femarec. No relación directa, pero si están en el entorno, y estamos en conocimiento de ellos, no hemos acabado de concretar cosas y después con la Fundación ONCE”

*Si tuviera la posibilidad de recibir información de un CEE, ¿cuál sería la mejor manera de hacerle llegar esta información?*

“Personalmente, cuando llama un proveedor lo que hacemos es intentar recopilar información previa para ver si estamos interesados y entonces ya platicar con ellos”

## ANEXO B: Dinámica de grupo

<b>MODERADOR 1</b>	Como les comentaba al principio, cada uno tiene un perfil diferente, pero los une un mismo tema, que es tema de la discapacidad. Vamos de lo general a lo específico. Queríamos conocer qué es para cada uno de ustedes la discapacidad o un discapacitado. En palabras sencillas, las que ustedes manejan diariamente.
<b>CARLA</b>	Yo diría que es una persona que tiene problemas al valerse por sí sola.
<b>MODERADOR 1</b>	Siéntanse libres de interactuar, para que no sea como un interrogatorio, porque no es la idea.
<b>MODERADOR 2</b>	Al final tampoco es hablar del testimonio, hablando en genérico, pero siempre uno al final hace alusión a lo que vive. Aunque sea un poco complicado, difícil y que cueste, es un tema difícil de tratar, pero lo que queremos es que se haga la visión real, no el mero lenguaje de calle, sino la vivencia real.
<b>ELISA</b>	Yo pienso que es una persona como cualquiera. Pero es depende de la discapacidad, puede ser una persona que haya nacido discapacitada o que por un accidente se haya hecho discapacitada, allí cambia el enfoque. Realmente te cambia la vida, porque integrarte en la vida real, en el día a día es lo que cuesta. En muchos aspectos, en el trabajo, en la relación con la gente, tu vida da un cambio, un cambio en el que te tienes que integrar porque la vida sigue y tu alrededor sigue igual, ves todo distinto porque las cosas han cambiado, pero tú te tienes que integrar, eso es lo que cuesta.
<b>ALBERT</b>	La persona discapacitada es un ser humano. Todos los seres humanos tienen sus dificultades para vivir, para desarrollar, las dificultades del día a día las tenemos todos. Pero una persona que tiene una discapacidad tiene algo añadido con lo cual tiene aún más dificultades que otras personas normales.
<b>MARINA</b>	Yo creo que sería una persona con más limitaciones de las normales, que se nota más en la vida cotidiana. Quizás tú tienes una limitación, no sé cómo decirlo, pero en la vida cotidiana, es donde más, una persona con silla de ruedas cómo hubiese accedido aquí, no, por las escaleras.
<b>ANA</b>	La cuestión es amoldarte a esa vida. Te tienes que acostumbrar, porque sabes que te puedes mejorar, pero te tienes que amoldar, sentirte a gusto en esta vida.
<b>MARINA</b>	Y la sociedad amoldarse a ti también.
<b>ALBERT</b>	Aunque yo insistiría en que todo el mundo es discapacitado, todas las personas son discapacitadas, en el sentido que ella decía, todo el mundo tiene dificultades para luchar por la vida, unos más, otros menos. El discapacitado es una persona que además tiene algo añadido que una persona normal no lo tiene.
<b>ANA</b>	Para mí las personas con discapacidad son personas que tienen una limitación, o un problema añadido, para ciertos ámbitos de su vida y su desarrollo. Esto depende, porque el abanico de la discapacidad es muy amplio y de qué tan severa o no sea la discapacidad, pues para mí es muy difícil hacer una definición genérica.
<b>MODERADOR 1</b>	En una palabra, cuando a ustedes les nombran discapacidad o discapacitado, qué es lo primero que se le viene a la mente
<b>ALBERT</b>	Yo lo que veo es que hay ciertas modas de nomenclaturas políticamente incorrectas, hace años se hablaba de discapacitados, antes incluso minusválido, ya incluyes dentro del nombre que define una situación un aspecto peyorativo negativo, el minus, el dis-capacitado. Lo que he estado viendo por ahí, ya se está hablando de capacidad distinta, capacidad diferente, otras capacidades. Siempre hay unos tópicos sociales, que encajan, son tópicos sociales que hay que luchar contra ellos y los que estamos metidos en estos temas, somos los que hacemos una gran labor, los que tenemos que hacerla. Igual que hablar de negros, aunque ya está superada la cosa, pero hace diez años, hablar de un negro era como algo

	peyorativo, más o menos, quizás no tanto, pero hay países donde todavía es peyorativo.
<b>MARINA</b>	Claro, cada vez se intenta normalizarlo.
<b>ALBERT</b>	Hay que hacerle entender a la sociedad que no somos distintos, el tema de la discapacidad, sí que hay algo distinto, pero que hay que entenderlo.
<b>MODERADOR 1</b>	Pero en una palabra, que es lo primero que les viene a la mente, dejando un poco al lado eso.
<b>ANA</b>	Que te choca y sobre todo cuando te cae un día, entras en que tu vida ha cambiado, soy un discapacitado, entonces te choca. Luego con el tiempo, como todo, lo asimilas mucho mejor, lo que vas viendo, es que hay mucha gente, es que hay gente.
<b>MODERADOR 2</b>	Al final es cómo lo explica y como lo entiende la persona. Se ha de primero entender y luego explicar, y como en todos los conflictos. Cómo lo veis vosotros desde diferentes puntos de vista, la sociedad en general como veis que lo está tratando actualmente.
<b>ALBERT</b>	Yo lo encuentro a nivel profesional. Yo vendo servicios desarrollados por personas con discapacidad. En este caso hay que distinguir entre discapacidad física y psíquica, son dos mundos distintos, son dos dimensiones a nivel empresarial distinta, porque requieren de una estructura distinta. Cuando llamas a la puerta, acción comercial pura y dura, de un cliente, hola, soy Empres, somos un Centro Especial de Trabajo, ya es una cosa especial de Trabajo. No todo el mundo entiende qué es un Centro Especial de Trabajo, ya tienes que explicarlo. Cuando lo explicas dices que desarrollamos los mismos servicios que una persona normal, pero con discapacidad, entonces se te echan para atrás. Ante la dificultad y el esfuerzo que tienes que hacer a nivel comercial, como cualquier empresa, de vender, que es romper molde y romper hielo, pues además tienes que hacer un esfuerzo añadido, que es hacerle ver a ese posible cliente, que no somos cocos, que no nos comemos a nadie y que no pasa nada por contratar servicios con personas con discapacidad.
<b>MARINA</b>	Yo por ejemplo, en mi caso, trabajo con personas con discapacidad psíquica, y entonces nosotros los fines de semana vamos con ellos al teatro, hacemos un poco de vida normal, incluso hacemos más cosas que cualquier persona normal. Entonces no veo un rechazo de la gente, pero sí creo que causa bastante impacto. Nosotras siempre vamos juntas con trece chavales, vamos en el metro, entonces viene uno que de repente se te pone a hablar con todo el mundo. Es que a la gente aún le hace falta normalizar esa situación. Saberla llevar. A mí también me pasaba. Comencé a trabajar hace cinco años con este tema y al principio también me costaba, tenía otra visión del tema, cómo me dirijo a este chaval, cómo hablo con él y ahora lo tengo de una manera normalizada. Si me cabreo, pues salgo cabreada, y la gente es eso, es como que hace un papel hacia ellos, hay una barrera total.
<b>MODERADOR 2</b>	Yo creo que es eso, que se tendría que normalizar, no hacer nada especial por esas personas, es decir, tratarlas como personas, no tener ese miedo. A mí me pasa con la gente ciega, yo tengo un especial aprecio por la gente que es invidente, pero ellos quieren que te comportes bien con ellos, que seas amable pero que no te excedas, porque ellos han aprendido a adaptarse. Si tú le estás ayudando, al final ellos quieren que tú les ayudes. Qué piensan de la independencia, que mucha gente quiere alcanzarla.
<b>ANA</b>	Las personas con discapacidad, dependiendo de quien sea, necesitan unas adaptaciones para poder llevar una vida normal, pero esto no implica que sean personas diferentes o personas muy raras. En cuanto a la discapacidad, yo soy una persona con discapacidad, llevo algunos años trabajando para un Centro Especial de Empleo, y entonces para mí es muy natural la idea de la discapacidad. Entonces cuando hablas con la gente y le dices que eres una persona con discapacidad, te dicen que no, pues cómo vas a ser una persona con discapacidad. Toda la gente tiene la idea cuando le hablas de discapacidad, de discapacidades severas o una discapacidad psíquica o mental muy grave, una discapacidad sensorial,

	<p>porque piensan en gente que no oye absolutamente nada, no ve absolutamente nada o con una movilidad reducida, que va con un caminador o en silla de ruedas. Aparte de eso, el que no esté así, no tiene una discapacidad, si no es algo evidente, la gente no piensa que sea una discapacidad.</p>
<b>ALBERT</b>	<p>Yo me lo encuentro con los clientes, que cuando uno les habla de discapacidad, algunos te dicen: es que aquí las sillas de ruedas... Yo les digo, no tranquilo, es que no va nadie con sillas de ruedas de mis trabajadores. La discapacidad es muy amplia, le dices: una persona que le falta un dedo, tiene una discapacidad, una persona que tiene un problema de pulmón, tiene una discapacidad y no se ve.</p>
<b>MODERADOR 1</b>	<p>Y ustedes creen que esa percepción ha mejorado o estamos todavía muy estancados</p>
<b>ELISA</b>	<p>Sí, pero cuesta.</p>
<b>ANA</b>	<p>Cada vez hay más información. En los servicios, por ejemplo, tuvimos un servicio en el que entramos con muchísima gente. Hicimos, antes de que llegaran nuestros trabajadores, unas jornadas de sensibilización en la empresa, para decir que llegaría una brigada de personas con discapacidad a trabajar. Cuando llegaron y empezamos a prestar el servicio, decían: pero si es gente normal. Ellos pensaban que iban a llegar personas rarísimas. A pesar de haber hecho inclusive la sensibilización, la gente sigue teniendo una concepción errada.</p>
<b>ALBERT</b>	<p>Las personas que trabajamos en estos temas, tenemos un valor añadido, que esto lo tendría que valorar mucho la administración pública. La capacidad de hacerle ver a clientes del mercado ordinario de que los discapacitados, las personas con discapacidad, mejor, no son bichos raros y que pueden equipararse igual que un servicio realizado por una persona normal, estos somos nosotros los que somos capaces de explicarlo. Somos nosotros los que explicamos cosas como las que estamos ahora hablando, de que una discapacidad no tiene que ser que vayas en sillas de ruedas, que es un mundo muy amplio, esto entonces vas formando. A mí me ha pasado, por ejemplo, experiencias con una empresa, pusimos a una persona con discapacidad auditiva, para realizar trabajos de limpieza en una empresa industrial limpia y una de las fases que haces como Centro Especial de Empleo, es la sensibilización del entorno laboral. Tienes que dar una serie de pautas y consejos a los que se van a relacionar con ellos de forma habitual en el trabajo. Eso significa, que como mi cliente era la directora de recursos humanos, pues tiene que establecer una reunión con los mandos intermedios que van a estar en contacto en la fábrica con esta persona. Os puedes creer que, claro las pautas que dije fue cuatro ideas, pero como tiene dificultades auditivas, a esta persona mírale a los ojos cuando hables, no le hables por detrás y luego intenta vocalizar cuando hables, vocalizar significa hablar lento y esto son cosas que no nos han enseñado nunca. Total que al cabo de un mes, me llama la directora y me dice: oye de los consejos que nos diste nos va de maravilla, pero no para tratar con Tony, que era el trabajador, sino entre nosotros, hemos mejorado nuestra comunicación interna, porque antes estábamos hablando entre nosotros rápidamente, de espaldas, no nos enterábamos de nada y a partir de ahora dijimos por qué no lo hacemos entre nosotros, pues hemos mejorado.</p>
<b>MODERADOR 1</b>	<p>Cómo lo ven desde el punto de vista de los jóvenes, por ejemplo, el tema de la discapacidad</p>
<b>CARLA</b>	<p>Pues lo que hemos estado diciendo. Si hablas de discapacidad la gente se imagina eso, gente con sillas de ruedas. Tampoco es tan diferente de lo que hemos dicho.</p>
<b>MARINA</b>	<p>Yo lo que creo es que el tema es saber tratar la diferencia, la palabra diferencia. Hasta qué punto, poner unos límites, todos somos diferentes, unos más bajitos, unos más altos. Yo creo que el tema sería entrar desde ahí a la sociedad, son personas diferentes como tú, que quizás se les nota</p>

	más porque una es coja o por no sé qué.
<b>MODERADOR 2</b>	El trabajo que puede realizar puede ser mejor que el de un capacitado, es una persona que es una buena mecanógrafa y está en silla de ruedas.
<b>MARINA</b>	Unos chavales que son síndrome de down que son personas súper constantes, normalmente son muy constantes, les encanta ir a trabajar, van felices a trabajar, son súper ordenados, y normalmente hacen trabajos de fabricación, montar cajas, montar cajas, pero te lo van a hacer perfecto, tal y como se lo enseñes.
<b>ALBERT</b>	Como robots
<b>MARINA</b>	Hay empresas que les dan trabajos en plan bondad, por compasión. Ahora los que van al taller, me explicaba una monitora que cada vez tienen menos trabajo, que la gente cuenta muy poco con este tipo de empresas y que por ejemplo los monitores se dedican al trabajo que han estado haciendo todo el día los chavales a desmontarlo por la tarde, para que el día siguiente lo vuelvan a hacer y tengan trabajo. A ellos les gusta ir allí, ellos van contentos a trabajar, a tener algo que hacer. Es muy fuerte.
<b>CARLA</b>	Yo soy de Girona y hay una tienda que tiene a un chico discapacitado que se encarga de repartir los paquetes y los encargos. Siempre te lo encuentras por Girona y es feliz, es eso, tener algo que hacer.
<b>ALBERT</b>	Hay que enseñarle a la sociedad que la diferencia no está en la compasión, no es compasión, no tienen que dar pena las personas con discapacidad.
<b>MARINA</b>	A mí me ha pasado, antes de trabajar con ellos, lo típico es muy bonito y tal, y luego una vez que entras, claro es muy difícil ponerte en la carne de las personas que están fuera de este mundo, luego una vez que entras te olvidas de esa compasión. Pero es que también te pueden hacer, yo trabajaba en un restaurante de un albergue, donde todos los que trabajaban en el albergue, tanto jefes como trabajadores, eran discapacitados, unos físicos y unos psíquicos, y al principio yo estaba en plan de cap. de restaurante y yo súper buena les decía: pon la mesa como puedas. Pero a la primera semana estaban todos tomándome el pelo, estaba haciendo todo el trabajo. Ellos pueden y si te pueden tomar el pelo como cualquier persona, pensarían la tonta esta.
<b>ANA</b>	Son personas con capacidad, que puede que más, puede que menos, pero igual son personas capaces de desarrollar funciones.
<b>MODERADOR 1</b>	En cuanto a la ley, conocen algún tipo de legislación. Cómo la ven, es útil, qué le cambiarían.
<b>ALBERT</b>	Yo creo que como ley, como tantas leyes tenemos, es útil, lo que no, es que no salpican. A los políticos se les cae la baba por los barrios diciendo que hemos hecho una ley. La ley del año 82. En el 82 se creó la LISMI, no la aplicaba nadie y en el 95 se creó el Real Decreto de Medidas Alternativas, porque estaban viendo que no la conocía nadie.
<b>MODERADOR 2</b>	¿Conocen todos el tema de la ley? Explicar un poco
<b>ALBERT</b>	La ley LISMI, Ley de Integración Social del Minusválido, porque antes hablábamos de minusválidos, entonces dice la ley, toda empresa que tiene más de 50 trabajadores está obligada a tener un 2 por ciento de la plantilla media, con discapacidad reconocida, discapacidad superior al 33 por ciento, luego podemos hablar del reconocimiento de la discapacidad, que también es un tema que se las trae también. Entonces qué pasa, declararon la ley y no había ninguna empresa en España que la estaba cumpliendo. Allí siempre está la presión de la patronal diciendo que no les podían meter más leyes, pues entonces dijeron para crear un Real Decreto, para ayudar a las empresas que no pueden cumplir con esa ley para que la cumplan de otra forma. Entonces se creó el Real Decreto de Medidas alternativas a la Ley LISMI. Qué es lo que puede alegar una empresa para no cumplir con esta ley, esto también es un tema difuminado, pero bueno se los explico. Por ejemplo: buscas personas con discapacidad y no lo encuentras no hay personas con discapacidad cercanos, aquí sí en Barcelona, pero te vas un poco más lejos igual tienes dificultades para encontrar, lo cual quieres cumplir la ley, tienes una

	<p>empresa de 200 trabajadores y no puedes. O bien tienes un tipo de actividad en tu empresa especial, lo has estudiado bien y no puedes tener personas con discapacidad contratados, eso es muy relativo, pero hay empresas que lo declaran así también, con lo cual lo justificas. Las medidas alternativas son, pues bien, ya que usted no puede tener en plantilla a un 2 por ciento de personas con discapacidad, usted tiene que cumplir la ley, pero cómo: puede comprar servicios o productos a un Centro Especial de Empleo o a un trabajador autónomo con discapacidad, que es la segunda medida alternativa, o sino pues usted también puede hacer una donación a una fundación, que se declare de interés de integración social a la sociedad. Entonces hay una serie de baremos, que dicen que si usted quiere ir por la medida alternativa dos, usted tiene que justificar que compra por tres veces el iprem al año a un Centro Especial de Empleo o a una persona trabajadora autónoma con discapacidad y si usted hace una donación a una fundación será 1,5 veces el iprem.</p>
<b>MODERADOR 2</b>	<p>Por lo que estoy viendo, por el tono, realmente no han ayudado las medidas alternativas. Al final la gente se acoge más a este tipo de alternativas que a integrar.</p>
<b>ANA</b>	<p>Yo veo que hay de todo, pero hay un gran porcentaje de empresas, que no sabría decir, que lo cumplen o que intentan buscar la manera que disfrazarla. Hay también personas con discapacidad, pero sí que es la minoría, contratadas directamente por las empresas y el resto va todo, normalmente, a través de Centros Especiales de Empleo, mucho más que donaciones.</p>
<b>ALBERT</b>	<p>Yo me he encontrado con empresas, sobre todo las grandes, las multinacionales, que tienen líneas de producción...</p>
<b>ANA</b>	<p>Que ya crean dentro de su empresa su propio Centro Especial de Empleo?</p>
<b>ALBERT</b>	<p>Sí, los enclaves laborales. El enclave laboral, qué es? Si tú tienes una línea de producción, tú puedes desarrollar que esos 10 trabajadores que están en esa línea de producción, serán personas con una discapacidad. Como es un trabajo repetitivo, puede ser psíquico o físico, perfectamente. Los psíquicos están caracterizados porque trabajos repetitivos los hacen de maravilla. Esa empresa puede ir al SOC a buscar y contratar en plantilla a esas personas con discapacidad y ponerlas a trabajar o ir a un Centro Especial de Empleo y decir que me pongan de tus trabajadores, 10 personas fijas aquí, con un supervisor del trabajo, también tuyo, y yo lo único que voy a hacer es no pagar la nómina, sino pagar el servicio a ti, como Centro Especial de Empleo, que me estás externalizando un servicio.</p>
<b>MARINA</b>	<p>Luego también está la ley, es que no sé cómo se llama, de ayuda a las familias.</p>
<b>ANA</b>	<p>La Ley de Dependencia</p>
<b>MARINA</b>	<p>La Ley de Dependencia, que tampoco se está cumpliendo.</p>
<b>ANA</b>	<p>Es que la Ley de Dependencia es una ley de aplicación progresiva. Es una ley del año 2007 y sí que va por debajo del cumplimiento previsto. Pero la meta es que en el año 2015, ya todas las personas con una dependencia, porque también hay unos baremos para establecer qué personas son o no dependientes, van a tener una ayuda y cada una tiene diferentes ayudas. No sé cuál era exactamente la pretensión para el año 2010, pero sí sé que esa pretensión va por el 70 por ciento.</p>
<b>MARINA</b>	<p>Lo sé más bien por reportajes. Hay gente que está desesperada. Por lo menos gente que tiene una persona con parálisis cerebral, que tenga su peso además. Yo he visto reportajes de una madre sola, con una chava con parálisis cerebral, que pesa bastante y con pocos recursos. A veces le dan la grúa y tal.</p>
<b>ANA</b>	<p>Hay un problema muy grave de la ley y ha sido la comunicación precisamente. Es que nadie sabe que es una ley de aplicación progresiva, porque el gobierno en el 2007 empezó a crear residencias, a formar cuidadores, a establecer una partida dentro del presupuesto, pero no era que a partir del 2 de enero de 2007 o al día siguiente de la aplicación el 100 por ciento de las personas dependientes ya lo tuvieran, porque</p>

