

# Guardonats 2021

---

## Reconeixements al Progrés Empresarial 2021

[Dossier de premsa](#)

Versió: 04/11/2021

**cecot**

## 6è Reconeixement CaixaBank a la PIME Responsable

Empresa: Distrisocial S.L Nom comercial: **RobinGood**

Persona de contacte: **Lluís Font Marcet**

Tel: 678 04 16 26

Activitat principal: Marca d'aliments 100% socials

Plantilla: 6 persones

Adreça: Pl. Gal·la Placidia, 1-3, 7º1 esc B

Web: [www.robingood.es](http://www.robingood.es)

**RobinGood és una empresa social d'alimentació que ofereix productes artesans i de proximitat fabricats per persones en exclusió social.** L'empresa, fundada el 2018, neix amb l'objectiu d'oferir als consumidors "aliments amb ànima que contribueixin a canviar vides". RobinGood ofereix als consumidors la possibilitat d'accedir a productes d'alimentació que generen un impacte positiu a la societat. Així doncs, amb la seva tasca, contribueixen a la inclusió social i milloren la professionalització de petits productors, obradors i empreses socials del seu entorn.

Actualment venen a grans supermercats com "El Corte Inglés", alguns "Caprabo", "Organic Market" i ara comencen a treballar amb "Casa Ametller".

Entre els seus productes, tots en envasos sense plàstics, en destaquen el formatge "Somlallet" elaborat amb llet de vaca que anava a ser llençada, i la cervesa "Mengrugo" elaborada amb pa recuperat de ser llençat donant-li una segona vida amb la seva fermentació.

La seva missió és donar feina a persones que es troben en risc d'exclusió social amb l'objectiu de dignificar-les i ajudar-les a poder tenir més autoestima i confiança. Per RobinGood, la única manera de canviar a les persones en risc d'exclusió és donant-los una feina digne.

El projecte desenvolupat per l'equip s'ha focalitzat a conscienciar als consumidors pel consum de producció local, de productes desenvolupats per persones en risc d'exclusió social, de productes d'envasos sense plàstics i de productes artesanals.

## Millor jove iniciativa empresarial

Atorga: Cercle Cecot de Joves Empresaris en col·laboració amb BANC

Empresa: <b>Nixi Design for Health SL (Nixi for Children)</b>	
Impulsor/a iniciativa: Tomàs Lóbez	
Any de naixement: 1995	Inici de l'activitat: 2019
Web: <a href="http://www.nixiforchildren.com">www.nixiforchildren.com</a>	Telèfon: 616989816
Adreça: C. Balmes, 271 5è 08006 Barcelona	
Activitat: Realitat virtual en l'àmbit de la salut	Sector: Salut

### Breu descripció de la trajectòria de l'impulsor: Tomàs Lóbez

Tomàs Lóbez és emprenedor social i dissenyador. Té formació en disseny i ha exercit com a ponent i docent en institucions educatives com ESADE i EINA. El 2013, amb 17 anys va co-fundar l'associació sense ànim de lucre "Vallcarca Street Basketball" per fomentar l'esport al carrer a Barcelona. El 2018 va fundar "Nixi for Children", una empresa d'impacte de la qual n'és el CEO.

La companyia ha estat reconeguda amb diferents premis d'institucions, entre ells destaquen el premi a la millor iniciativa tecnològica en salut de "DKV Impacta" i el premi "SaluDigital" a la millor iniciativa privada de salut digital de l'any 2020.

### El projecte "Nixi for Children"

"Nixi for Children" va néixer per acompanyar als nens i a les nenes i a les seves famílies durant una operació o intervenció hospitalària amb la finalitat d'ajudar-los a reduir l'ansietat amb realitat virtual preparatòria. A través del "NixiKit", els pacients i les seves famílies poden preparar-se a casa veient en primera persona com serà el dia de la seva intervenció i visitar l'hospital en realitat virtual.

El projecte neix per donar resposta a una necessitat no coberta fins ara, la humanització i l'apoderament dels pacients pediàtrics per a evitar l'ansietat preoperatòria que pateixen el 60% dels nens que s'operen (500.000 cada any a Espanya).

Actualment 6 hospitals utilitzen els "NixiKits" de "" a les àrees de: Cirurgia pediàtrica, radioteràpia (nens amb càncer), hemofília, UCI i Cirurgia cardíaca per a adults.

Aquest projecte neix d'una història personal relacionada amb el càncer. La força de les famílies afectades per aquesta malaltia mou a les persones que conformen el projecte a seguir treballant per ajudar-los a aconseguir una millor vida a l'hospital.

En gairebé tres anys, amb un any de pandèmia inclòs, han aconseguit demostrar clínicament que la seva solució és efectiva desenvolupant un producte que emociona als seus clients. Tot això sense necessitats de finançament extern i creant ocupació.