	<p>además hay muchísimas personas dependientes. Yo estaba viendo la cifras de 2015, serán 234 mil personas dependientes las que tendrán ayuda. Ya se está ayudando a mucha gente, pero es que además es una ayuda, no es que te van a sostener todas las necesidades. Frente a las ayudas económicas la gente normalmente nunca queda satisfecha porque siempre quiere más. Hay muchas personas que todavía no tienen esa protección y qué es lo que pasa, en los medios salen las carencias y las deficiencias de la ley, porque normalmente no se hace un reportaje de lo bien de lo que está. Lo que llama la atención son las cartas a los periódicos.</p>
<b>MARINA</b>	Aparte es una ley que engloba a mogollón de gente, también a gente mayor y que sería más bien asistencial, más que económica.
<b>ANA</b>	La parte asistencial tiene que venir dada por un apoyo económico. Qué tiene la Ley de Dependencia: la posibilidad de residencias permanentes o centros de día o los cuidadores. También hay formación sobre los cuidados de las personas dependientes a los familiares de los dependientes y reciben no sólo la formación, sino la ayuda. Porque si una madre, por ejemplo, se dedica a cuidar a su hijo con parálisis cerebral necesita una formación para saber cómo moverlo, cómo tratarlo, pero también necesita una ayuda económica porque no puede trabajar.
<b>MODERADOR 2</b>	Ahora que proponéis ideas de cómo lo mejorarías, qué medidas creen que se podrían aplicar o qué propondréis
<b>MARINA</b>	Claro es que es muy difícil. Estaría muy bien que esa madre pudiera ir a trabajar aunque sea media jornada y poder aislarse, no por el hecho de trabajar, sino desconectar de eso, porque tu imagina que tienes que cuidar a una persona 24 horas. El otro día el reportaje este, la madre tenía que levantarse cada dos horas para darle la vuelta al chaval. Que esa persona simplemente se pudiera liberar de eso por 8 horas o 6, sería un alivio.
<b>ANA</b>	Hay una serie de opciones que puedes elegir. También están las residencias para los ancianos, que las familias los pueden dejar dos meses al año y durante los otros 10 meses reciben una ayuda económica para pagar equis horas al día quien lo cuide, quien lo acompañe o lo que sea. Hay toda una serie de posibilidades.
<b>MARINA</b>	Pero es que es difícil entrar a estas residencias que son públicas. O te gastas un pastón... yo tengo un amigo que está de enfermero en una de estas residencias y me dice que entra gente que ya está muy mal, con Alzheimer, con unas necesidades pues ya bastante grandes.
<b>ANA</b>	Con las infraestructuras actuales no se puede cubrir.
<b>MARINA</b>	No se puede cubrir para todo el mundo y hay unas listas para entrar ahí y madre mía!
<b>CARLA</b>	Mi padre está en una residencia de ancianos y por lo que he oído es muy difícil entrar, porque no hay plazas.
<b>MODERADOR 1</b>	Hace rato salió el tema de los Centros Especiales de Empleo, a mi me gustaría su opinión sobre este tema, porque hemos visto opiniones tanto positivas como negativas.
<b>ALBERT</b>	La administración pública insiste en que los Centros Especiales de Empleo tienen que equipararse como una empresa normal, funcionamiento normal y bueno es una forma además de demostrarle a la sociedad de que un Centro Especial de Empleo te va a dar un servicio igual o mejor. Antes han tocado un tema que si podría hacer el trabajo mejor, es que normalmente las personas que van a trabajar a un Centro Especial de Empleo, son personas que tienen muy bien asumida esa dificultad que le da su discapacidad y cuando tienen la oportunidad de trabajar, ese trabajo lo hacen con más ganas. Otra cosa es la relación trabajador-empresa que como toda empresa siempre hay temas, como toda empresa. Pero como Centro Especial puede desarrollar este trabajo perfectamente. Yo una cosa que propondría es quitar la palabra "especial" o quitar casi todo el nombre Centro Especial de Empleo, porque ya es una palabra peyorativa, como algo especial y los empresarios no se quieren complicar la vida con cosas especiales. Si nosotros estamos luchando como directivos de Centros

	<p>Especiales de Empleo en hacerle ver al mercado laboral de que no somos bichos raros, entonces no me pongas a mí la tal, sí vale, de acuerdo, para hacer una empresa así sí tienes que tener una serie de requisitos legales, que te tienen que dar una autorización, con un plan de viabilidad de la administración pública. Pero el hecho ya de hablar de un Centro Especial de Empleo es como ya algo peyorativo, algo que echa para atrás.</p>
<b>ELISA</b>	<p>Sí pero yo el lado positivo que le veo, es que el trato entre el Centro Especial de Empleo con la empresa tiene que haber un trato, una coordinación un poco distinta, para saber integrar a esa persona con esa limitación, que es donde creo que fallan, porque por ejemplo, lo que decías de la persona sorda. Tú no puedes mandar a una persona y decir qué tal cómo trabaja, no. Hablarle así, decir que son desconfiados, no sé qué. Allí debe haber una integración bastante importante.</p>
<b>ALBERT</b>	<p>Totalmente de acuerdo porque además, siempre comparo con un proveedor normal de servicios, pero uno de los elementos que debes desarrollar como Centro Especial de Empleo es el seguimiento. Si una empresa o un proveedor normal tiene que hacer un seguimiento de su servicio, es un tema de calidad esto, como Centro Especial de Empleo, todavía más. Si una empresa normal pone personas a limpiar, digamos normales, en el sentido de que no tienen ningún tipo de discapacidad, y base de su servicio es estar pendiente de que cada tres meses una reunión para ver cómo va todo, pero un Centro Especial de Empleo debe ser cada mes. Porque si no pasa, y esto yo lo he vivido, la empresa si de acuerdo, haces el proceso inicial de introducción de la persona, del trabajador, todo muy bien. Pero claro a la mínima, la empresa está en su actividad, su objeto de negocio y si no estás encima del tema, llegan a considerar a esa persona que tiene una discapacidad como a una persona normal. Si te va a hacer un trabajo normal, pero si tú estás apretando a todos los trabajadores de que por objetivos de alta dirección, ahora tenemos que conseguir no sé qué, ahorrando al máximo, cuidado porque tienen allí a una persona que está desarrollando un trabajo que tiene sus limitaciones. Si una persona tiene dificultades para andar y tú en la vorágine del día a día, ahora estoy hablando como cliente que contrata estos servicios, estas apretando a todo el personal a que vayan más rápido trabajando, a que ahorren más producto y tal, a esa persona la puedes tensar demasiado y te puede petar esa persona, por lo cual la responsabilidad no es del cliente, es tuya como responsable del Centro Especial de Empleo.</p>
<b>ELISA</b>	<p>Y otra cosa también creo es que no debe desvincularse totalmente, el Centro Especial de Empleo debe estar pendiente, no lo va a hacer cada día, pero saber cómo va. Porque a veces falta una comunicación, por lo que sea, pero tiene que haber ese enlace, porque al final depende del Centro Especial de Empleo.</p>
<b>ANA</b>	<p>Pero es que además es obligatorio entre los Centros Especiales de Empleo el seguimiento sucesivo que se hace a los trabajadores.</p>
<b>ELISA</b>	<p>A veces no pasa, lo sé yo.</p>
<b>ANA</b>	<p>Los Centros Especiales de Empleo son empresas como cualquier empresa, que lo que buscan son unos beneficios económicos, lo que pasa es que tienen dentro de ese desarrollo empresarial tienen una parte que es la integración laboral de las personas con discapacidad. Dentro de ese desarrollo empresarial, además de los requisitos que tiene una empresa ordinaria, tiene unos requisitos como son: a los trabajadores hay que hacerle una adaptación al puesto de trabajo, porque es que las personas con discapacidad necesitan, dependiendo de quien sea, necesitan unos equipos o necesitan unas condiciones de accesibilidad o unos baños adaptados, dependiendo. Cada uno de los trabajadores necesita que para sus condiciones su puesto de trabajo esté adaptado y hacer también un seguimiento, al menos un seguimiento periódico de cómo está ese trabajador, cómo lleva su puesto de trabajo.</p>
<b>MARINA</b>	<p>Yo por lo menos lo que sé de las personas con las que yo trabajo, en su</p>

	centro de trabajo, en el taller es que hay un seguimiento diario, porque trabajan por grupo, quizás hay 200 personas allí trabajando y quizás son grupos de 10 personas, y cada 10 personas tiene un monitor que está allí por ellos y para ellos. Tenemos una libreta que nos pasamos del taller a la casa y que cada día nos apuntan si ha habido algún conflicto.
<b>ANA</b>	Es porque por ejemplo, cada una de las discapacidades necesitan un seguimiento diferente y las discapacidades psíquicas y mentales sobre todo cuando son más severas necesitan un seguimiento mayor y tienes que saber en qué tipo de servicios, porque son personas que no pueden estar solas en un servicio, sino que tienen que ser en los servicios que se hacen con las brigadas, tienes que hacer un seguimiento permanente.
<b>MARINA</b>	Con las psíquicas es por la medicación, lo sabemos todo al momento de cada una de las personas que estamos trabajando.
<b>ELISA</b>	En las físicas como se nota menos se pierde más. Las psíquicas están más con los colaboradores, los voluntarios, pero en la parte física es eso, ya está integrada en el mundo, no, no, hay que tener un seguimiento, psicológico entre comillas, eso es muy importante. Muchos han pasado traumas y luego les afectan en su vida familiar. Un tema importantísimo es la movilidad, la gran mayoría, yo por lo que he visto, se tienen que desplazar por sitios mal comunicados, es horrible, yo llevo 6 años en esta ciudad pero es que hay zonas que están tan mal comunicadas, estás en el centro y tienes 500 autobuses pero luego te sales un poco y no tienes nada y dices esta persona discapacitada cómo llega allí.
<b>ALBERT</b>	Esa es la lucha que tienen vosotros allí siempre, no?
<b>ANA</b>	Tenemos un servicio interno. Nosotros con el ayuntamiento del Hospitalet nunca hemos podido para el polígono, porque igual no estamos pidiendo algo sólo para SIFU. Entonces ya las personas con movilidad reducida entran todas a las 9 de la mañana y siempre hay un coche de la empresa que los recoge en el metro, a las personas que no van en su propio coche, los recoge en el metro, los lleva a la empresa y a las 6 de la tarde los lleva de la oficina al metro.
<b>ELISA</b>	Ya mismo en el metro están poniendo algunas cosas, pero es que en pasillos, yo la he pasado fatal, ya no subir, bajar. A mí me costaba más y me cuesta más bajar escaleras que subir y llegar te supone...
<b>MARINA</b>	En algunas paradas del metro el escalón que hay para subir en el metro... Yo el año pasado trabajaba con un señor que es síndrome de down que tenía 65 años, que yo creo que es el mayor que hay aquí en Cataluña y el señor iba en sillas de rueda. Cuando trabajas con esas personas es cuando te das más cuenta. Yo alucinaba porque era muy difícil, había parada de metros en las que no podías salir.
<b>ANA</b>	Porque no hay ascensores
<b>MARINA</b>	Porque no había ascensores
<b>ELISA</b>	O no funcionaba o no sé qué. Luego están las escaleras mecánicas, las hay de subida pero no de bajada, yo te digo para mí era peor bajar que subir.
<b>ANA</b>	Pero que no funcione, hombre es normal, pero es que hay muchas estaciones de metro en las que ni siquiera hay.
<b>MODERADOR 2</b>	Muchísimas, yo les puedo decir porque yo hice un proyecto que era sobre el metro y comprobé absolutamente que están muy mal los accesos, la gente se queja muchísimo.
<b>ELISA</b>	Yo os digo, por experiencia, me desplazaba de mi casa al sitio de trabajo y he probado todo y la mejor forma de llegar era cogiendo tres combinaciones y una sentido contrario, tela marinera!. Podía coger un autobús, pero era mejor coger el turístico porque llegaba antes. Hay autobuses que te llevan por toda la ciudad y no llegas nunca, esto es un tema también que si me está oyendo también el ayuntamiento por favor que tome nota. Tienen que reestructurar las líneas para todos, ya no sólo los discapacitados, es que hay que hacer conexiones, pues si no hay un autobús que no llegue allí, pero que te deje allí y puedas coger otro o un metro o un tranvía, no es que no hay conexiones, no están bien

	redistribuidas y eso es un fallo. Para los que tenemos ciertas limitaciones, pues es horrible.
<b>ANA</b>	Otro colectivo que necesita esto no sólo es el de las personas con discapacidad, sino las madres que van con el carrito de niños.
<b>ELISA</b>	O que vas con la maleta. Yo he hecho combinaciones para ir al aeropuerto, ahora si me bajo, vamos a probar a subir por esta, por la otra, es horrible, porque son pasillos, vas con la maleta, o te cargas la espalda o no sé, eso es un tema que es importantísimo.
<b>ALBERT</b>	De todas formas algo se está moviendo a nivel social. Ayer tuvimos una reunión de vecinos donde hay una zona comunitaria y donde hay unas escaleras y cuando acabó de construir la constructora el tema pues resulta que había dos torres y en una de las torres había una persona con discapacidad y esa señora se quejó y rápidamente la constructora puso una rampa de esas automáticas que es incomodísima. Ayer se habló, porque faltaba en otra torre donde no había inicialmente una persona con discapacidad y se habló de crear una rampa, pues curioso, unas personas dijeron que es un tema comunitario, entre todos, hay que pagarlo entre todos. Yo dije funciona esto.
<b>ANA</b>	No hay que vivir con que alguien de la familia o algún amigo tenga movilidad reducida te pueda a hacer la visita. O que te rompes la pierna y vas a estar un mes con una escayola.
<b>MARINA</b>	En los colegios también es obligatorio. Claro cuando estaba en mi instituto no, pero ahora han puesto ascensores y rampas y todo.
<b>ELISA</b>	Yo insisto muchísimo que por favor el ayuntamiento o la Generalitat, el que sea, es importantísimo, sobre todo para gente discapacitada, para todos, lo mismo el tranvía, no sé por qué no se conecta a la Diagonal, es que llevamos tanto tiempo opinando. Primero conectamos la Diagonal y luego ponemos los arbolitos. Yo estoy encantada con un tramo de tranvía, pero es que no te soluciona nada, porque llegas allí y ya tienes el lío. Eso es importantísimo, la comunicación, para todo.
<b>MODERADOR 1</b>	Ustedes recomendarían a las personas con discapacidad, ir a Centros Especiales de Empleo o buscar por su propia cuenta el empleo, en ese sentido, cómo lo ven ustedes.
<b>ALBERT</b>	Yo a una persona con discapacidad, a ver, diferenciamos la discapacidad, física o psíquica. Psíquica tiene que estar dirigida por una estructura, hay que estar encima y es otra dimensión, creo, no se les puede decir, oye buscaros la vida. Ahora los físicos, también, diferenciamos los tipos de discapacidad, quizás unas discapacidades más limitativas tengan más necesidad de apoyo, de ayuda, de dirección que te lo puede hacer un Centro Especial de Empleo. Pero también hay otros tipos de discapacidad donde hay más autonomía, física estoy hablando, para moverte, para llegar, pues se puede saltar uno un Centro Especial de Empleo y dirigirse al mercado ordinario directamente y ofrecerse a una empresa para que le contraten. Hay un cierto temor de la persona que tiene una discapacidad, a hacerla pública, por miedo a que le vean el resto como algo distinto, por miedo al rechazo. La discapacidad es un valor añadido, yo recomendaría a las personas con discapacidad a que pongan en su currículum vitae la discapacidad.
<b>MODERADOR 2</b>	Volvemos a lo mismo, que al final hemos de comunicar más las capacidades, decir lo que hay.
<b>ALBERT</b>	Yo lo digo más que nada porque una empresa que te pueda contratar como persona con discapacidad, si ve claramente en tu currículum que tienes una discapacidad superior al 33 por ciento, esa empresa dirá: me ayuda a cumplir la LISMI. Elegir por elegir, pues voy a entrevistar a esa persona, luego está el nivel personal porque esa persona te puede o no encajar para tu puesto de trabajo. Pero me está ofreciendo entre dos personas, una sin discapacidad u otra con discapacidad, yo me quedo con la discapacitada. Lo digo porque hay que atreverse, te estoy hablando como consejo yo de vivir. Yo me he encontrado con personas que me han venido a buscar trabajo y que a la hora de mandarme el currículum y no

	ponían nada. Claro, yo busco personas como Centro Especial de Empleo, con discapacidad, y siempre tenía que llamar: oye fulanita, me has mandado un currículum y me dicen que la persona no se atrevía a poner la discapacidad. Que lo pongan, que no pasa nada. Que venzan el miedo de reconocerse con discapacidad distinta y este es un miedo que hay que vencer.
<b>MODERADOR 1</b>	Ahora, cuando les hablan de discapacidad, qué institución, Centro Especial de Empleo, organismo o fundación se les viene a la mente.
<b>ELISA</b>	Hombre, la ONCE.
<b>MARINA</b>	Mi trabajo
<b>ELISA</b>	Esa es una buena opción, porque se te ve muy contenta
<b>MARINA</b>	En mi trabajo, sí. Yo soy muy feliz
<b>MODERADOR 1</b>	Cómo es el nombre?
<b>MARINA</b>	La residencia donde yo estoy se llama Barca Nova
<b>ELISA</b>	Eso es importante que en los centros haya gente, primero que formada, lógico, pero también te tiene que gustar, porque eso se valora mucho.
<b>ALBERT</b>	Se te nota en los ojos, además.
<b>ELISA</b>	Es que es fundamental
<b>MARINA</b>	Normalmente hablo mucho de mi trabajo, pero porque me siento a gusto. Tiene sus dificultades porque por ejemplo, las personas que yo llevo, aparte de tener su discapacidad, porque algunos tienen sus discapacidades bastante agudas, tienen sus enfermedades mentales y los chavales que yo llevo ya vienen de otras problemáticas, de no tener familias o abandonamiento.
<b>MODERADOR 2</b>	Es que claro, estás en casa, haces doble función social, una es de discapacidad y otra de exclusión social.
<b>MARINA</b>	Claro, son personas que tienen como una doble marginación.
<b>ELISA</b>	Pero tú lo has sabido llevar bien porque empezaste con ese miedo pero ya has superado esa barrera, sabes estar en tu puesto, sabiéndolos llevar y encima contenta porque estás haciendo algo que te gusta y eso es muy positivo para la empresa y el trabajador.
<b>ALBERT</b>	De todas formas, también ella está en un tipo de empresa que o bien estás contento con lo que haces o los mismos trabajadores te echan a patadas.
<b>MARINA</b>	Claro, bueno no te creas. Somos 7 compañeras y hay de todo. Hay personas en este mundo que si no han acertado se queman mucho y me he encontrado a varias personas.
<b>ELISA</b>	Es que no es fácil, y con gente mayor pasa igual.
<b>MARINA</b>	Hay trabajadores que se queman y quizás no tienen otra salida y ya están quemados y los otros aguantando. Claro, yo estoy en su casa. Ellos en su casa tienen sus limitaciones y sus normas, en la casa hay unas normas. Uno tiene que hacer la cena. Está muy guay vivir con ellos, dormo allá muchas veces. Luego tienes que darle su libertad, están en su casa, si ellos quieren estar un sábado todo el día tumbados mirando la tele y tal. Yo como profesional me siento súper a gusto, me encanta el trabajo, pero hay gente que no ha acertado y lleva años, que se quema, y puede ser más machacona, en plan tenemos que hacer cosas, venga, tienes que saber dónde estás. Tienen que trabajar, sus actividades y unos que hacen jockey, pero luego en su casa es su momento.
<b>ALBERT</b>	Ahora yo lo comparo con una empresa normal, la clave de una empresa normal es el clima laboral, es la motivación. Las empresas entrar en consonancia, en sintonía con todos los trabajadores, esto es difícilísimo. Pero claro, tú tienes una gran ventaja, las personas que están allí son transparentes en andar, con lo cual, o te adaptas tú o te quemas.
<b>MARINA</b>	Es que tú en tu casa es como eres.
<b>MODERADOR 2</b>	Yo lo veo desde el punto de vista de comunicación, porque me gusta mucho este tipo de aportaciones. Veo que si todo esto saliera entre las personas que necesitan conseguir gente para trabajar con discapacidad y gente que no sabe dónde acudir porque tiene un familiar o el mismo que es discapacitado y estaría aquí escuchando pues mira bien, porque yo tengo ganas de trabajar y me integraré mucho más que una persona con

---

	capacidad, incluso y las empresas podrían ver incluso que es una oportunidad no sólo de cumplir la ley sino de encontrar gente muy válida y en estos tiempos que se busca el mucho talento, igual incluso mucho más válida de lo que hay en gente capacidad. El talento igual está en gente discapacitada...
<b>MARINA</b>	Es gente que además por obligación tienen que tener un valor de la superación, mayor que los demás. Yo lo que quizás admiro de estas personas es que les ha tocado obligado vivir ese papel. A ti si has tenido un accidente y te falta una pierna, obligatoriamente tendrás que vivir sin esa pierna. Eso te da un instinto de superación que lo llevas toda tu vida. Una persona con discapacidad va a trabajar mejor porque va a apreciar más que esté yendo a ese trabajo. Y no sé, cualquier deporte, cualquier cosa lo hacen con más energía, son más positivos.
<b>ALBERT</b>	El otro día estuve en una conferencia de Antoni y sacó un vídeo, que no sé cómo se llama, un chico sudamericano, no, es igual, que nació sin brazos y da conciertos de guitarra.
<b>MARINA</b>	Qué bueno!
<b>ALBERT</b>	Da conciertos de guitarra, la toca con los pies y canta con los pies y toca la guitarra de maravillas. Al final el hombre te da un mensaje y te deja hecho polvo.
<b>MARINA</b>	Eso es verdad, cuando te falta una cosa, la otra... Uno de mis chavales casi no habla, porque tiene síndrome de down, luego tuvo meningitis y no se comunica, sólo por gestos y poco más. Pues el otro viernes, lo descubrí dibujando y hace unos dibujos que son alucinantes y se comunica a través de los dibujos, me sorprendió, quizás desarrollan otra parte, sabes.
<b>MODERADOR 1</b>	Ya para finalizar, que les parece algunos comentarios finales de todo.
<b>MODERADOR 2</b>	Hacemos una rueda, de lo que hemos hablado, cada uno que de su reflexión y así cerramos la dinámica.
<b>ANA</b>	Volviendo con el tema de entrada, me parece que la integración laboral de las personas con discapacidad es muy importante porque el desarrollo laboral es parte fundamental de la personalidad y de la satisfacción, para quienes quieren trabajar y entonces yo, viendo todas estas cosas, todos hemos hablado de distintas discapacidades y capacidades, entonces por ejemplo lo que pueden hacer los chicos de la residencia donde ella trabaja. Es fundamental establecer medidas para proteger la integración laboral de personas con discapacidad.
<b>CARLA</b>	Yo de verdad no conocía de estos centros para integrar a personas con discapacidad y me ha parecido muy importante
<b>MARINA</b>	Yo creo que toda persona necesita auto realizarse en la vida y lo que tenemos que conseguir entre todos es que las personas que tengan una discapacidad lleguen a esa auto realización y el trabajo entra dentro de la auto realización de las personas.
<b>ELISA</b>	Ya habéis dicho todo, pero un tema importante también es la coordinación, la formación de todo, incluso de las familias. Un tema importantísimo es el hospital. En la rehabilitación del hospital, ese momento es crítico. He estado en Vall d'Hebron y vamos chapó. Ha habido de todo también, pero ha ayudado mucho por ciertas personas a que tú sigas y que te integres de una forma mejor, la relación con las familias. Ahí tiene que haber un apoyo de una empresa madre, a través del ayuntamiento, la generalitat, para que esa labor se pueda hacer mejor entre todos.
<b>ALBERT</b>	Yo diría que la discapacidad es una oportunidad para los dos grandes mercados, por un lado oportunidad para las empresas porque son capaces de descubrir trabajadores mejores a los que se suelen encontrar, soy optimista y me gusta transmitir el optimismo, y luego por el mercado de los recursos humanos. La persona que tiene una discapacidad tiene que ver que tiene una gran oportunidad para ser mejor que los otros. Todos tenemos unas capacidades que no explotamos en nuestra vida, nos despistamos mucho, tocamos tantas cosas que cuando no tocas nada con fuerza te despistas y resulta que hay una capacidad tuya que la estás abandonando y serías un Antoni Gaudí con eso, pero como te despistas.

---

---

En cambio, los que tienen una discapacidad, se concentran ya en lo suyo, el que toca la guitarra, el chico este que pintaba y ahí es donde se desarrollan los grandes genios, las genialidades.

**ELISA**

Otro tema importante es que si hay que cumplir estas normas es qué está haciendo por parte del Ayuntamiento para que esto se lleve a cabo. Realmente se estará haciendo suficiente o no. Hay que poner más medios para que esto se conozca y se lleve a cabo.

**MODERADOR 1**

Gracias por el aporte. Muchas gracias por venir y colaborar con nosotros.

---

## **ANEXO C: Encuesta – Informe ejecutivo**

El siguiente estudio cuantitativo mediante encuesta suministrada vía internet ha sido realizada desde el 5 hasta el 24 de marzo de 2010. Los participantes han sido responsables de RR.HH. o encargados de compras en empresas de más de 50 empleados, obligados a cumplir la ley que ampara a las personas con discapacidad; y que establece la contratación del 2% de discapacitadas en empresas de dicho tamaño o mayor.

Dichas encuestas fueron realizadas electrónicamente a través de la página web SurveyMonkey.com, y participaron en total de alrededor de 40 empresas accediendo al siguiente link: <http://www.surveymonkey.com/s/investigacionsobrediscapacidad>.

Los objetivos que se establecen son conocer la percepción que tienen las empresas españolas en relación a la inserción laboral de los discapacitados, la notoriedad del Grupo SIFU, y conocer a través de qué medios y canales de información se quiere informar los clientes actuales y potenciales de los Centros Especiales de Empleo.

Solo se ha tenido en consideración a los responsables de RRHH o de compras que son los encargados de las contrataciones y de las entradas de recursos en las empresas. La encuesta fue suministrada a un centenar de personas y fue incluida como mensaje de foro en diferentes grupos temáticos de las diferentes redes sociales profesionales (Xing, LinkedIn, Viadeo) y redes generalistas (Facebook) De este universo representativo se obtuvo una muestra de 38 personas que han respondido el cuestionario.

Las empresas que han participado en este estudio están distribuidas geográficamente en torno a un criterio de provincias, dado que la LISMI da preferencia a la contratación de CEE de la misma provincia de la que recibe fondos públicos y subvenciones administrativas. Como podemos observar el 38,1% operan en todo el territorio y el otro 38,1% en Barcelona. Esto es debido a que nos interesaba un tipo de empresa emplazada en Barcelona con tamaño nacional. Esta característica tiene relación con el grupo SIFU, el cuál su principal fortaleza es la de tener presencia en la totalidad del territorio con sede en Barcelona.

Podemos determinar que 8 de cada 10 responsables de RRHH de empresas de más de 50 empleados conoce la principal normativa que regula la discapacidad en la empresa. Si no se cumple con los requisitos de la LISMI se establecen unas medidas alternativas. Según la opinión de los encuestados la mitad prefiere acogerse a la compra de bienes y/o servicios a un Centro Especial de Empleo. Se determina la preferencia de recursos materiales ante la no contratación de recursos humanos.

El 80% de los encuestados sabe que es un Centro Especial de Empleo. El principal top of mind de nuestros encuestados es en primer lugar Femarec, en segundo lugar al Grupo SIFU y en tercer lugar a las empresas Acidh y Diswork. Fundosa, nuestra competencia directa solo es recordada en segunda o tercera opción. Aunque se conozcan CEE más de la mitad de los encuestados no contrata actualmente servicios en Centros Especiales de Empleo.

Los responsables que si contratan CEE suelen tener preferencia por Diswork y Femarec, seguidos del Grupo SIFU y Fundosa. Los atributos que se valoran con mayor importancia son la máxima calidad en el servicio, la resolución de incidencias y la adaptación del CEE a los servicios de la empresa cliente. La innovación y la accesibilidad a cargo del CEE son aspectos que se valoran como importantes.

El 50% de los encuestados conocen el Grupo SIFU si se les induce dicho Centro Especial de Empleo. Aunque solo un 14% contrata sus servicios, y solo un 10% de los encuestados recuerda la marca SIFU sin inducírsele primero. Los servicios prestados por el Grupo SIFU a

los encuestados – clientes han sido los de limpieza, conserjería, recepción y jardinería. Los servicios de instalaciones y manipulados no son conocidos por los clientes del Grupo SIFU.

En último determinamos los medios y canales de comunicación que los clientes o potenciales clientes del Grupo SIFU desean recibir información. Internet es el canal que mayormente es elegido para recibir información sobre CEE, seguido del correo postal (35,3%) y la presencia en redes sociales. Se determina por tanto la preferencia de canales directos e interactivos para recibir información.

## ANEXO VII.- ENTREVISTAS GRUPO SIFU

### Entrevista 1

Nathaly: El lunes debemos entregar una parte que hablar lo que es el entorno de la empresa, el sector, la empresa como tal los servicios, la situación actual. Entonces, básicamente las preguntas que te vamos a hacer están relacionadas con estos temas.

Ya que te presenté el plan vamos a hablar del entorno de la empresa. Primeramente que nos cuentes un poco cuál es la competencia, cuál es el principal foco y si lo puedes jerarquizar, si es posible del más importante o principal competencia a la menor.

Lluís: Nosotros tenemos yo creo distintas competencias. En quien nosotros nos miramos con las empresas de servicios grandes. Con empresas grandes me refiero a Eulen, me refiero ISS, que son empresas que contratan bastantes trabajadores. Me refiero a Kleppe, que son empresas muy potentes a nivel de servicios. que hacen todos los servicios que nosotros hacemos y que son 30 ó 40 veces más grandes que nosotros.

Ah, pero entonces tú dices: “pero si vosotros son Centro Especial de Empleo y estas empresas no lo son”. Es verdad, lo que pasa es que, si nos comparamos con Centros Especiales de Empleo nos estamos comparando con equipos de segunda.

Nosotros hemos tenido siempre una mentalidad muy empresarial con lo cual, trabajamos mejor y somos más profesionales que el resto de los centros especiales de empleo, con lo cual es decir: “ah, que buenos somos”, pero no nos sirve para mejorar. En cambio, si nos comparamos con las empresas de servicios potentes y que son pioneras y que hace cincuenta años que trabajan, entonces sí que nos sirve para mejorar. Ésta es la que consideramos nuestra competencia.

Y como Centros Especiales de Empleo claro que estaría la Once y todo lo que está relacionado con la Once que es Fundosa y Grupo Alentis que son Centros Especiales en su mayoría y que hacen servicios similares a los nuestros

Esta es la competencia más reconocida y que podemos identificar. Tenemos una competencia que no podemos identificar que es cuando vamos a limpiar una escuela en Lleida, la empresa de limpieza de Lleida. Es una empresa pequeña, 25 trabajadores, pero es una empresa local que a mí me puede quitar a este cliente. ¿Por qué? Porque es conocida en Lleida o porque el propietario es amigo del director del colegio. Es decir, empresas locales que hacen su perra de rías. Entonces, el director de la escuela prefiere confiar en la empresa de Lleida porque sabe que si tiene algún problema se lo va a encontrar el sábado en el bar viendo el partido del Barça, por lo tanto la resolución de problemas es mucho más sencilla. A mí en cambio me ve como una empresa de Barcelona, con 2,000 trabajadores que si les llamo vete tú a saber si me van a responder.

En resumen, la competencia identificada son las grandes empresas de servicios y algún Centro Especial de Empleo como la Once y sin identificar son las empresas locales pequeñas.

Nathaly: Bueno, aprovechando que estamos hablando del tema de la competencia y la expansión de SIFU, ¿cuál es la situación actual de SIFU en relación a la expansión a nivel nacional y ahora el mercado de Portugal?

Lluís: El sector de servicios está en expansión en España y Portugal desde hace muchos años y que es verdad que desde hace 3 ó 4 años es de 12% del PIB cada año, y este años será entre el 4 y el 6. Es decir que estamos en un sector que está en crecimiento. El sector del automóvil va mal, el sector de servicios no va mal.

Les hablo siempre de servicios porque es nuestra principal actividad, aunque

tenemos también suministro, tenemos temas de diseño y de formación, pero servicios es el 90% de nuestra actividad.

En cuanto a servicios nuestra expansión, o nuestro crecimiento, van ligados al del mercado ¿por qué? cada vez hay más pozos que se limpian, más instalaciones. Nuestros servicios son básicos, y con lo cual siempre se van a limpiar los edificios, siempre se van a necesitar vigilantes y siempre van a necesitar personal para recepción. Puede ser que haya menos empresas y por lo tanto se necesiten menos servicios pero en general estamos en un sector que no es de lujo, que si o si van a contratar, a mi o a otro, pero van a contratar a alguien; y en situación de crisis económica yo estoy beneficiado porque en teoría tengo unos precios más competitivos. Como las empresas se fijan más en su cuota de resultados, esto nos beneficia.

En cuanto a nuestra expansión, en el 2010 tenemos previsto abrir 2 ó 3 oficinas más en provincias en las que no estamos.

Nathaly: ¿Y en Portugal?

Lluis: Ninguna. Que no cerremos la que tenemos.

Nathaly: ¿Hay una?

Lluis: Sí, hay una.

Isabel: ¿Es de acuerdo a demanda como van abriendo sus oficinas?

Lluis: La verdad estas 3 que abrimos este año son en comunidades autónomas en las que no estamos, y que cuando abramos estas 3 ya podremos decir que estamos en todas las comunidades autónomas de España y para nosotros es importante, y no porque a nosotros nos haga ilusión, sino porque el tema de discapacidad está traspasado a los gobiernos autonómicos, con lo cual yo cuando abro un Centro Especial de Empleo en Barcelona es la Sanitat de Cataluña la que me da el número del Centro Especial de Empleo. Pero este Centro Especial de Empleo no puede operar en Zaragoza o en Aragón. ¿Por qué? Porque al gobierno aragonés no le parece que un Centro Especial de Empleo catalán trabaje ahí. Así que, cuando voy a Aragón abro un nuevo Centro Especial de Empleo que en vez de llamarse SIFU se llama SIFA que es Servicio Integral de Fincas Aragonesas, y así en cada comunidad autónoma. ¿Por qué pasa esto? Porque como son los gobiernos autonómicos los que dan las ayudas, quieren que sean para centros de sus zonas, no centros que vienen de otros sitios; y es por eso que en cada Comunidad Autónoma tenemos que abrir un Centro Especial de Empleo y solo nos quedan Extremadura, Cantabria y Asturias.

Nathaly: Perfecto, ahora si nos queda más claro. Ahora vamos a hablar un poco de la situación actual de SIFU.

La vez anterior nos comentaste un poco de que era una empresa familiar en la que se está llevando a cabo un proceso de profesionalización, ¿cierto?

Lluis: Sí.

Nathaly: Queremos saber un poco cómo se está llevando a cabo este proceso de profesionalización, en qué fase está, si hay un plan de empresa establecido. Un poco cuéntanos esa parte.

Lluis: Es difícil. Tenemos un plan estratégico, pero que no tiene nada que ver con la profesionalización de la empresa. La empresa se va profesionalizando a medida que las personas que trabajan en esta empresa son mejores profesionales, vale. Entonces, si que se está tendiendo a que la toma de decisiones cada vez esté distribuida en una categoría profesional de personas de un nivel superior al de hace 3 años. Eso hace que la empresa se profesionalice, porque una empresa profesional es una empresa que tiene buenos profesionales. Si haces bien las cosas, si la gente que está ahí dentro hace bien las cosas significa que eres una empresa profesional.

Omar: ¿Pero esto lo hacen desde el reclutamiento?

Lluis: Bueno, desde el reclutamiento y desde parte de la Dirección que se da cuenta que la empresa tiene un volumen muy grande, que es una empresa muy grande y que tiene un potencial muy grande; y deciden no seguir siendo ellos los que dirigen sino que tratan de delegar en profesionales contratados de otros sectores y otras empresas que pueden mejorar lo actual.

Entonces, la profesionalización viene por ahí y por establecer en cada momento el organigrama que se creemos se ha de establecer.