## Transformació digital (Sector indústria)

Patrocina: Consorci Zona Franca Barcelona

Empresa: IMC TOYS SA    Nom comercial: <b>IMC Toys</b>	
Persona de contacte: <b>Joan Puig (development director)</b>	
Tel: 673 92 64 83	Web: <a href="http://www.imctoys.com">www.imctoys.com</a>
Activitat principal: Disseny de joguines	Sector: Majorista de joguina
Plantilla: 224 persones	
Adreça: C. Pare Llaurador, 173 08223 Terrassa	
Data de constitució: 1981	

Des del 1981, IMC Toys s'ha guanyat una reputació amb renom internacional per oferir als consumidors joguines d'alta qualitat i de disseny atractiu a un preu competitiu.

Des del 2018 IMC Toys aposta per a la digitalització del seu negoci i mercat tant en la seva relació i comunicació amb els clients directes (B2B), com en la relació i comunicació amb el consumidor final (B2C).

En la vessant B2B de relació i comunicació amb els clients directes, IMC Toys com totes les empreses del sector, confien en les fires i exposicions anuals que tenen lloc per tot el món per connectar i establir les relacions comercials amb els clients, però l'any passat 2020 ha estat va ser un any desafiant per a ells. Davant el fet que tots els esdeveniments de l'any es cancel·laven un rere l'altre i la impossibilitat de poder ensenyar físicament el seu producte, IMC Toys va recórrer a una solució alternativa digital que va permetre seguir mostrant les novetats i tirar endavant el negoci: el showroom virtual.

El seu primer showroom virtual es va desenvolupar durant la pandèmia i encara que lentament es va tornant a la normalitat de viatjar i visitar els seus clients, va ser tan ben rebut i agraït que segueix funcionant i s'ha actualitzat mensualment.

En la vessant de digitalització de la relació i comunicació amb el consumidor final (B2C), i no menys important, IMC Toys és capdavantera en el seu sector amb una presència digital molt rellevant. El procés es va iniciar el 2018 amb el llançament dels primers canals de Youtube per fer arribar als nens i nenes el seu contingut audiovisual: la sèrie d'animació 3D de "Bebés Llorones Lágrimas Mágicas". D'ençà de llavors, no han parat de créixer i actualment compten amb 22 canals de Youtube amb més de 6,5 milions de subscriptors, 4,2 bilions de

visualitzacions i més de 310 milions d'hores de reproducció. El seu canal de YouTube a Espanya s'ha convertit en el segon canal més important del país.

## Transformació digital (Sector comerç/servei)

Patrocina: Helvetia Seguros

Empresa: Electrodomèstics Calbet, S.A. Nom comercial: <b>Calbet</b>	
Persona de contacte: <b>Joan Carles Calbet (CEO)</b>	
Tel: 609 36 74 74	Web: <a href="http://www.calbet.cat">www.calbet.cat</a>
Activitat principal: Venda al detall d'electrodomèstics	
Plantilla: 96 persones	
Adreça: Av. Generalitat, 92 08840 Viladecans	
Data de constitució: 1951	

**Calbet és una empresa familiar de tercera generació, amb seu a Viladecans (Barcelona) que va obrir la seva primera botiga en aquesta ciutat l'any 1951**, justament ara fa 70 anys. És una xarxa de botigues d'electrodomèstics, electrònica, informàtica, telefonia mòbil, aire condicionat i parament de la llar. En aquests moments disposen d'una xarxa de 37 botigues pròpies repartides a les quatre províncies catalanes i a les Illes Balears, totes sota la marca CALBET. Desenvolupen tot tipus d'instal·lacions a domicili i venen serveis complementaris als productes, com extensions de garanties o cobertures a tot risc.

En ple mes de març de l'any 2020, a conseqüència del confinament, van crear una sèrie de continguts digitals per arribar als seus clients, degut a que no podien fer-ho físicament. Van llençar diferents campanyes de màrqueting digital a les xarxes socials: Facebook, Instagram, Messenger i la xarxa d'apps on Facebook distribueix publicitat, basades en Intel·ligència Artificial i que segmentava l'audiència potencial en base a criteris geogràfics.

Aquests anuncis anaven associats a un xatbot que interactuava amb els potencials clients de forma automàtica, i els redirigia a la seva pàgina web o els posava en contacte amb una persona del departament comercial, a través de Whatsapp, correu electrònic o telèfon. No es tracta d'un sistema de posicionament als cercadors, si no que el compte va acumulant molta experiència de Machine Learning (Intel·ligència artificial), el sistema arriba a les persones que estan cercant activament qualsevol tipus d'electrodomèstics.

Això els va permetre donar servei a moltes persones, que no eren compradors online, i que no sabien com fer-ho per comprar productes de primera necessitat com frigorífics o congeladors, en un moment en que tot el comerç es va veure obligat a tancar.