Y en cuanto al plan estratégico, cada 3 años se hace un plan estratégico y se delinea del 2010 al 2012 queremos hacer estas nuevas líneas de servicios, estar en estos sitios nuevos, hacer esto y hacer aquello. El plan concreto de 2010 a 2012 ya está hecho.

- Omar: ¿Y ese plan estratégico es abierto? Es decir, ¿podríamos tener acceso a él?
- Lluis: Ahora no, porque tenemos 28 gerentes que no lo saben todavía y estaría feo que vosotros lo conocieran primero que ellos. En un futuro es posible.
- Mayela: ¿Y quiénes realizaron este plan estratégico?
- Lluis: La Dirección de la compañía, y cuando digo la dirección es el presidente, el consejero delegado, el director financiero, el director comercial, el director de RRHHH, el director territorial y el director de operaciones. Cada uno de ellos, o algunos de ellos ayudados por sus equipos
- Nathaly: Ahora, en tema de servicios, ¿cuál es el servicio de SIFU que representa la mayor ganancia para la compañía?
- Lluis: Limpieza. No, ¿ganancia o facturación? Es distinto. Facturación, limpieza, ganancia no lo sabemos. Yo sé que de mi volumen, si facturo 10, 3 son servicios de limpieza; pero igual en servicios de conserjería facturo 2 y medio, pero el beneficio de 2.5 es superior al de 3  
Y eso no lo sabemos. En una empresa de 25 trabajadores es muy fácil, pero en una empresa de 2500 trabajadores es muy difícil tener una imputación correcta de todos los costes por línea de servicio. Entonces cuando calculamos los márgenes brutos y los márgenes operativos por línea de trabajo nos salen resultados que no nos cuadran, entonces tenemos cosas mal imputadas. Yo creo que en cosa de medio año esto lo sabremos, en qué ganamos más dinero. Saber esto es muy importante, porque sabes qué te interesa venderle al cliente, sabes qué servicios te interesa más colocar.
- Nathaly: Vale. Otra pregunta, ¿hay estándares de calidad establecidos?
- Lluis: Si. Tenemos unos estándares de calidad y por debajo de determinado grado, pues bueno.  
Si tenemos a un empleado trabajando en las oficinas del cliente por mail o por teléfono encuestas de calidad cada 3 meses me parece. Cada 3 meses o cada 6 meses. Y entonces se les hacen una serie de preguntas, ellos nos las responden y en función de esto obtenemos unas estadísticas de la mayoría de servicios que realizamos.
- Nathaly: ¿Una encuesta básicamente? de control
- Lluis: Ahora, en relación a la misión y la visión de la empresa, ¿cómo se trabaja para el cumplimiento de esta misión y visión?
- Nathaly: No se trabaja para el cumplimiento. Para la visión si, ¿a dónde queremos ir? se saca el plan estratégico.  
Pero la misión, no le hacemos mucho caso. La misión es integrar a personas discapacitadas, pero con los servicios que vendemos es que ya va. Todas las cosas que se ponen en la misión se cumplen porque son la razón de ser, es decir, no nos reunimos una vez al mes y decimos ¿oye, estamos cumpliendo con la misión y la visión? No, es que es innato a la compañía. No nos lo pensamos.
- Nathaly: Lo que queremos saber con esta pregunta es si hay una identificación del empleado con esta misión, la visión y los valores.
- Lluis: No hay una identificación del empleado, y con los valores menos.  
Es decir, la misión y la visión son innatas. El saber que queremos llegar a ser un Centro Especial de Empleo a nivel nacional y de ser posible a nivel internacional pues esa es nuestra visión, y lo tenemos claro, o al menos la Dirección lo tiene claro.  
La misión, es decir, integrarnos a \_\_\_\_\_ y a la \_\_\_\_\_ de servicios eso también lo tenemos claro porque forma parte de nuestra esencia.  
Y luego los valores, los 8 valores que tenemos, bueno, un día la Dirección y Recursos Humanos los establecieron y yo creo que no son compartidos por nadie.
- Nathaly: Cuando dices por nadie, ¿te refieres tanto al personal de oficinas como al

personal operativo? Todos en general

Lluis Sí. Yo entiendo que los valores tienen que ser en cascada de arriba hacia abajo y yo creo que no se da en esta compañía.

Omar Pero tú ves que sería importante para mejorar la productividad, para aumentar la identificación con el cliente, o por el momento crees que no hace falta

Lluis En cuestión de empresa siempre se tienen que tener unos valores que caigan en cascada y que la gente se sienta identificados con ellos. Nosotros no lo hemos conseguido.  
Eso opino yo eh. Igual hablas con el Director de Recursos Humanos y él piensa que todos están súper alineados y que todos se saben los valores de memoria. Yo creo que de las 80 personas que hay aquí en esta oficina nadie sabe ni 2 valores de la compañía.

Nathaly ¿Cuál crees tú que es la mayor preocupación en temas de comunicación? Cosas que haya que solventar a nivel comunicacional

Lluis ¿Qué problemas tenemos? ¿Qué problemas tenemos? Que no hay nadie que haga cosas relacionadas con la comunicación interna y externa que sea profesional de la comunicación.  
Otro problema es que se destinan pocos recursos.  
Otro problema es que por parte de la dirección no se le da importancia a lo que es la comunicación interna.  
A nivel externo es que no nos conoce ni Dios. Estamos en un sector que es poco conocido que es el de las empresas de servicios y en el sector de la discapacidad la mayoría de la gente conoce a la Once por las campañas que hace, por el cuponazo y por todo.  
Entonces para nosotros tener un poco de reconocimiento mediático es muy difícil, nos cuesta mucho.  
¿Somos conocidos a nivel empresarial? Te voy a decir que sí. Y las empresas que quieren cumplir con la LISMI y esto si entran a Internet rápido nos encuentran, pero a nivel de imagen pública no somos conocidos.

Isabel ¿Cómo hacen ahora cuando quieren establecer comunicación con un nuevo cliente?

Lluis Para mí un nuevo cliente no es comunicación eh, es comercial. Detectamos un potencial cliente, le llama alguien y le dice: Mire, somos un Centro Especial de Empleo y me gustaría ir a verle para explicarle los servicios que ofrecemos.

Nathaly Cuando te presentas a un cliente, ¿qué es lo que se marca como ventaja competitiva de SIFU? ¿Qué es lo diferente?

Lluis

- ▶ Somos 2,500 trabajadores, no hay un Centro Especial de Empleo que sea más grande
- ▶ Estamos en toda España, que no suele ocurrir con los Centros Especiales de Empleo

Y, si me comparo con una empresa de servicios:

- ▶ Que soy un Centro Especial de Empleo, es decir, que tengo un precio competitivo.
- ▶ Que damos oportunidad a personas con discapacidad que eso generalmente hace que se revierta en un buen servicio porque las personas con discapacidad, cuando les das una oportunidad no suelen dejarla escapar con lo cual se implican mucho más en el trabajo

Nathaly Volviendo al tema de comunicación, ¿qué busca SIFU, o tú en este caso, con este plan. ¿Qué esperas alcanzar con este plan? ¿Hay objetivos que tengas pensado a nivel interno y externo

Lluis Sí. A nivel externo tener más repercusión, es decir, tener más presencia, tener ideas y realizar acciones para tener más presencia. Y a nivel interno que haya comunicación interna, ahora hay muy poca.

Nathaly ¿Se han realizado estudios de clima laboral, estudios de mercado?

Lluis Estudios de clima laboral interno sí que los hemos realizado, en los últimos años debe haber 3 ó 4.

Nathaly De los resultados, ¿nos puedes comentar algo rápido?

Lluis No, no tengo ni idea. Pero los hacen Recursos Humanos

Isabel ¿Los hacen con despachos independientes?

Lluis No. Por ahora no. Son internos.

Isabel Los hacen las personas de Recursos Humanos directamente  
Lluis Si. Se rellena una encuesta y se pone de forma anónima.  
Con las encuestas de clima salen unos resultados y se toman medidas para mejorar estos resultados

Isabel Entonces podríamos decir que yo como empleado contesto mi encuesta y posteriormente veo que se tomaron en cuenta mis comentarios.  
Lluis Sí, pero la verdad es que lo hacemos mal porque de que la gente contesta a que se obtienen los resultados pasa más de medio año con lo cual, yo ya ni me acuerdo de lo que contesté, es posible que yo ya ni esté en la empresa.

Isabel Se debería hacer de forma más inmediata...  
Lluis Claro. Se hace el estudio en una semana, en otra semana se preparan los resultados, en otra semana se dan los resultados y dices las medidas que vas a tomar, y luego las tomas. De esto como vez, no hacemos nada correcto.

Nathaly Vale. ¿Estudios de mercado?  
Lluis ¿Competencia? Si hay. Yo participo en el comité de zonas, que es cuando vienen...  
(Nuestro organigrama es así: hay un presidente, un consejero delegado, luego hay una serie de directores – financiero, operaciones, RRHH, comercial y luego está el territorial-. El territorial es el responsable de los responsables de zona, que hay 4 ó 5, y éstos son los responsables de los gerentes. Es decir, este es el director territorial, que tiene a su cargo el director de la zona centro, que tiene a su cargo al gerente de Madrid, al gerente de Ciudad Real, etc., etc. Los directores de zona son muy importantes porque son los que tienen que hacer que todos los gerentes trabajen de forma correcta)  
...Yo me reúno con estos, se hace una reunión mensual con los 4 directores de zona, el director territorial y yo, porque es una parte que tiene mucho de comercial y en estas reuniones presentamos el estudio de alguna empresa

Nathaly ¿Y pudiéramos tener acceso?  
Lluis Si claro.  
Nathaly Queríamos comentarte que necesitaríamos el organigrama de la empresa, a ver si nos la puedes hacer llegar.

Lluis Perfecto, se los hago llegar  
Nathaly También queríamos comentarte que se nos pide llevar a cabo estudios de mercado con los clientes y una encuesta de clima o cultura con los empleados, y queríamos saber si estás de acuerdo con esto.

Lluis Para el tema de los empleados tendríamos que comentarlo con el Director de Recursos Humanos.  
Para el tema de los clientes es jodido porque acabamos de hacer un estudio de percepción que no tiene ni 2 meses

Omar Ese era otro punto, que si ya está hecho podríamos utilizar este material  
Luis Si, este material lo presenté a la Dirección General hace 3 semanas  
Nathaly ¿Lo podríamos utilizar?  
Lluis Si claro  
Omar Pero igualmente tenemos que hacer un estudio de mercado. Pero ya que ya se tiene el de los clientes, y como uno de los objetivos es tener más notoriedad, más presencia, lo que podríamos hacer es que lo llevarlo a cabo con el público general, con discapacitados que sean posibles empleados. Enfocarlo a otro público

Isabel Lo que se podría hacer también es conocer la percepción del público en general, su opinión con respecto a que se le de oportunidades laborales a las personas discapacitadas

Omar En cuanto al modelo organizativo. Quedaste en enviarnos el organigrama, pero quería ver si nos pudieras platicar un poco cómo va el flujo piramidal, el flujo de mando digamos así, ¿cómo funciona? Y si realmente funciona el organigrama

Lluis Las decisiones se toman en un Comité de Dirección donde participan estas 3 personas (Presidente, Consejero Delegado y Director de Finanzas) y esta persona (¿?) selecciona una serie de cosas y en el comité donde están éstos (¿?) se les traspasan a los Directores Territoriales, y éstos se lo traspasan a sus gerentes en una reunión mensual que tiene cada Director de Zona con sus

- gerentes y luego, en teoría, cada gerente con la gente de su estructura les traspasa la información.
- Luego 2 veces al año, hay una reunión donde estamos todos estos (¿?), estos (¿?) y los 28 estos (¿?) y debajo de este hay 4 personas que son los directores de las líneas de ventas; éstos también están en las reuniones anuales que las hacemos este jueves y viernes.
- Estos directores de ventas, gestionan sobre todo gestionan servicios, y hay uno de estos que es el de servicios, pero es el menos importante porque todos ya saben sobre servicios. En cambio, el de suministros es uno de los más importantes porque le tiene que enseñar a todos a vender suministros, porque hace poco que vendemos suministros, con lo cual la responsabilidad de esta línea es importante, debe incluir a todos.
- Omar ¿Y políticas de Marketing tienen?
- Lluis Se están preparando para el 2010
- Isabel Como Grupo SIFU participan por ejemplo en congresos, ferias, investigaciones, etc.
- Lluis Poco. Cada vez más pero poco en realidad.
- ¿Sabes qué pasa? Que ferias relacionadas con discapacidad hay pocas, y relacionadas con empleo hay alguna más, pero pocas también y además no nos acaban de encajar a nosotros porque nos dirigimos al colectivo de personas con discapacidad. Es decir, en una feria en la que van 3,000 personas a buscar empleo, de los cuales yo me voy a quedar con un mínimo del porcentaje de asistentes, no me interesa asistir. Me interesa más el ir a ferias de personas con discapacidad y de estas hay pocas. Hay una en Madrid que es la Feria de Empleo y Discapacidad que es en noviembre, y cada año vamos.
- Y luego, si que se organizan algunos actos y algunas jornadas a las cuales siempre que podemos participamos, pero somos muy cumplidos, tenemos que ir poco a poco.
- Isabel ¿En investigaciones?
- Lluis Observatorios. Hemos hecho 2 ó 3 observatorios. Esos también se los paso
- Los observatorios los hacemos sacando una batería de preguntas, les llamamos a las empresas, sacamos los resultados, los extrapolamos y hacemos este folleto. Y los resultados los enviamos a los medios de comunicación y entonces salen notas de prensa que hacen alusión a este estudio, a estadísticas.
- Aunque, generalmente, nos inventamos bastante los datos porque aplicar encuestas es un trabajo de la leche, y como tampoco tengo muchos recursos.
- Sí que son representativos los resultados porque ponemos lo que nosotros sabemos que es, y luego esto lo publican como si fuera dogma.
- Nathaly Hay algo que te queremos preguntar con respecto al entorno de SIFU. Cuando te hicimos la pregunta nos centramos mucho en la competencia, pero también hay otro entorno importante que es el gobierno y las relaciones que SIFU pueda tener con los Ayuntamientos, la Generalitat, etc. ¿cómo está este tema?
- Lluis No tenemos mucha relación con el gobierno. Es decir, no hay ningún lobbyng ni ningún organismo que apriete en los proyectos para conseguir mejoras en el colectivo de la discapacidad, tampoco lo hay.
- Es un colectivo muy disperso y que nunca ha estado unido, ¿por qué? Porque no tienen sentimiento de colectivo y eso es perjudicial. Sí que hay un sindicato de médicos, de la rama de la locomoción, pero no hay un Sindicato de personas con discapacidad, bueno, sí que lo hay pero lo hemos creado nosotros, así que es como si no lo hubiera.
- Omar En cuanto a lo que hablábamos de la notoriedad, es decir, de tener más presencia te referías a medios de comunicación o en los clientes potenciales.
- Notoriedad en general, abierto
- Lluis Sí
- Mayela Entonces también les interesaría tener mayor notoriedad en la sociedad en general
- Lluis Yo creo que sí. Y el motivo es que, para que cualquier persona que sea discapacitada sepa que si viene aquí le haremos una entrevista de trabajo y si

tenemos posibilidades le daremos un trabajo. Porque a nosotros nos cuesta encontrar gente para trabajar, y si en lugar de venir 2 candidatos vienen 5 tendremos más de donde elegir. Pero no son prioridad, la prioridad no es la población en general, sino la empresarial

Nathaly

Bueno, no te quitamos más tiempo. Te agradecemos como siempre tus atenciones y volveremos a tener una reunión contigo en el 2010.

## Entrevista 2

Isa: Nos decías que el número de empleados son 2.500. De todas maneras, como están distribuidos. Sabemos que en Barcelona está como el grueso de empleados.

Jordana: Sí, están distribuidos en 28 oficinas. Pero hay oficinas como la de Barcelona que empezaron hace 15 años, y hay oficinas que hace un año. Lo normal es que el número de personas de cada oficina esté en función del momento en el que la abrimos. Las antiguas tienen más personal porque además comenzamos abrir en las principales ciudades de España, que además también tienen más potencial para tener más personal. Entonces, Barcelona sería el 30% y luego hay 5 o 6 oficinas que tendrían entre 80 a 120 trabajadores, que es Valencia, Sevilla, Málaga, Zaragoza, Madrid y Sabadell. Estas serían las 6 oficinas grandes. Y entre Barcelona y estas seis estaríamos en el 80% de personal. Las 2500 personas... bueno estaríamos en 2400 y algo...

RRHH: Nosotros damos servicios a nuestras empresas clientes fluctúa entre 2400 y 2500. Yo ahora no te puedo sacar un listado del personal, y es porque hay una fluctuación.

Jordana: Diríamos que hay unos 2500 porque es la cifra más redonda y más acertada, porque también en cualquier día del mes puedes estar en 2600.

Isa: Claro, es como la media.

RRHH: Mira, si tú estás haciendo una limpieza en una feria y has contratado a 50 personas... sabes nos fluctúa en eso. A nivel organizativo yo creo que sí que es importante para la organización. Nosotros lo separamos mucho la gente que es de oficina y el personal que es de servicios. El que nuestros trabajadores están en casa o al cliente haciéndole un servicio y las personas como Lluís y yo estamos trabajando en las oficinas. En oficinas somos unas 200 personas, vale entre oficinas y la central, y entre 2000 y 2600 que están de personal.

Isa: Y como, me voy a adelantar un poco como hacen llegar la comunicación a las personas que están en casa o en el cliente.

RRHH: Cambia mucho todas las herramientas que utilizamos para personal interno, como para el personal de estructura. Son totalmente diferenciadas. Porque para el personal de servicios es un tipo de perfil que probablemente pues no tenga correo electrónico, que te diría un 60 o 70% pues no tienen correo electrónico o no lo utilizan allí ya hay un matiz importante. Y hay que pensar que aunque parezca mentira un 10% no tienen teléfono móvil. Bueno, es que eso sorprende. Es que hoy todo el mundo tiene teléfono móvil dicen, bueno es que hoy la sociedad es muy... A través del sistema estamos buscando nuevas formas de comunicarnos, básicamente con ellos nos comunicamos mucho. En la nómina por ejemplo, que sigue siendo de sobre y papel y se les envía incluimos nuevas actividades como actividades lúdicas que organizamos, invitaciones a actividades con la empresa, promociones, todo lo que os podáis imaginar a nivel de comunicación que se le pueda traspasar al personal de servicios, pues se utiliza mucho la nómina. Vale, otra herramienta es el informador que ya lo habéis visto es una forma de hacerle llegar una revista de forma bimensual a todos los trabajadores con la intención de decirles en que empresa están cómo evoluciona dicha empresa, que contactos tiene, que objetivos tiene, que nuevas actividades hay que nuevas aperturas tiene... todo lo que es formación, etc. Básicamente son estas dos herramientas que utilizamos, si que también está la web, pero claro, la web sí que ellos pueden entrar y pueden ver cosas.

Jordana: La explicación de que tanta gente no tenga correo o que no sean usuarios de internet es por su edad, porque la edad de nuestro personal que sería ¿entre 45 y 50? Es decir son personas que a nivel educativo es muy bajo y a nivel adquisitivo también.

Isa: Bueno, del personal administrativo, el que está en oficinas. El 100% tiene correo y computadora en general. Vuestra herramienta sería la Intranet.

RRHH: Si tenemos un portal del empleado, donde se utiliza mucho a nivel de comunicación de plantillas, procedimientos, políticas

Jordana: Y para rellenar vacaciones. Desde RRHH te envían un correo electrónico diciéndote, oye, que ahora antes del 21 de marzo tenias que haber pedido las vacaciones. El modelo está en el portal.

Isa: Todo eso está en el portal

Jordana: Si, y luego hay noticias, si ahora este año hemos empezado a hacer un newsletter.

RRHH: Bueno no le llamamos newsletter porque tenemos una plantilla de newsletters que utilizamos para comunicación externa con clientes. No deberíamos mezclar, le llamamos comunicación interna y está trabajando directamente en el portal para que nosotros desde RRHH solo enviemos un mail, con un link para que ellos desde al..... portal donde encuentras toda la información básica de la empresa, cursos de formación, plantillas, políticas, etc. Otra cosa que es muy importante de comunicación, sobre todo lo que es descendente es el informador también porque también lo reciben todas las personas de la organización. Otra sería las reuniones, se hacen reuniones. Eso es comunicación interna para nosotros. Intentamos que sea una reunión semestral a nivel individual, y trimestral a nivel de servicios centrales y mensual a nivel de directores de zona. Reuniones semestrales a nivel individual, o sea que semestralmente el responsable de cada área pueda sentarse con su equipo para hacer un seguimiento de su equipo y su desarrollo, etc. Como decía Lluís hacemos una reunión trimestralmente aquí en servicios centrales que lo hace nuestro delegado. Y luego la mensual que realizan todos los directores de zona, en esas reuniones es todo lo que son novedades, decisiones de comité de dirección, y luego estos directores lo transmiten a todos los exponentes. Este es el flujo. A partir de allí esas informaciones ya aparecen en la web, aparecen en el portal del empleado y allí lo pueden leer.

Maye: Pero esas reuniones solo abarcan al personal de estructura... servicios

Jordana: Sí, servicios ya lo hemos dicho. Básicamente informador.

Maye: Y como se lo entregan (el informador), con la nómina o...

Jordana: Piensa que nuestros trabajadores vienen mucho a nuestra oficina, a recoger nómina. Cada uno a su oficina respectiva.

RRHH: Es bimensual pero es bastante probable que una vez al mes se pase por la oficina, entre otras cosas por el uniforme, cambios de horario para recoger documentación, y todo porque como somos un CEE y hay todo lo que serían los ajustes personales y sociales. Que les hacemos un seguimiento que estamos obligados a hacer y que eso se registra. Para intentar ajustar todos los temas tanto laborales como sociales relacionados con su trabajo. El seguimiento normalmente se hace una vez cada dos meses.

Jordana: Aquí en Barcelona o en Madrid pasa menos pero en el resto de oficinas pasa mucho. Por ejemplo en Lleida que es pequeñito y hay menos ocupación se produce más que lo que sería Madrid o Barcelona con una tasa de ocupación más elevada.

RRHH: Sí, sí, que resumiendo. El personal de estructura tenemos intranet, revista y reuniones; y a nivel de personal de servicios pues tendríamos revista y nómina.

Maye: Y los responsables son RRHH o tiene, por ejemplo el informador recae en los de comunicación

RRHH: El informador como hay tanto información de comunicación externa, como comunicación interna es un trabajo compuesto por comercial/marketing y una persona de RRHH.

Isa: ¿Un comité?

RRHH: Sí bueno, es un equipo de trabajo formador por, bueno Lluís y yo estamos lo que pasa que no vamos a todas las reuniones. El equipo de a pie que son los que realmente son los artífices de la revista estos son una persona de RRHH y otra persona de Marketing.

Jordana: Y una empresa externa que nos ayuda...

Isa: Pero, tienes en tu equipo de RRHH una persona que se encargue de comunicación interna.

RRHH: De comunicación interna, sí. Aunque no exclusivamente. Diríamos que realiza el 25% de su trabajo en comunicación interna.

Isa: Pero no es un especialista en comunicación interna.

RRHH: No. Sí que se le ha dado la formación necesaria para realizar su trabajo.

Jordana: Ha hecho un curso o algo, ¿no?

RRHH: Sí, Ha hecho un curso. Y se le está dando herramientas y formación, pero no es una experta. No es una experta.

Jordana: Hay dos herramientas más de comunicación interna como son el tablón y el buzón de sugerencias.

RRHH: Sí. Esta sería la parte ascendente, ¿no? (dubitativo) Lo que sería de abajo para arriba es lo que dice Lluís.

Isa: ¿Los tablonos son comunicación ascendente?

RRHH: Tanto ascendente como descendente. ¿Por qué? Porque nosotros tenemos tablonos donde ellos pueden colgar, las personas de la organización pueden colgar sugerencias... si me vendo una moto, pueden colgar cualquier acción que ellos quieran comunicar a la empresa, pues ellos pueden....

RRHH: Los tablonos que hay son lo que veis aquí. Este es un tablón nuestro donde la información es nuestra, pero luego hay otro tablón que la comunicación es ascendente: "que quieres comunicarnos"

Isa: ¿Y tú vas y lo pones?

RRHH: Sí, tu vas y ya está. Esta en casi todas las oficinas, en todas las oficinas no está porque básicamente el equipo allí es más descendente. En oficinas grandes básicamente, pues donde esta pues en Madrid, Barcelona, Sevilla... pensar que tenemos oficinas con sólo 2 personas. Estos se sientan y se lo dicen. Piensa que en oficinas más grandes sí que tienen esto. Y luego tienen el buzón de sugerencias, que es un buzón totalmente cerrado, donde cualquier

trabajador. Este sí que es una herramienta tanto para el de servicio como para el de estructura, va al buzón de sugerencias. Vale y es completamente confidencial allí pueden poner cualquier queja, cualquier sugerencia, cualquier cosa.

Isa: La actualización de los tabloneros es periódica, cada 15 días... Depende de la información. Las internas son cada mes y cada una tiene su timing.... Todo lo de formación sí que se hace básicamente semanalmente porque realizamos mucha formación y generalmente, cada semana hay cosas nuevas de formación. Todo lo que es más así de comunicación de gerencia o de nuevas actividades se intenta pues tenerlo en boca. Nosotros hacemos un montón de actividades que para mí es comunicación todo lo que es, actividades lúdicas... de salidas con los trabajadores, forman parte del plan de ajuste personal y social de las personas con discapacidad. Aún así, forma parte de la comunicación... y aún más una parte que me dejaba que la comunicación informal, que hay mucha también. Muchísima y parte de lo que es esa comunicación informal es lo que son las actividades. Realizamos muchas actividades, de hecho todas las oficinas realizamos como mínimo dos actividades al año. Que se llevan a sus trabajadores al parque de Montjuic, al lúdico. De integración. Todas esas actividades que fomentan muchísimo la comunicación informal entre lo que sería un director como Lluís y un trabajador de a pie. Piensa que la lúdica de aquí de Barcelona estamos haciendo actividades con gente de a pie. Y es la manera de comunicarse de comunicarse con todos. Para mí es una parte fundamental de comunicación. Y el buzón de sugerencias sí que está mediante un proceso donde se tiene que tramitar todas las sugerencias. Todo lo que llega a esos buzones tiene un procedimiento de trámite, y se tiene que dar una respuesta. Damos una respuesta u otra pero que si que damos una respuesta.

Isa: ¿Se utiliza? Si se recibe...

RRHH: Cada vez más. Esto lo empezamos a hacer hace un par de años con Laura, ¿te acuerdas? (hacia Jordana) Y no se utilizaba prácticamente para nada. Y había un poco de desconfianza, si yo pongo aquí que si tal que si cual. Luego tendré represalia o... Y yo veo que cada vez la gente cada vez confía y va poniendo cada vez más propuestas. Yo os puedo poner un par de ejemplos de los últimos dos meses que hemos recibido muchísimas. Me sorprende porque en la mayoría de oficinas comienza a haber mucha comunicación a nivel de buzón

Isa: Y como lo hicieron. ¿Se hizo una campaña?

RRHH: Básicamente porque hemos comunicado las acciones.

Jordana: Se ha hecho algo porque alguien se le ha ocurrido. Alguien ha dicho oye aquí los discapacitados aparcamos los coches, pero es que la gente nos pone los coches en la acera y entonces no sirve de nada porque hemos de dar mucha vuelta y casi nos sirve mejor aparcar en otro lado, entonces se establece una zona de parking donde no molesta a personas discapacitadas aparcar el coche se comunica desde RRHH enviando un correo donde se comunica a todo el mundo, oye a través de estas sugerencias se han desarrollado estas acciones...

RRHH: Y damos la gracias a... coño hasta me escuchan y todo.

Maye: Claro. Es como que le prestaron atención.

RRHH: Vale pusimos el buzón y es como: Vale está el buzón y recibíamos alguna sugerencia y no le dábamos el feedback y ahora a partir del feedback ha habido un boom de sugerencias a veces has de decir gracias por todas las sugerencias pero oye que no son motivo último o no son viables. Por comunicado interno decimos hemos recibido muchas que sepáis que las que no hemos publicado será porque no se llevarán a cabo pero seguimos animando a que sigáis haciendo este tipo de sugerencias porque los que las que pensamos que van a ser correctas

se llevarán a cabo. Este puesto abajo un tubo con todo de pilas, un cubo para reciclar pilas. Antes había una caja y quedaba muy mal. Pues yo conozco que en el ayuntamiento regalan esto. Y la empresa le regala una solicitud y así tendremos uno más chulo. Pues son cosas que va proponiendo la gente, los trabajadores. Yo creo porque hemos dado una respuesta, pues claro lo ven, se ven reflejados y entonces dicen pues bien yo voy a proponer esto.

Jordana: Y comentaros una cosa más a raíz de lo que él dice “comunicación informal”. No penséis que cuando nosotros ponemos un trabajador a trabajar allí, lo ves cuando viene a la oficina. Pues no, hay un supervisor que es una persona de estructura que habitualmente va al servicio y esta persona es normalmente una persona... horario y que el cliente se ha quejado porque no sé qué o el sábado me puedes hacer el turno en otro sitio. Es decir, hay mucha comunicación de estos supervisores con todo el personal. No penséis que el personal está dejado de la mano de Dios, sino que una persona está limpiando, una vez por semana viene el supervisor le da productos de limpieza y a ver cómo está todo. Ve a la persona, ve como está todo. Y eso es comunicación informal.

Isa: Y estos supervisores se les dan algún tipo de formación, liderazgo, motivación. Como se aseguran que el mensaje corporativo llega al supervisor y éste lo transmite al empleado como ustedes quieren porque va pasando como en una cadena.

RRHH: Con la parte con la debemos trabajar más es la parte de operaciones que acabas de decir, porque hasta día de hoy la estructura del grupo SIFU estaba mucho en una estructura gerencial. El gerente hacía de todo y sus ayudantes su gente de confianza eran los supervisores, pero eran personas para que lo entendáis que han nacido como operarios y entonces el que destacaba más y el que marcaba más capacidad de liderazgo es el que se le ha dado más responsabilidad. Lo que ha pasado es que el departamento de operaciones, hace un par de años se está profesionalizando. Y esa profesionalización sí que se está intentando dar mucha más formación, y con puestos de trabajo nuevos. El departamento de operaciones es un departamento en ebullición. Así como el departamento de RRHH y en las oficinas se ha de encontrar un técnico en RRHH. En operaciones te puedes encontrar depende de la oficina a un supervisor, a un jefe del equipo, a un jefe de operaciones. Ah! Y esto del jefe en operaciones ¿qué es? Pues es una figura nueva. Ah! Y cuando aparece. Es decir, estamos creando esta figura. A nivel de comunicación estas personas están recibiendo muchísima formación a todo lo que es derivado de la discapacidad. Pensar que o son personas discapacitadas que solo conocen muy bien su propia discapacidad pero no conocen las otras. Entonces tenemos un problema de comunicación porque básicamente el que le puedas ir a hablar a una persona con una discapacidad auditiva o mental, o intelectual o física la comunicación es diferente.

Isa: Si, claro. La sensibilidad.

RRHH: Y entonces se les está dando mucha formación a esta gente, además de un nuevo sistema de formación llamado “Navition”. Que se está implantando en la compañía y recientemente.... Mucha información laboral en la planificación laboral de formación estas personas tienen que hacer un curso de primeros auxilios de discapacidad, de gestión de discapacidades, no sé como lo llaman. Porque básicamente lo que se pueda decir en un comité de dirección pase por los directores de zona, eso pase por los gerentes y esto baje a las personas de la oficina y estas a las personas de servicio. Este es el último eslabón donde allí no llegamos con esta complicación con el sistema actual de comunicación no llegamos pero básicamente porque tenemos un impedimento antes de hacer cualquier acción, porque antes de nada esas personas deberían ser personas que deberían saber o tener las mínimas capacidades de gestión de equipos y esas capacidades en muchas ocasiones no las tienen. Porque tienen problemas de comunicación por nuestra realidad laboral. Nuestra realidad laboral es diferente, muy dispar. Un supervisor puede ir a una conserjería donde la persona

tenga una discapacidad física y se comuniquen perfectamente con él. Le transmite todo perfectamente y el mismo supervisor se puede ir a un centro comercial donde hay gente de "psico" donde no llega a comunicarles nada porque además tienen una discapacidad intelectual y hay cosas que nunca las entenderán. El problema básico es que no tengan una hoja de ruta, que sí que tienen de procedimientos. El departamento de operaciones tiene que hacerles unas encuestas de calidad donde tienen que ir allí a ver que la persona esté con el uniforme que tenga claro los horarios. Eso sí que lo tienen y el supervisor lo transmiten, pero son instrucciones para nosotros desde el punto de vista de RRHH. Eso para mí son instrucciones. Sí que son herramientas de comunicación, pero que prefiere el operario todo aquello que tú le estés diciendo por eso yo creo que allí hay un "gap". Y es un gap y es una realidad.

Isa: Hablando de discapacidades que discapacidades tienen personal del grupo SIFU.

RRHH: Nosotros las dividimos en cuatro. Aunque de discapacidades hay muchísimas y de enfermedades todavía más, ¿no? Para nosotros son cuatro. La que tenemos más que es donde probablemente tenemos un 70% son discapacidades físicas, cualquier tipo: Movilidad reducida, silla de ruedas...; luego están las sensitivas, todo lo que son discapacidades sensitivas: visual, auditivo... que tenemos poco, por la tipología de servicios. Auditivo que sí que tenemos, visual poco. Luego estaría discapacidad mental donde sí que tenemos bastante, entre un 17 o un 18%, enfermedad mental es todo lo que está relacionado con problemas de que muchas veces se confunde con discapacidad intelectual que es la última. Se confunde mucho la discapacidad mental que es psíquica con lo que a nosotros cada vez nos gusta decir intelectual, porque va relacionado con el coeficiente de intelecto (inteligencia).

Isa: Una bipolaridad, por ejemplo....

RRHH: Eso sería una enfermedad mental. Un síndrome de Down sería, todo lo que afecta a la inteligencia es intelectual, y todo lo que afecte al comportamiento adaptativo de esa persona es enfermedad mental, pero básicamente una persona puede ser súper-inteligente y tener enfermedad mental, súper inteligente. Por eso hay que diferenciarlo. Persona puede ser capacitadísima para un trabajo que requiera un alto coeficiente intelectual. Puede hacerla pero claro tienes que hacer un gran seguimiento, un ajuste social y laboral para que esa persona no deje la medicación, porque esa persona tiene que estar regulado por medicación. Si esa persona por cualquier desengaño, o por cualquier situación familiar deja la medicación eso se ve repercutido en el ámbito laboral, comportamiento y adaptación. Estas son las cuatro discapacidades, esa es la que nosotros hacemos pero esta clasificación es bastante mundial, pero por ejemplo la CCAA la mental y psíquica es lo mismo pero para nosotros a nivel de selección nunca será lo mismo. Es decir, tú te puedes ir a la Generalitat, no ellos lo diferencian. Pues te puedes ir a la comunidad de Aragón y ellos te dicen a mí me da igual porque a nivel de registro es lo mismo, pero a nivel de selección no es lo mismo, porque la diferencia sustancial entre las dos puede llegar a ser muy diferentes. Las enfermedades mentales tienes que tener un seguimiento mensual y casi quincenal porque la medicación no la dejen y tal. En cambio el.... Pues está trabajando en una brigada con un jefe de equipo, seguimiento lo está haciendo el supervisor.

Maye: Y esos supervisores son considerados de estructura, también.

RRHH: Si antes había una mezcla importante, ahora dentro de esa propia profesionalización esta el decir esta persona es de estructura, tiene el correo electrónico, tiene una formación específica, tiene un salario específico. Ya no es el ayudante que yo os hablaba antes de una oficina que es pequeñita y al que es más espabilado le dan el cargo de supervisor. De hecho ahora está arreglado. Eso ha sido una lucha, ya que ha muchas oficinas les costaba mucho aceptar que esa persona era de estructura y que tuviera un sueldo mayor o que tuviera una formación específica

Jordana: Eso es importante porque hay unas ventas y con ello hay unos márgenes que te varían, unos que suben otros que bajan y...

Isa: Dependiendo del tipo de discapacidad es como la forma en que la persona puede recibir el mensaje. Las personas que tienen discapacidad visual como lo hacen, porque si yo pongo un mensaje en la nómina.

RRHH: A ver, eso forma parte de la formación que ellos están recibiendo en curso, este que os decía yo de gestión de discapacidades. Pensar que lo estamos haciendo paulatinamente, no todo el mundo tiene esa formación, la tienen que tener en un plazo de 24 a 36 meses, pero esa formación es básicamente es lo que me estás preguntando tú, que por ejemplo una persona que tiene dificultad auditiva se le hable siempre de cara, que siempre vea que los labios los estas moviendo que nunca le des una instrucción de lado, que no le puedas llamar en una reunión de más de cuatro persona porque tienen más dificultad de entendimiento. Toda esa información se da en este curso de gestión. Depende de las discapacidades pero básicamente como son la auditiva, que tenemos muchos problemas porque acaban en conflictividades porque básicamente es por esto. Por problemas de comunicación, lógicamente aquí se tiene que trabajar mucho con las discapacidades intelectuales, y luego ya es más la formación es algo más genérico, como es gestionar una capacidad con lo que se podría considerar como una persona normal. Pero si que la formación que reciben es de gestión.

Jordana: Si pero también señalar una cosa, para una persona de fuera una discapacidad puede sorprender. Una persona de 15 años podría estar sorprendida pero ahora no me planteo que discapacidad tiene mi equipo me es algo indiferente. Es porque si tu entras en una empresa no te preguntan si tu jefe es más listo o más tonto, y entonces ya no miramos las discapacidades sino las capacidades, si una persona tiene una discapacidad auditiva sí que tienes que dar el mensaje, pero llega un momento que como trabajamos tanto tiempo con tantas personas discapacitadas que ya no miramos esas discapacidades. Miramos las capacidades que tiene cada persona para ver que trabajos pueden hacer.