El lliurament a domicili a tota Catalunya i la illa de Mallorca el van seguir fent en menys de 24 hores malgrat les restriccions, amb totes les mesures de protecció necessàries en aquells moments.

També van incorporar una enquesta als seus visitants a la web per poder captar quines eren les seves necessitats i adaptar els seus serveis a la nova realitat. Aquest sistema per arribar als potencials clients s'ha mantingut després del confinament i ha esdevingut un nou canal de venda telemàtica, que reforça la venda online que ja fèiem des de la web.

Arran de tot el que van fer durant el confinament han vist augmentar les visites a la seva pàgina web, fet que hagin optat per dotar-la de nous serveis, com el pagament a través de Bizum, o el poder comprar a terminis a través d'opcions de finançament similars a les que oferim a les botigues físiques, però sense la intervenció de cap comercial.

Durant l'any 2020 i seguint amb el procés de digitalització, han instal·lat a totes les botigues uns sensors a les entrades de les botigues amb una tecnologia que els permet obtenir dades de les entrades de públic a cadascun dels establiments.

A la vegada han implantat una nova TPV pels punts de venda, lligada amb un nou ERP a la central, que treballa a temps real, i per tant els permet fer qualsevol tipus de modificació i traslladar-ho a les botigues de forma immediata.

Les botigues tenen informació en temps real dels canvis de tarifa, de les comandes pendents, de les existències del magatzem, de les notes d'entrega a domicili, dels moviments dels comptes de cada client, etc...

Però el més interessant de tot això, és que totes aquestes dades es bolquen en una plataforma que els permet monitoritzar a temps real i des de qualsevol dispositiu el que passa a les botigues.

Poden saber en tot moment, i només amb un clic des de qualsevol dispositiu que tingui internet les entrades a cadascuna de les botigues per hores, els ratis de conversió, segmentar les botigues per hores, dies, setmanes o mesos, el temps d'espera, etc. Tota aquesta informació els permet prendre decisions amb dades reals en tot moment, i minimitzar les possibilitats d'error podent ser més eficients.



## Eficiència energètica i sostenibilitat

Patrocina: Port de Barcelona

Empresa: SERAFÍ INDÚSTRIA GRÀFICA, S.A. Nom comercial: <b>Serafi</b>	
Persona de contacte: <b>Jaume Gázquez (CEO)</b>	
Tel: 93 780 15 29	Web: <a href="http://www.serafi.net">www.serafi.net</a>
Activitat: Arts gràfiques	
Data de constitució: 1964	
Adreça: C. Apol·lo, 107 08228 Terrassa	

Nascuda al centre de Terrassa al 1964, la trajectòria de Serafí Indústria Gràfica és la història d'una empresa familiar en adaptació permanent a les exigències del mercat i a les innovacions tecnològiques i mediambientals, amb un equip humà de 25 persones. A dia d'avui compta amb unes instal·lacions de 2.500m<sup>2</sup> al Polígon Colom II de la mateixa ciutat i exporta el 20% de la seva producció.

Serafí ha fet seu el repte de deixar menys petjada, però més empremta. I així ho han volgut reflectir en el lema de la seva nova identitat corporativa: "Less footprint, more imprint". "Menys petjada, més empremta". O, dit d'una altra manera: reducció al mínim de la seva petjada ambiental i de les seves emissions de CO<sup>2</sup>. Una voluntat i un compromís convertit en fets: El 33% del seu consum elèctric prové, des de començaments del setembre de 2021, de la planta d'Energia Solar Fotovoltaica ubicada a les seves instal·lacions de Terrassa i han assolit un estalvi en emissions de CO<sub>2</sub> de 53.000 Kg (equivalent a 3.775 arbres), un estalvi energètic de 161.459 kW i l'estalvi econòmic assolit de 19.200 €/any

Aquest compromís amb el medi ambient s'afegeix a les millores que han anat implantant en l'última dècada, com el reciclatge de tots els materials generats en els processos productius, així com els implementats en els darrers anys.

## Associació empresarial

Categoria fora de concurs

Entitat: EarlyWarning Europe (EWE)

Persona de contacte: **Morten Møller** (mmo@earlywarningeurope.eu)

Adreça: Åbogade 158200 Aarhus N (Dinamarca)

Telèfon: +45 30 80 20 63

Plantilla: 96 persones

EarlyWarning Europe (EWE) és una gran xarxa de suport per a empreses en dificultats que va néixer a Dinamarca fa més de 10 anys. L'objectiu d'aquesta associació d'àmbit europeu és promoure l'emprenedoria i el creixement de les pimes a tot Europa. Un element clau és crear condicions marc sòlides per a les persones emprenedores i les empreses de tots els sectors que els puguin ajudar a afrontar reptes clau, com ara gestionar una crisi, fer front a la fallida d'un negoci i obtenir una segona oportunitat.