RRHH: Piensa que la pregunta que hacías de "visual", nosotros no tenemos ceguera. Tenemos cegueras parciales, porque es que si no podrían estar trabajando en nuestros servicios. Tú sí que les puedes ayudar haciendo que en el lugar donde trabajen tengan el cartel más grande. Puedes adaptar, y esto entra dentro del programa de ajustes sociales y laborales. El supervisor si el detecta que la persona tiene un problema visual importante y con ese cartel no ve, pues un ajuste social y laboral sería este, que el cartel te sea más grande. Por ejemplo de estos te puedes encontrar mucho en la empresa. Yo a modo de anécdota pero para que os pueda servir, yo en mi equipo tenía una persona con una discapacidad visual importante y cometía muchos errores y la manera de reducir esos errores fue cuando le cambiamos la pantalla, y es una tontería pero él estaba todo el día haciendo un esfuerzo brutal para poder ver porque el sistema que tenemos ahora de Navition es todo como si fueran pantallas de Excel pero más pequeñas y claro le costaba muchísimo y era un esfuerzo brutal, para poder ver hasta que eso no lo detectamos había muchísimos errores. Decíamos pues esta persona no está capacitada para este puesto de trabajo. No es que no estuviera discapacitada es que le teníamos que dar herramientas diferentes. A la que pusimos una pantalla en la que lo amplía, tú ves la pantalla y dices "ala que grande" Pues se reducen los errores y la persona personalmente está más tranquila y trabaja mejor y no hay más.

Isa: Al final el manejo de las capacidades y el manejo de las herramientas se vuelven como parte de la cultura. Entrás al principio no sabes cómo manejarte y luego lo ves como algo natural. Como lo hacen con la persona que va al sitio, es decir, con el cliente. Como lo sensibilizan al cliente.

RRHH: No, no hacemos nada.

Isa: Es decir, con las personas con las que interactúan que no son parte de SIFU.

RRHH: No, con los clientes puedes hacer jornadas de sensibilización, pero hombre esto es más. Entendemos, que tampoco hay tantos servicios donde interactúen, esto Lluís lo sabrá. Si pero por ejemplo, un cliente. La gente de la limpieza sí que interactúa con la gente del cliente, nuestros conserjes interactúan con todos los vecinos. Si, no pero con los vecinos o con el cliente no hacemos nada. Entendemos que el cliente si contrata un discapacitado de este tipo es que sensibilizado está.

Maye: Y creen que vale la pena hacerlo. Lo que decían por ejemplo del personal de limpieza que interactúa en la empresa que recibiera algún tipo de información.

Jordana: Por ejemplo, para sensibilizar a una portería de vecinos pongo un letrero en la que explico que el señor manolo es un señor que tiene tal discapacidad y no sé que por favor no le hagan correr, estoy inventando una barbaridad. Eso es ilegal. Porque yo no puedo hablar de una persona porque eso es protección de datos. Si yo voy a limpiar y hago una reunión que no es una reunión nuestra sino de un cliente y veo que las dos personas que voy a enviar uno es un síndrome de down y la otra no se qué. ¡Pues ostra! Yo creo que estamos haciendo algo ilegal. Si no lo hemos hecho no es porque sea ilegal sino porque nunca...

RRHH: Entiendo que la sensibilización con el cliente se hace con jornadas con ellos, con desayunos de trabajo. Si pero es lo único que hacemos con el cliente si es que hacemos algo.

Jordana: Con el cliente hacemos, unas jornadas de sensibilización porque hemos contratado a una persona que las hacía en la antigua empresa donde estaba. Las hemos hecho a nivel local.

RRHH: Y a las jornadas lúdicas también invitamos a todo el mundo. Las jornadas lúdicas son también una jornada de sensibilización para todos. Internos, externos, vosotras también estáis invitadas.

Isa: Si, claro

RRHH: Pues es lo que dice, Lluís.

Jordana: Valoramos a las personas por sus capacidades no por sus discapacidades.

RRHH: Y sí que es verdad que cuanto menos importancia le des más natural es.

Maye: Si no sería como predisponer.

RRHH: Yo en mi equipo tengo gente con discapacidad y cuando hablo con ellos, me lo dicen que se sienten más y mejor cuando se habla poco de su discapacidad. Con lo que Lluís habla de mi capacidad y no habla tanto de mi discapacidad.

Isa: Cuando integran a empleados ¿cómo llevan a cabo el proceso de selección?

Jordana: Selección es muy a ver, selección es uno de los ejes para que la compañía vaya bien.

RRHH: Es un proceso muy pautado y muy procedimentado. Básicamente porque cuando hablamos de selección hablamos de selección, no (se refiere a que ya hay un filtro natural) Todo el mundo se imagina la entrevista y pasar cuatro test y para mi empieza donde vamos a buscar, donde. Cuáles son nuestras fuentes de reclutamiento. Y nuestras fuentes de reclutamiento no os imaginéis a nada a lo que son fuentes de reclutamiento convencionales. Es totalmente diferente, nosotros hacemos la primera entrevista y esta es muy pautada. Muy pautada. Es semiestructural, muy pautada y estructurada con preguntas muy cerradas y con

unas respuestas que tú has de sacar de una manera muy clara y hay un informe de esta primera entrevista. Esa es una entrevista muy estructurada. La segunda puede ser más semiestructurada donde entra ya un poco más el servicio donde tú has pensado que puede adaptarse esa persona y luego la 3 o 4ª entrevista y luego todo lo que es el proceso de adaptación de estas personas es complicadísimo. Complicadísimo depende de la discapacidad porque también insertamos personas de un día para otro y va bien y sin ser tan difícil. Pero sí que es un proceso arduo, porque lo más importante es la adaptación cuando hablamos de una selección. Y seleccionar o contratar a alguien, nosotros el paso de contratación a la integración de esa persona hay un periodo de adaptación largo.

Isa: ¿De cuánto aproximadamente?

RRHH: Entre 3 y 6 meses seguros, seguro. Depende de la discapacidad hay discapacidades que son físicas es que se adaptan igual que cualquier tipo de persona, depende del puesto de trabajo, hay muchas variables, depende del servicio. Pero sí que es verdad que el proceso de selección que llevamos es muy muy cerrado y muy estructurado. A partir de que nosotros vemos que esa persona se puede adaptar a un puesto de trabajo, nosotros lo que hacemos es contactar con el supervisor para que haga un periodo de adaptación con él. Para que haga un proceso de adaptación con él. Antes de que esa persona vea el servicio, antes del cliente y donde va a ir a trabajar. Se le presenta el supervisor y es un poco el supervisor el que hace un poco de acompañamiento de ese primer contacto con el cliente, y luego sí que hacemos la historia social, es que esto es largo. Solo que la persona la contratamos solo que esta creamos que la adaptación al puesto es idónea pues se presenta al supervisor, pues entra en un proceso de formación. Esta persona ya está contratada pero el supervisor pero éste tiene una semana para comunicar al departamento de RRHH, cuáles han sido las dificultades y sus inquietudes con el cliente. Allí es cuando se hace la historia social, allí es donde el departamento de RRHH es donde abre el archivo. Esa persona ya ha pasado una semana con el supervisor y esa persona, a dicho ok! Esa persona funciona bien, o funciona mal; se ha adaptado o no se ha adaptado o necesita esta adaptación: Pantalla de ordenador, etc. lo que sea y a partir de esa semana se hace la historia social que consiste en esa semana pues en recoger toda la información personal y laboral, incluso social para que para el proceso de adaptación de esa persona al puesto de trabajo pues sea un proceso de adaptación normal. Esto depende mucho de la discapacidad, pero si es una persona que se medica y tiene una enfermedad mental, esa persona tiene una historia mental, pero al cabo de 15 días a saber, y al cabo de otros 15 días a volver a saber. Y si le ha funcionado bien al cabo de un mes a volver a saber y entonces el seguimiento es mensualmente, y si todo va bien, pues quizás cuando todo va bien ya el seguimiento lo haces bimensualmente. Si es una discapacidad física ese seguimiento no se lo vas a hacer ni quincenal ni mensual, a lo mejor se lo haces cada 3 meses o cada 5 meses porque son adaptaciones rápidas. Básicamente es presentación al supervisor, asumirlo, 1 semana o 15 días donde el supervisor nos vacía a RRHH su evaluación, a partir de allí la historia social y a partir de la historia social, hay los ajustes personales, sociales o laborales que necesita esa persona, sí! Mediante los seguimientos que va en función del puesto de trabajo, de la discapacidad, y del servicio que está realizando. Pues serían esas 3 variables.

Maye: Y de allí cada supervisor que decida, es como cada uno vea el desarrollo.

RRHH: Si, luego normalmente si hay perfiles que sí que son para oficina sí que ya entra otro tipo de seguimiento si son personal de oficina si hay unas pruebas objetivas, de capacidad y sobretodo de perfil. Pero cuando es en servicios la adaptación es en servicios la integración al puesto de trabajo es ver como las capacidades de la persona que vamos a demandar y las capacidades de la persona que vamos a contratar en la empresa cliente son compatibles. Porque son servicios y son puestos de trabajo que no requieren, una capacidad de trabajo enorme. Pensar que nosotros hacemos servicios de limpieza, de conserjería, vamos a buscar

más la adaptación de esa persona que ha pasado una prueba objetivo. Obviamente cuando vamos a buscar perfiles más altos, o medio altos cuando son en oficina o en central, sí que hay pruebas objetivas. Pruebas de perfil, de conocimiento y objetivas.

Maye: Sus fuentes de selección dice que no son como las habituales

RRHH: Una fuente importante de selección son amigos, conocidos, el entorno de una persona con discapacidad, esa es una fuerte fuente de reclutamiento importantísima. Todo lo que son asociaciones, fundaciones, todo lo que os podéis imaginar a nivel de discapacidad. Hay muchísimas. Luego está la convencional, también puedes poner un anuncio en Infojobs o en..... pero básicamente nuestras fuentes de selección son conocidos, etc. Las mutuas de trabajo aunque la tía te va a saltar ¿cómo? Es una gran fuente de reclutamiento porque alguien puede tener un accidente laboral o pueda tener una discapacidad para trabajar o donde trabajaba antes y eso todo ha de pasar por una mutua y la mutua también tiene esa responsabilidad social de que esas personas no solo atenderlas y darles una asistencia sino que esto es el anuncio de sanitas o de asistencia sanitaria, que una parte de los servicios que da esta mutua privada, si tienes un accidente, el médico tal pero luego te voy ayudar no solo te voy a dejar allí con la pata rota con la pierna rota, cuando estés en casa con la pierna así yo te voy ayudar, ya que vas a tener un seguimiento para buscar trabajo. Esta parte de las mutuas son las que con nosotros nos interesa muchísimo la colaboración, igual que nosotros con ellos. Mutuas, asociaciones, conocidos, etc. También webs, muchísimo se está poniendo de moda, no me gusta la palabra moda, pero sí que se está trabajando en muchas webs donde hay personas con algún tipo de discapacidad de inserción laboral.

Isa: Si hemos visto muchos grupos en facebook, twitter, linkedin... muchísimo.

RRHH: Si no solamente en personas que tienen problemas de inserción en discapacidad, sino en exclusión social de 25 años, hombres mayores de una determinada edad, madres maltratadas, muchísimos colectivos donde se hacen webs y redes sociales. Nosotros ahora eso se está empezando a trabajar desde el departamento de selección y es que es una realidad. Y tiene doble vertiente. La gente puede mal de ti, pero sí que es verdad que hay mucha desconfianza, Lluís lleva más tiempo que yo y hay mucha desconfianza, muchísima, te has de ganar la confianza. Esto es como los departamentos de RRHH hace unos años, ahora ya no con la crisis que estamos viviendo que antes era vender la empresa, poco menos. La entrevista de trabajo era como vender la empresa porque si no, no va a querer venir, era así. Los perfiles de RRHH eran comerciales, claramente para convencerte. Tenían capacidades y perfiles comerciales y decías, ostia! Como ha cambiado el de las gafitas super analítico, has sacado un cuatro en percepción te voy a contratar, el comercial que te venía y te vendía su empresa y te decía que te vinieras a trabajar con él. Pues aquí es la mezcla porque lógicamente aquí quien tiene un problema de discapacidad aquí tiene una puerta abierta pero también pueden hablar muy mal de ti, porque naturalmente también hay mucha más conflictividad.

Isa: Después que llevarán a cabo el proceso de selección el de inducción se transmite algo de los valores de la empresa

RRHH: Si bueno La primera formación que ellos reciben es una formación de relaciones laborales, vigilancia en la salud, y luego tiene una formación que es muy básica y la da el técnico de RRHH. Es una formación que no dura ni 20 minutos, si que se les dice en que empresa están, cuales son los valores de la empresa, eso se realiza con un manual, con el manual de acogida que se le da al trabajador y en ese manual se le explica todo. Se le explica la fuentes de comunicación que él tiene, con quien, como.

Maye: O sea ellos tienen bien presente que son parte del Grupo SIFU y que tienen...

RRHH: Que no son trabajadores de la empresa cliente. Si, si eso se les deja muy claro desde el principio. Porque expresa dinamismo laboral y después cuando el trabajador ya esta... todos los días va a trabajar a la empresa ya no se acuerda del grupo SIFU, a no ser que me pagan pero depende del servicio. En servicio donde hay muchos trabajadores nuestros sí que puede pasar esto. Porque están muy metidos en la empresa, pero una conserjería, limpieza, jardinería, etc. Todo eso no. Fundamentalmente son de SIFU y se ven muy reflejados con SIFU. Pero en empresas que son más cerradas, más cerradas me refiero que estas en un mismo trabajo siempre, siempre vas a una hora. Siempre tienes los mismos compañeros, siempre interrelacionas con la empresa cliente, allí sí que es inevitable. Aunque al principio tu le expliques que eres del grupo SIFU, sí que al cabo de los años de trabajar en ENDESA, pues que al final... que al final también es bueno. Es muy positivo.

Isa: Pues están trabajando allí y deben adaptarse a la cultura de...

RRHH: Depende del servicio. Hay servicios que son más independientes y entonces si se ven reflejados con el grupo SIFU. Hay servicios que no son nada independientes y son muy dependientes de la empresa cliente, y entonces allí sí que...

Isa: Como defines el objetivo de comunicación interna. Ustedes como RRHH que buscan con la comunicación interna.

RRHH: Nosotros básicamente con la comunicación interna buscamos principalmente tres cosas. Como somos una empresa donde nuestros trabajadores están fuera necesitamos informar y la comunicación interna en grupo SIFU es una herramienta básica de conocimiento. Que nuestros trabajadores tengan conocimiento básico del grupo SIFU, básico pero que tengan conocimiento. Porque si no tienen ese conocimiento se produce esa ruptura entre la empresa y el trabajador, cuando haces un cambio cultural, como puede ser un cambio en nómina, o regularizas el convenio. El trabajador no ve lo que le estás diciendo tu está viendo lo que le está diciendo los de la empresa cliente, que tienen otro tipo de convenio. Allí hay mucha conflictividad, lo básico para nosotros es conocimiento. En segundo lugar, básicamente es gestión. Con la comunicación interna nosotros buscamos gestionar. Estamos gestionando personas y estamos gestionando todo el tiempo a personas. Somos una empresa de capacidades diferentes, por tanto necesitamos gestión y somos conscientes que es lo que más cuesta en una empresa. Las personas somos muy diferentes y necesitamos unos patrones de conducta similares para poder comprender un orden en una organización pero necesitamos gestionar discapacidades y es importantísimo en nuestra comunicación. Y luego que básicamente el trabajador tenga la capacidad de expresarse y de hablar porque nos ayuda a esa gestión. Yo diría que básicamente son esos tres, son los objetivos. El conocimiento, la gestión y un poco de la libertad, no diría la libertad pero si la capacidad de poderse expresar.

Isa: La interacción, buscan mucha interacción en la comunicación corporativa.

RRHH: Si la interacción porque... y quizás aquí no lo veis tanto. Aquí no le veréis mucha diferencia entre una empresa ordinaria y nosotros y no hay tanta la verdad. Normalmente se queréis extraer esa información, ese conocimiento para vosotras. El grupo SIFU es diferente en que. Allí vete a una oficina y sí que lo ves, ves esa interacción, ves esa gestión, ves ese día a día. Entonces naturalmente tienes unas herramientas, ¿no? Pero la comunicación es muy importante sobre todo en empresas pequeñas, nos ayuda eso.

Isa: Al principio nos mencionabas que tenían un plan de comunicación.

RRHH: Si tenemos un plan de comunicación. Hará que tenemos hace tres años. Entrará ahora en vigor en 2010 hasta 2012.

Maye: Y ese nos lo podrían proporcionar.

RRHH: Sí, sí. No hay ningún problema. Allí te explica mejor los objetivos. Yo te los he resumido en bloque. Allí es un cuadro resumen que es donde veréis los objetivos, las herramientas, timings,

Isa: Ahora te iba a preguntar eso. Porque por ejemplo: nómina, cuál es su público, la frecuencia, pero ya lo tienes ahí. Es una estructura mejor.

RRHH: Es un cuadro resumen que supongo es la información de frecuencias, objetivos y herramientas que os puedo fotocopiar. Que hicimos y es el que implantamos y el que estamos implantando, algunas cosas estamos en ello. Hay muchas cosas. Hay acciones de comunicación que no os he dicho, como el empleado del mes. Ya más puntuales como concursos literarios que hacemos.

Maye: Y eso abarcan a todos los de estructura y los de servicio...

RRHH: Sí. Hay acciones que dentro del plan podéis encontrar y que no hemos mencionado como el premio de antigüedad, el concurso literario. En este quieren colaborar muchos clientes con nosotros porque dicen que es muy novedoso y dicen bien. Concurso de fotografía. Sí que hay cosas que van y forman parte de la comunicación. Y sobretodo seguimos con eso la interacción – gestión. Y luego conocimiento yo creo que es más informal. Pero si quieres ir más allá son esas dos. Y allí hay un montón de acciones que ahora os lo imprimiré.

Isa: ¿Tienen presupuesto único o comparte con otra área?

RRHH: Compartimos con comunicación externa. Sí que es verdad del grupo SIFU siempre ha sido a hablar de comunicación y nunca se había hablado de comunicación interna o externa. Se hecho con el plan estratégico esta distinción. Pero si que no podemos decir que yo vaya a hacer esto y que solo lo vaya a destinar a comunicación interna. Hay un presupuesto de comunicación y allí el equipo de trabajo lo intentan distribuir coherentemente. Y si que en el equipo de trabajo hay una persona de RRHH y uno de marketing, un comercial. Pero intentar que el presupuesto se pueda gestionar correctamente, no hay un departamento de comunicación interna. Por ejemplo, la persona que se dedica a este trabajo, su 25% de jornada se dedica a comunicación interna. Ha recibido formación y se está desarrollando en esa figura pero ella no tenía ni puta idea. El coste de esta persona es de RRHH.

Isa: ¿Tienen políticas de comunicación interna?

RRHH: ¿A qué te refieres?

Isa: Que cualquier persona de la organización que quiera comunicar algo tiene que pasar por RRHH. Todas las comunicaciones...

RRHH: Yo le diría procedimiento de comunicación. Es el procedimiento de comunicación. A esa tarea le damos mucha responsabilidad al jefe de departamento. No todos los comunicados... eso lo veréis en el plan de comunicación interna. Si que todos los comunicados que afectan a la comunicación interna sí que pasan por RRHH. Comunicados que solo afectan a una parte de la organización sí que son los propios responsables los que tienen que hacer ese comunicado. De políticas nuevas lo hacemos con reuniones evitando el comunicado interno típico de os paso la nueva política de gastos. Y si se hace anteriormente ha de haber habido una reunión antes. Resumiendo es esto. En el plan de comunicación lo veréis. La empresa está muy acostumbrada a comunicar todo por e-mail.

Isa: El 100% de su comunicación cuál es cara a cara, cuanto en reuniones, empleado – jefe o por e-mail, el informador, nómina.

RRHH: No sabía decirte cuanto porque no lo tenemos cuantificado. Sí que es verdad que no lo tenemos cuantificado. Antes si que era mucho más la comunicación por mail que ahora porque lo que se está inculcando es esto. Pues hay una nueva política de gasto pues esto el primero que lo debe saber es el departamento de gastos. El departamento financiero lo consulta entre sus responsables. Una vez que el departamento financiero lo sepa, debe comunicarlo al resto de la organización. Que afecta a toda la organización lo comunica RRHH. Si que RRHH se asegura que se comunique. Antes no era así. Desde el principio decíamos ha aparecido esto y hacíamos “comunicado de nuevas política” y lo enviamos a todos, todo el mundo se enteraba al mismo tiempo. Y es demasiada información, 28 oficinas y un montón de procedimientos es demasiada información. Pensar que veníamos de una empresa muy funcionarial, si que tenemos “mucho pápelo” más que una empresa ordinaria. Los procesos de selección ya os he explicado, ¿no? Y ya no quiero entrar en contratación que necesitamos. Ahora imaginaos la comunicación, y al final la gente se cansaba y se cansa. Y todavía te siguen diciendo desde Sevilla o desde Zaragoza, es que nos bombardean. Sí que es verdad que aún podríamos bombardear menos. Pero el porcentaje se ha estructurado.

Isa: ¿Se da ahora preferencia a la comunicación personal?

RRHH: Si con lo de las reuniones. De hecho esto salió en un trabajo de equipo entre central y oficinas para ver que reuniones necesitábamos para transmitir esa información. También el propio jefe tiene una serie de reuniones obligatorias con su equipo cuando se acaba el mes. Una serie de reuniones de servicios. Y entre departamentos entre la empresa también. Se implantó esas reuniones para evitar más comunicados por mail.

Maye: Si que hay cosas que se necesita ya que es inevitable.

RRHH: Claro, como decíamos en el portal del empleado. Se necesita información pues en el portal del empleado y facilita mucho. Pero eso afecta a toda la organización y RRHH tenemos nuestro comunicado interno. Pero no miraremos que en el departamento de operaciones que cuando has de poner la unidad organizativa en la empresa pues la has de poner con el botón derecho eso no lo vamos hacer desde comunicado interno de RRHH. Y si que antes había un poco de desorganización, porque decíamos envía un comunicado interno informando que tenemos un problema de sistema y que no van a poder entrar en Navition. A ver ¿toda la organización utiliza Navition? No. Pues quien tiene el problema y eso lo envía el responsable de TIC. De 2 a 3 no lo vais a poder utilizar o lo envía a todas las personas que están involucradas. A ver si no tienes 25 mails que no vienen contigo. El porcentaje sí que no te lo podría decir. Se está organizando la información, a través de qué medios se va a comunicar y como armar grupos de públicos. Yo creo que con el Exchange eso ha mejorado bastante. Es una herramienta muy positiva a través de enviar mail porque puedes hacer grupos que antes no hacías. Pues de gerentes, de RRHH, etc. Y eso la gente ya lo tiene diferenciado y realizado por ti. Ya no me tengo que preocupar si entra un gerente nuevo, o hay uno que está de baja, eso es automático.

Isa: De herramientas de retroalimentación, tienen el buzón. ¿Tienen algún otro? Como sabes que tus herramientas de comunicación han tenido éxito que tienen como unas encuestas.

RRHH: Eso está en el plan. Se realizará pero no para este año, eso se realizará para cuando este muy implantando mucho en la compañía. Como auditoría de comunicación.

Isa: Como ves que necesidades de comunicación hay y cómo ves tus medios, y vas ajustando.

RRHH: Está planificado, no sé cuál es la acción. Pero si que está planificado. El feedback ahora lo tenemos con el buzón de sugerencias, portal del empleado para el personal de aquí y web. La web es más corporativa.

Isa: Pero más con medios, se podría hacer, ahora no se ha hecho ¿no? Se podría hacer. Nosotros si les planteáramos una encuesta, se podrían hacer.

RRHH: Sí, aunque sí que es verdad. Ahora ha habido muchos cambios en comunicación en 8 o 9 meses atrás y como se han implantado cosas nuevas. Cuando hicimos el plan de comunicación dijimos vamos a hacerlo de aquí un año.

Maye: Para que haya resultados primero, como término medio, ¿no?

RRHH: No consideramos, a lo mejor sería una buena opción, pero consideramos que se tendríamos mejor y con más calidad de aquí un tiempo porque si lo comparamos con lo que había hace 6 meses es incomparable.

Isa: Cuales dirías que son las principales áreas de comunicación. Tú, como RRHH cuáles son tus prioridades, así esto nos hace falta en comunicación.

RRHH: La prioridad es llegar más rápido al personal de servicios. Se está estudiando, si que dentro del plan de comunicación se está estudiando una parte de I+D, para trabajar con informática. Se está trabajando en varias cosas en la que queremos llegar al personal de servicios de forma más rápida. Porque aquí llegas rápido pero al de servicios es muy lento.

Maye: Porque has de esperar a que la supervisión llegue, o ¿no?

RRHH: A veces el supervisor no pasa en mucho tiempo, ya que es un servicio que está consolidado y la persona lleva trabando mucho tiempo allí, si que tiene una hoja de ruta pero sí que se están intentando desarrollar nuevos canales, pero eso es un desarrollo a nivel informático y si que se está trabajando, en telecomunicaciones y también a nivel de BBDD que es a través del móvil, a través del SMS.

Isa: Pues eso es muy complejo

RRHH: Has de tener el sistema muy preparado y sabemos que al 90 o 95%, de todo nuestro personal te has de asegurar que le va a llegar, inmediatamente. Eso se hace desde selección, se envía a la BBDD que hay una oferta, en vez de ponerte a llamar a todos los trabajadores: "te interesa una oferta de limpieza para trabajar en tal sitio" Eso es tiempo que pierde el técnico de RRHH horroroso. Sería con SMS a través de la BBDD a todos los interesados. En grupo SIFU, tenemos una oferta de limpieza jornada completa, llámanos. Si tú envías SMS tienes que estar con el departamento diciendo atentos que van a comenzar las llamadas y eso es un ¡boom! Como problema sería la actualización de la BBDD pues más problemas tienes. Nosotros habíamos hecho un cambio, que todas las BBDD estén con el nombre bien puesto, que el anterior este bien puesto, ahora cambiamos de teléfono por una negociación con Vodafone para toda la compañía pero hemos dicho eso no lo hagamos todavía pero sí que está en mente para comunicación interna, no tanto para selección que también podría utilizar. Por ejemplo para la jornada lúdica, "recuerda que este fin de semana tenemos la jornada lúdica en Barcelona, no te la pierdas." Eso es un avance brutal a nivel de comunicación. Luego también se está estudiando todo lo que es desde el portal del empleado lo que son nóminas, tu documentación básico, modelo 145, la declaración jurada de la situación de las personas, que la retenciones que te hace la empresa o cualquier documentación para hacienda, para la declaración. Como para entrar en tu historial y que lo tengas todo allí. Se está trabajando en el portal de empleado y que solo va a llegar al de estructura. Se objetiviza sobretudo la inmediatez. A lo que uno decide una cosa ya se arma un comité y hasta que llega, sí que hay muchas cosas que no tienen que llegar, pero sí que hay cosas que son importantes. La política de vacaciones, la cultura, la formación de formadores de los técnicos de RRHH para que estos pudieran hacer los cursos de formación y hay una parte que es cultura. Que queremos decir, que imagen queremos que el grupo SIFU dé ante el cliente. Pues que siempre vayas afeitado,

que lleves el uniforme. Son cosas muy básicas pero que están en este curso, el de gestión de discapacidades, el docente es de la empresa para transmitir lo que nosotros realmente queremos. Pero claro, eso es un curso, cuantos hemos de hacer más. Si tú quieres llegar con inmediatez igual que hacemos aquí enviando un mail. No lo puedes hacer con los de servicios tienes muchos más eslabones, o planificas muy bien para que la información te llegue a tiempo, o la información ya no te llega. Y como sabes que te ha llegado.

Maye: Pues, que te ha llegado bien, que la entendieron bien.

RRHH: Solo lo puedes auditar, con una encuesta. Pero con eso ya llegas tarde.

Isa: Como defines la cultura de SIFU. Pues ahora decías que fueran rasurados. Pero que cultura quieres transmitir a los clientes y a los empleados.

RRHH: Yo creo. Hay mucha. Hay 8 valores que los deberéis tener pero yo los reduciría en tres: La imagen, grupo SIFU da mucha importancia a la imagen de la empresa. Si tú ves a cualquier oficina ves la importancia que le dan a la imagen y por tanto, han trabajado eso. Pues somos un CEE y el trabajador se va a fijar en como trabajamos, y en eso centramos nuestros esfuerzos en la imagen porque intentar ocultarlo no sirve de nada. Intentar ocultarlo no sirve de nada. La gestión de la diversidad, aunque olvidando la imagen hacia el exterior una cara muy bonita, sí que es verdad que forma parte de la cultura la diversidad. Porque es que te vas a encontrar a gente muy diversa, y ya no sólo por la discapacidad sino que es inevitable, cuando trabajas con discapacidades tan diferentes que hay diversidad. Y eso hay que saberlo. Pues si no lo sabes puede haber problemas de adaptación y de comunicación. Luego también hay una disparidad entre colaboradores, los trabajadores también lo son. Para mí lo son y debería ser para todos. Sí que es verdad cuando entras en grupo SIFU si que tienes una dicotomía importante que es CEE, un centro de integración de personal discapacidad, una labor social importante, pero ¿beneficio económico? Choca, eso en RRHH lo que nos encontramos, que cuesta de entender, asimilar y compartir. Una cosa es que lo asimiles y otra cosa es que lo compartas. Allí yo creo que dentro de la cultura de SIFU, una es la imagen, otra es la diversidad pero otra muy importante es que la gente debe saber que hay un rendimiento económico, que debemos ser rentables. Que muchas personas dicen, que majos nadie me daba trabajo y era una persona con discapacidad para insertarme en el mundo laboral, me hacen un historial laboral, están por mí, me hacen un seguimiento. Esto es como una fundación, es como una ONG. No. Es una empresa y es un negocio, que si tu no rindes. No vamos a mirar tu discapacidad, vamos a mirar tu capacidad para ver si sirves para una empresa, como en cualquier otra empresa. Eso cuesta de entender y eso es importante en la cultura de SIFU y que yo resumiría en esto. Son de beneficio económico, es una parte de su cultura. En muchas empresas dices pues esto ya se da por hecho, ¿no? Aquí hay que explicarlo.

Isa: Hay que ser productivo, también. Si que la persona también ha de saber que tiene que rendir, y cumplir unos estándares de calidad.

RRHH: Eso es una cosa importante y es una cosa que choca. La 4º sería todo lo que sería el desarrollo de personas es importante que también salen nuestros valores, también hay otros valores de actitud. Creemos que la actitud puede verse reflejada en la aptitud, pero creemos que en menor medida si tienes actitud. Esto lo sacamos mucho del mundo del deporte o del mundo de la discapacidad. Una persona puede tener muchas capacidades pero si tiene poca actitud, pues eso es a nivel de valores. Lo que decía Lluís en sus slogans, di capacidad. No había salido nunca en el departamento de marketing un claim así, y fue en un concurso literario donde uno dijo lo de "di capacidad".

Isa: Si ese slogan es buenísimo.

RRHH: Y lo sacamos de ahí, y naturalmente gano el concurso y el “logo” lo sacamos de ahí. El es el participe de ello.

Isa: Elaboraron un tipo de objetivo de colaboración interna y externa.

RRHH: Pero eso es hoy día los valores del grupo SIFU.

Isa: Esos 3 que mencionaste, son los que digamos se intentan permear desde RRHH.

Maye: Y eso también se intenta dar en la inducción

RRHH: Si, en el plan de acogida normalmente hay un manual de acogida donde se le explican los valores de la compañía. Están estos. Después es lo pasaré y veréis que está. Se le da prioridad a estos porque creemos que deben conocerlos muy bien nuestros trabajadores: Que deben cuidar su imagen, la del grupo SIFU, que están en una empresa con mucha diversidad y con muchas realidades diferentes, y que es una empresa donde tú tienes que dar lo que vales. Para que me entendáis es un poco el CEE está en medio de la empresa tradicional y el centro ocupacional. Estamos en medio, pero somos empresa. Se nos confunde un poco como por centro ocupacional. Que el centro ocupacional sí que no es productivo. Es un centro donde las personas que no tienen hábitos laborales por su enfermedad, por su discapacidad. Si que los centros ocupacionales hacen que esa persona adquiera esos valores. La persona para que tenga unas aptitudes de habilidades productivas debe estar en un CEE. Entonces, es importante que las personas sepan que es diferente. Porque muchas veces tienes mucha conflictividad, la persona discapacitada se siente maltratada o que le exiges más de lo que puede dar. Se puede sentir defraudada. Sí que es importante que deban conocer que ellos deben tener una actitud proactiva para ser productivos, que la empresa busca la rentabilidad. Eso es una realidad.

Isa: Y, la última. De eventos corporativos nos mencionabas, las jornadas lúdicas. Tienen cena de navidad, algún otro evento, como para el día del padre se hace algo.

RRHH: Tenemos un montón. Tenemos un montón. Lo que pasa es que no me los sé de memoria.

Maye: ¿En el plan lo tienen?

RRHH: Si, aunque igual no todos. Esto está en lo que os decía de las actividades del plan de ajustes personales y sociales. En ese plan de ajustes hay una serie de actividades a lo largo del año. Las más significativas son, la lúdica. Son dos actividades extra laborales que se hacen con personas de fuera de la oficina. Supongo puedo poner ejemplos, como ir al Tibidabo como ir al Cine. Ir en Velero, en Mallorca lo hicieron el año pasado de ir en velero de ir un día. Es una actividad extra laboral y es una obligación de hacerla es decir, y sale desde el departamento de RRHH. Y luego puede haber otras como las que hacemos del día de la discapacidad. Hacemos un evento. Toda España igual. Este año regalábamos una chapita donde decía discapacidad. Donde decía: “Únete, di capacidad”. Se le da una chapa donde cuando entrabas a trabajar te la daban. Sabes que hoy es el día de la discapacidad y se les daba una chapa y se la ponían. Para representar el día. Actividades de estas también el Sant Jordi, nos regalamos libros. En vez de comprar una rosa o un libro. Traemos un libro que tenemos en casa y que no utilizamos, y lo ponemos en una sala y el día de Sant Jordi entras y coges el que quieras. Tareas como estás hay muchas. En el aniversario de 15 años. Hay un día que el presidente les da el reconocimiento a los empleados, les da un certificado y se les da un regalo.

Isa: Se hace por oficina.

RRHH: Si se hace por oficina. Aquí lo mismo se aprovecha una reunión de oficina para hacer un reconocimiento a los empleados. Antigüedad, nacimientos, el día de la discapacidad, jornada lúcida. Es una planificación que cada oficina. Aquí les ayudamos a tener pues todas las actividades planificadas.

Maye: Y alguna reunión de comunicación de resultados.

RRHH: A esto nosotros hacemos dos jornadas, que nosotros le llamamos jornadas de gerentes. Porque reunimos dos veces al año a todos los gerentes de la compañía. Los 28 gerentes nos reunimos, y que son los 28 directores de área. Director de RRHH, Director financiero, de operaciones, etc. Y lo que hacemos dos, una más lúdica a principios de mayo. Y una más de comunicación de resultados que es en diciembre, a finales de año. Es como la convención de Londres. Os ha ayudado.

Isa: Nada más que darnos el plan de comunicación, el manual de acogida.

RRHH: De manuales de acogida tenemos varios, yo si queréis os puedo facilitar el manual de acogida sí que tenemos un montón.

Isa: Alguno, nada más.

Maye: Nos comentabas solamente que hicisteis un estudio de clima. Ese lo podríamos ver. Todo es con fines académicos. No vamos hacer mal uso, ni nada.

RRHH: Clima laboral. (Se piensa si es buena idea) Que tenía yo de clima laboral. Los resultados genéricos sí que se pueden dar. Yo os daría lo que se hizo llegar a los empleados. Eso sí que se puede dar.

Maye: El organigrama si se pudiera tener.

RRHH: El organigrama es muy grande. ¿Qué tipo de organigrama?

Maye: El de estructura.

Maye: No por departamento ni nada de eso. Como el general.

RRHH: Como manejan su portal del empleado, tienen como la estructura en papel. Es intranet no

Maye: Eso os lo puedo enseñar si queréis

RRHH: La página web se utiliza ahora, como selección de Currículums. O sea, yo puedo entrar y... Si alguien quiera mandar su currículums

RRHH: Si entráis en la web. Arriba hay un apartado que es "trabaja con nosotros"

Isa: Pero no es como un Infojobs, donde pone cuelga tu currículum. Si no lo mandas por correo

RRHH: Puedes hacer las dos cosas, puedes cargar tu currículum y, lo recibimos en RRHH, en selección o puedes emplear tu currículum para una oferta en concreto.

Maye: ¿Y qué nivel de participación tiene?

RRHH: Espectacular, ahora espectacular. Hubo una época que no tanto, pero hay dos factores: uno que hace poco reestructuramos la web para acceder de una manera más rápida. Ayudas a la accesibilidad y que no sea muy complicado y yo creo que eso ha influenciado. Y la otra la crisis, si claro. Antes no recibíamos tantos currículums, pero eso es una realidad en todas las

empresas. En el último estudio de la web donde se entra más es en RRHH. Pero con mucha diferencia, más que noticias que puedas encontrar de la empresa y tal. Normalmente la gente entra en la web y la gente se va a RRHH.

Maye: ¿Pues eso después de la reestructuración?

RRHH: Si eso en enero o así. Lo que pasa es que el estudio nos lo paso la empresa que nos gestiona la comunicación y la página web. Que nos hace un informe de cuantas personas han entrado, cuantas han clicado. Cuáles son las zonas. Creo que fueron el 29 de enero que nos pasaron los primeros resultados, y era espectacular la diferencia. Incluye todo que sea accesible pero también la crisis.

Isa: Lluís nos dijo en una entrevista que tuvimos que un problema que tenían era su dificultad para encontrar personal para cubrir sus vacantes.