EWE ajuda a les empreses a prevenir fallides i les seves conseqüències negatives, com ara la pèrdua de llocs de treball, l'augment del risc econòmic per als proveïdors de la cadena de valor de l'empresa i un potencial desviament econòmic, social i personal per a la propietat de l'empresa i les seves famílies.

Per aquesta associació, una intervenció primerenca augmenta la probabilitat d'un gir de l'empresa que es tradueixi en una situació econòmica estable per al negoci i fins i tot en un creixement sostenible. Aquesta associació ha desenvolupat una metodologia pionera

Early Warning Europe, que compta amb una xarxa de més de 30 entitats de tot el continent europeu, ha col·laborat en l'establiment de mecanismes d'alerta primerenca a diversos països europeus com Polònia, Itàlia i Grècia, donant suport a més de 3.500 empreses en situació de crisi des del 2017.

## Reconeixement a l'empresa centenària

Categoria fora de concurs

Empresa: Floristeria Gras S.L, 117 anys
Persona de contacte: <b>Josep de las Heras Gras (gerent)</b>
Adreça: Plaça Salvador Espriu 1, 08221 Terrassa
Telèfon: 93 735 19 19
Activitat: Floristeria
Web: <a href="http://www.florsgras.com">www.florsgras.com</a>
Data de constitució: 1904

Floristeria Gras va néixer l'any 1904 a Terrassa. Són una floristeria històrica a la ciutat que es caracteritza per haver innovat i sabut evolucionar buscant sempre la novetat i modernitat en tots els seus treballs.

L'empresa rep flors fresques i plantes cada setmana de països com Holanda, Equador, Espanya, Bèlgica o Kenya.

Per la Floristeria Gras, l'èxit d'estar oberts durant més de 117 anys és tenir una àmplia plantilla de molts bons professionals, treballar amb productes de primera qualitat i donar als seus clients el millor servei.

Empresa: Torrents Padros, S.L., 113 anys
Persona de contacte: <b>Ramon Cortadellas (administrador)</b>
Adreça: C. Bosch i Gimpera, 57 08223 Terrassa
Telèfon: 639 40 54 06
Activitat: Alimentació / Peixateria
Web: <a href="http://www.torrentspadros.com">www.torrentspadros.com</a>
Data de constitució: 1908

Torrents Majoristes de Peix va ser fundada l'any 1908 per Emilia Carbonell Pages, amb una petita peixateria al Mercat de Sant Pere de Terrassa. En aquells moments, el peix es conservava en sal ja que no es disposava dels recursos necessaris per mantenir-ho fresc.

Al 1920 Dolors Padrós Carbonell es va incorporar a la parada del mercat, i trenta anys més tard ho faria Martí Torrents. Tot i això, el creixement va arribar de la mà de la implantació del negoci a diversos centres comercials i amb l'inici de la venda al detall als anys vuitanta. En aquell

moment, i un cop feta la transició de la sal al gel, Torrents Majoristes de Peix comença a especialitzar-se en l'elaboració artesana de la sèpia, que en l'actualitat importen del Marroc.

Torrents Majoristes de Peix compta amb onze establiments repartits per Terrassa, Matadepera, Barcelona i el Masnou. Tots ells inaugurats en els últims anys. I com a novetat, s'ha incorporat la venda al major, per a professionals i particulars en un mateix magatzem central al carrer Bosch i Gimpera, 57 de Terrassa.

La professionalitat -fruit de més d'un segle d'experiència en el sector del peix- i la qualitat dels seus productes, tant frescos com a congelats, avalen el seu servei. D'altra banda, la constant relació amb els nostres proveïdors, per obtenir sempre la màxima qualitat, consistència i regularitat de subministrament, és la base per satisfer als nostres clients.

Torrents rep els productes sempre seleccionats des dels principals ports d'Espanya, Vigo, La Corunya, Sant Sebastià, Roses, Palamós, Tarragona i molts altres d'importació.

## Personalitat

Categoria fora de concurs

### **Antoni Esteve**, president i fundador de Lavinia i **Victòria Piny**, vicepresidenta i fundadora de Lavinia

Antoni Esteve i Victòria Piny són els fundadors i actuals president i vicepresidenta del Grup Lavinia, un grup de comunicació, continguts i tecnologia que fa 27 anys que crea, produeix i difon continguts digitals i audiovisuals. La seva missió és oferir solucions de comunicació i tecnologia i generar continguts per a tots els suports i formats, mantenint sempre un compromís amb la innovació, la societat i les persones.

L'actiu principal del Grup Lavinia són les més de 800 persones que aporten la seva experiència i talent des de Barcelona, Madrid, Sevilla i 12 ciutats espanyoles més, així com des de Brussel·les, París, Berlín i Washington.