RRHH: Ahora no. Eso no significa que ahora las personas que se quedan sin trabajo son la que antes tenían dificultades. Ahora no tenemos ningún tipo de dificultad, eso un par de años si. Lo que tenemos problemas en perfiles altos o medio altos. Pero en servicios no tenemos problemas. Un técnico cualificado discapacitado o con el certificado de discapacidad es complicado. Porque probablemente no esté en ninguna asociación, dos porque de nuestras fuentes de reclutamiento tradicionales será difícil que venga declinado. A no ser que sea un accidente de tráfico y que sea muy reciente. Entonces la persona necesita un tiempo para adaptarse y además es un problema porque no lo dicen. Claro, porque no se dice. Es normal, a nadie le gusta decir sus capacidades sin decir las capacidades que tienen. A medida que más subes el perfil más se esconde, porque se supone que cuanto más alto más difícil será entrar en ese puesto. Las empresas si haces una encuesta para ver si puedes cumplir la LISMI y cuantas personas de mi empresa tienen discapacidad, la mayoría de gente no te contesta y tú sabes que tienen una discapacidad. Pero como es una cosa confidencial y él no quiere proporcionarlo pues esa información no la sabes. Eso dificulta porque no lo ven como una cosa natural.

Maye: Te enviamos un mail, que es uno genérico que hicimos para nuestro máster. De los 5 del grupo todos tenemos la cuenta y todos entramos y revisamos

RRHH: Pues yo os pasaré, me mandáis un mail y así yo lo tengo como recordatorio y ya me he apuntado las 4 cosas. Y si que enviaré el resultado de clima que allí hay muchas conclusiones. Muchas cosas que están muy verdes y que se hizo el año pasado, y a raíz del estudio de clima se han hecho un plan estratégico, porque salieron cosas muy importantes de comunicación y de gestión de personas complicadas. Y raíz de ello desde RRHH se propuso hacer un plan estratégico y además de parte de otras acciones. El plan de acogida estará el organigrama. Y en el de comunicación interna os incluiré el cuadro. Encantado. Espero haber ayudado. Y estamos en contacto.

### Entrevista 3

Omar: esta reunión es para tratar sobre la comunicación externa. En principio queríamos saber el objetivo de la comunicación externa que ustedes manejan, qué persiguen con ella.

Jordana: No lo sabemos. Yo creo que es uno de los objetos que tenemos, que ganamos el partido corriendo pero no corremos hacia donde debemos correr. Yo confiaba en vosotros que me iban a decir qué hacer, qué estrategia usar, saber hacia dónde correr... no ya, hablando en serio. Yo creo que nos falta definir qué queremos comunicar. Es decir, hasta ahora siempre que hemos comunicado, lo hemos utilizado para vender más, pero yo y algunas personas de la organización, creemos que ahora llegó el momento de también empezar a comunicar para crear branding, para crear imagen de marca, para ser reconocidos en el mercado. Estamos en el mercado en donde las empresas de servicio no son reconocidas, las empresas de discapacitados no son reconocidas, pero con 2500 trabajadores son muchos y creo que somos una empresa lo suficientemente relevante como para intentar tener imagen de marca. Hasta ahora siempre que hemos hecho acciones de comunicación externa, como pueden ser desayunos de trabajo, presentaciones de memorias sociales, o participación de cualquier jornada de discapacidad, lo hemos hecho con el último fin de que empresas grandes nos conozcan, después los podemos visitar e intentar venderles. Pero quizás ha llegado un momento de empezar a hacer acciones solo para estar y para empezar a ser reconocidos. Es decir, ¿para qué hacer comunicación externa? No lo sabemos para vender más y para tener imagen, pero esto de tener imagen lo estamos empezando ahora.

Omar: ¿Qué tanto compromiso hay de la Dirección General para solucionar esto?

Jordana: el motor número uno de la comunicación de la empresa es el Consejero Delegado, porque le encanta salir. Le gusta la política, le gusta ir a jornadas, hablar delante, si lo pones enfrente de 3000 personas mejor que delante de 300.

Isabel: ¿el es el vocero?

Jordana: ¿qué es el vocero?

Omar: portavoz

Jordana: Si, lo que pasa que el Presidente también. Porque el Presidente es Presidente de la Confederación Nacional de CEE, Presidente de la asociación de gasolineras de Barcelona, Presidente de varias cosas, con lo cual el Presidente también es un tío que tiene mucha repercusión. Si miras al Presidente se dedica más a lo que es político, y el Consejero Delegado a lo que es empresarial, pero a los dos les encanta participar a todos estos actos, lo cual es una ayuda para los responsables de comunicación.

Omar: ¿Qué tipo de publicidad tienen? ¿Manejan algo en radio, prensa, vía pública?

Jordana: Televisión, no. Radio, no. Prensa, salimos en prensa pero siempre sin pagar, Es decir, enviamos muchas notas de prensa, y algunas acaban saliendo. Enviamos muchas notas de prensa a medios nacionales y locales. En los locales salimos muy a menudo, en los nacionales vamos saliendo de vez en cuando. Eso lo hace nuestra agencia de comunicación. Pero pagando artículos eso no lo hacemos, esa no es nuestra política. Me has dicho prensa, televisión radio o vía pública. Luego, si que salimos en Internet, nos intentamos linkear con el máximo número de empresas que estén relacionadas con temas sociales, con asociaciones.

Isabel: ¿Cómo lo hacen?

Jordana: con una persona que vaya llamando, trabajamos con ustedes para no sé qué, les importa que vaya vuestro logo, etc.

Omar: ¿en redes sociales han intentado algo, ahora con facebook?

Jordana: contratamos a una becaria a ayudarnos para hacer un proyecto de intentar potenciar al máximo todo el tema de redes sociales, pero ella creo que de manera muy acertada, nos dijo que estas corriendo hacia todos lados y no sabéis hacia dónde vas. Antes de abrir un linkedin o un no sé que, tener que saber que querer transmitir y cuándo sepas que quieres transmitir, vemos qué canales son los mejores. El problema es que esta chica que estuvo con nosotros, que tenía bastante sentido común, ya no está con nosotros, fue contratada por otra empresa. Estamos buscando a otra persona para que nos ayude a todo esto.

Omar: Nosotros hemos visto el panorama de las redes sociales y para este sector, yo creo que es una buena opción. Después de que tengan ya que van a comunicar, porque hay muchas organizaciones que están ahí, asociaciones que de ahí pueden mantener contacto, lo de la marca también es importante.

Jordana: Sí, el tema es que tú no puedes abrir un facebook y ya. Hay que alimentarlo, y para alimentarlo, hay que tener una persona que lo alimente y no es nuestro caso. Nosotros en marketing estamos Anabela y yo que le ayudo un poco. Con lo cual ahora sería, destinarlo al fracaso, con lo cual queremos saber lo que tenemos que comunicar, cómo lo vamos a comunicar y una vez que lo tengamos decirles a Dirección, oye mira necesitamos una persona permanente que haga esto, contratamos a alguien o buscamos a un becario, o lo que sea.

Isabel: Y de la Fundación SIFU, en Facebook tienen un grupo que si se está alimentando, ¿quién lo hace?

Jordana: Una persona que lleva Fundación, se llama Rosaura, pero ahora estamos buscando no sé si una o dos personas más para dar un impulso. Es decir la Fundación la tenemos hace dos o tres años pero se ha hecho poca cosa, no por Rosaura, si no por falta de recursos. Para que una Fundación funcione, no puedes pretender que no sea un gasto, La fundación siempre es un gasto y esto, la Dirección quizás no han destinado suficiente dinero para que la Fundación pueda hacer los suficientes actos o actividades. Parece sí que ahora sí se quiere apostar por la Fundación, por lo cual esto nos llevaría, nos facilitaría hacer imagen de marca del Grupo SIFU.

Omar: ¿Y los publlirreportajes, los videos que hemos visto que están en s página web, todo eso es gratis?

Jordana: Por ejemplo el reportaje que salió en Pamplona era una amiga del gerente y le dijo oye te hago una entrevista, vale. El programa que salió en Televisión Española de buscas trabajo o algo así nos llamaron y dijeron adelante, si es gratis, hacer todo lo que queráis. Todos los videos que tenemos son gratis, hasta tenemos un anuncio del Grupo SIFU que no se si está colgado en el portal que dura dos minutos y luego uno breve que dura 40 segundos. Ese anuncio lo hicimos con la subvención del Cabildo de Canarias. Eso tampoco nos costó nada, nos lo pagó el Cabildo de Canarias.

Omar: De RRPP, ¿manejan esto de tratar con instituciones?

Jordana: no lo tenemos estructurado, es uno de los objetivos de este año. Para nosotros las Instituciones son mucho más importantes que para cualquier otra empresa, Nosotros, pensar que un porcentaje importante, 10-15% de nuestros ingresos, vienen de la administración y no

porque les hagamos servicios, si no porque nos pagan subvenciones, con lo cual nos dan dinero gratis. Para nosotros es fundamental tratarles bien, y es tan sencillo como un regalo en navidad, ir a verle dos veces al año, invitarlos un día a comer y preguntarles cómo van las cosas. Es tan sencillo como eso, pero eso no lo tenemos estructurado. Eso se va haciendo según el gerente de cada oficina, si es un tío de más o menos RRPP, o si se necesitan realizar estos actos o menos.

Omar: ¿Y el Gabinete de Prensa lo lleva una persona o externo?

Jordana: Una agencia de comunicación que se llama Strategycom. Ellos nos redactan las notas de prensa, las envían a los medios. De hecho, lo que ellos tienen que nosotros no tenemos es un listado de mil direcciones de correo electrónico para enviar las notas de prensa. Las envían por mail, no sé como lo hacen, pero a nosotros mucho no nos aporta, pero ellos tienen una base de datos de todos los medios de Comunicación y saben que es mejor enviarlo mejor el jueves que el lunes, porque el lunes no sé qué y el lunes no sé cuánto. Saben que yo qué sé, que en época antes de verano es un buen momento porque hay pocas noticias, durante verano porque hay pocas noticias, pero en septiembre es un mal momento porque hay muchas noticias de carácter económico. Con lo cual ellos tienen un poco el conocimiento de cómo funcionan los medios.

Omar: Y los estudios, como el observatorio y esos, ¿se presentan por una nota de prensa o hacen una rueda de prensa?

Jordana: Por nota de prensa seguro y yo creo que los hemos presentado. Hemos hecho 3, dos los hemos presentado en un acto, uno en Madrid y otro en Barcelona. Se invita a alguien de la Administración Pública y en un acto de media hora, 45 minutos, se presenta.

Omar: ¿y los medios a los que van enfocados son nacionales regionales o depende?

Jordana: a todos. Es decir, si inauguro una oficina en Zaragoza, sobre todo el envío a todos los medios locales de Zaragoza o de Aragón, pero a los nacionales también, lo que pasa es que El País es raro que me lo publique, pero el Diario de Aragón seguro que me lo publica. Además que estos diarios, entre comillas les cuesta más llenar el periódico, porque el 80% son de cosas locales, con lo cual les cuesta más tener noticias.

Omar: ¿Patrocinan algún evento?

Jordana: Hace tiempo patrocinamos en los Olimpycs Game que se hicieron en Castellón a un nadador que ganó una medalla. Yo ahora creo que ya no.

Omar: Estábamos viendo en la página algo sobre un evento de Jóvenes Empresarios...

Jordana: El Consejero Delegado ha sido en los últimos cuatro años el presidente de AJEC, Asociación de Jóvenes Empresarios de Cataluña, eso hace que él participe en muchos actos como presidente de AJEC, pero en muchos actos lo invitan como presidente de AJEC para que cuente su experiencia en SIFU, con lo cual esto nos facilita estar en distintos actos.

Omar: ¿El blog corporativo lo han pensado para un futuro?

Jordana: Si. Pero falta poner manos a la obra y tener los recursos humanos para hacerlo.

Omar: Tenemos un punto pendiente sobre marketing mix, sobre la estrategia de distribución, ¿en el plan de marketing la tienen como por sector no? ¿Cómo es la estrategia que siguen?

Jordana: ¿La estrategia de venta o tú me hablas de comunicación?

Omar: No, la estrategia de venta

Jordana: Geográficamente tenemos 28 oficinas, y estas oficinas visitan a los clientes de su zona y luego hay clientes nacionales que se visitan desde la central. La razón es muy sencilla, yo podría vender desde aquí a cualquier parte de España. no tengo ningún problema: visito a una empresa, le explico quién soy y qué hago, me contratan el servicio. Pero cuando me contratan los servicios al final pongo una persona a trabajar, y tengo que poner un supervisor y tiene que haber alguien que controle a este trabajador y a este supervisor, y que haga la nómina, controle las incidencias por lo cual, por narices, tenemos que tener oficinas. Ya que tenemos oficinas no tiene sentido que yo me vaya a todo España cuando tenemos un tío en Albacete que vende en Albacete.

Jordana: Nosotros tenemos un plan comercial que se establece cada final de año donde ponen cada mes a qué colectivos vamos a ir. Y cuando digo colectivos me refiero a: mes de enero, iremos a colegios y administradores de fincas; mes de febrero iremos a hospitales y todo el sector farmacéutico; mes de marzo, iremos a administraciones públicas... y así cada mes a los colectivos que voy a ir, al sector que voy a visitar y estos 28 gerentes hace acciones para ir a este colectivo. Yo les doy una base de datos, yo les explico qué estamos haciendo actualmente con ese colectivo, qué clientes tenemos de ese colectivo y ellos van llamando a las empresas y les dicen "mira, soy Grupo SIFU, un CEE, ya estamos trabajando con otros hospitales por si estáis interesados en que los vaya a ver, que les explique quiénes somos, qué hacemos.

Omar: ¿Y con los clientes nuevos?

Jordana: Lo anterior es para los clientes nuevos

Omar: ¿Y con los clientes actuales?

Jordana: Se les visita para intentarles venderles otras líneas. Nosotros somos una empresa que ofrecemos servicios, que vendemos productos, que tenemos la línea de formación, la de diseño. Es decir que tenemos muchas cosas para ofrecerles. Una vez que empezamos a trabajar con un cliente en alguna de estas líneas, periódicamente contactamos con el cliente para venderle las otras líneas.

Omar: Con relación al tema de la página web, ¿quién la administra? ¿También la administra Strategy?

Jordana: Entre Strategy y nosotros

Omar: ¿Tiene alguna periodicidad para actualizarla?

Jordana: semanalmente se actualiza. Ellos también generan contenido. Hace un mes hicimos la inauguración de la oficina de Zaragoza. Strategy va al acto, con lo cual toman notas y fotos del acto. Ellos hacen que salga en el informador, se lo guardan para que salga en la memoria, lo ponen en la web, envían notas de prensa, es decir, de cada acto, vemos toda la repercusión que podemos tener. Cada uno hace lo que tiene que hacer. Ellos hacen la nota de prensa, nos la envían, la revisamos si está correcta, la modificamos si hace falta y la envían a los medios. Lo que va a salir en la web, nos enseñan el texto que va a salir, si está ok lo ponen en la web, el informador, lo mismo, antes de que salga lo revisamos.

Omar: ¿Tienen algún contador en la web?

Jordana: que yo sepa no. No es mala idea. Yo sí que recibo informes trimestrales de la web sobre cuántas visitas tenemos, de dónde vienen las visitas, cuánto tiempo están en cada página, una vez en la página principal a qué páginas acuden, quién me pide información, me pasan una serie de datos. Esto me lo pasan desde hace medio año. Me han pasado dos

informes. Además nos ha costado mucho, los primeros informes estaban mal porque yo cuando entro en internet me sale la página de inicio, con lo cual lo contaba. Como tenemos una IP dinámica tuvimos que hacer que descontaran nuestras IP, porque claro, somos 200 personas de estructura, que cuando por la mañana nos conectamos. Ponte 100 personas de lunes a viernes, son 500 visitas cada día, con lo cual nos desvirtuaba los datos, pero ahora ya tenemos los datos de visitas externas, debe haber alguno que se nos cuele, pero datos de visitas externas. Igualmente enviamos unas news a clientes externos y sabemos cuánta gente las abre y cuánta gente no. Enviamos unas news internas para informar a los 28 gerentes de los clientes nuevos que han entrado, de cosas nuevas o cosas que les interesen. Hoy en día todo esto es muy fácil.

Isabel: ¿Esas news las han enviado sólo a clientes actuales?

Jordana: Sí, hemos enviado dos o tres meses.

Isabel: ¿Son mensuales?

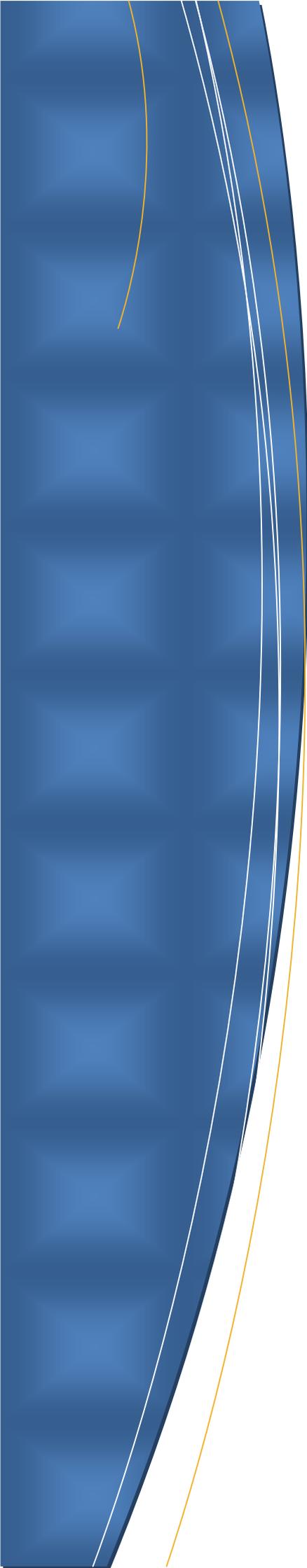
Jordana: Sí.

Mayela: ¿Y hacen más actividades con clientes actuales?

Jordana: No las suficientes, pero sí que se hacen. Nosotros tenemos mil clientes, de los cuales 600 u 800 son muy pequeños. Son comunidades de vecinos a los que ponemos un conserje o les limpiamos la finca y ya está. Con estos no tiene mucho sentido hacer alguna acción. Pero en cambio sí tenemos 200 clientes que son empresas que son mucho más grandes y que podrían tener mucho más volumen. Con esto sí lo hacemos. Intentamos irles a ver dos veces al año, en navidad le hacemos regalos y cuando hacemos algún tipo de producto de merchandising siempre se los hacemos llegar, se les envían las news y alguna cosita más.

Omar: Con la competencia hacen algún tipo de benchmarking?

Jordana: Sí, sobre todo en tema de precios y cuando hay un centro especial de empleo que vemos que nos lo hemos encontrado en dos o tres sitios, hacemos un estudio de este centro y en el comité de zonas que es donde vienen los cinco tíos que son responsables de los 28 gerentes, pues les presento el centro especial de empleo de turno.



# **Plan de Comunicación Integral**

## **Anexo CD**