

Levante – 25/11/2021

Velarte y la UJI promueven un doctorado industrial para la gestión ética de la empresa

El innovador proyecto permitirá adaptar el sistema de gestión ética de Velarte generando una metodología para medir y evaluar la confianza que depositan los distintos públicos en la empresa

Convenio de colaboración para la elaboración de una Tesis Industrial que se centra en la gestión de la ética empresarial. El proyecto titulado “Índice de confianza: bases éticas de la confianza en Productos Velarte” será llevado a cabo por Teresa García Corbalán.

Velarte, una vez más, apuesta por la innovación mediante la investigación para la generación de una metodología que permita a la compañía contar con un cuadro de mando para medir y evaluar la confianza que depositan en la empresa todos sus públicos de interés, permitiendo gestionar este activo intangible. El proyecto, bajo la dirección de Francisco Fernández Beltrán, tendrá una duración de entre 3 a 5 años y se estructura en tres fases: diagnóstico, desarrollo del sistema de gestión de la ética, y diseño y análisis de los estándares del índice de confianza.

Thank you for watching

Al acto también asistieron el vicerrector de Investigación y Transferencia, Jesús Lancis; la secretaria de la Escuela de Doctorado, Beatriz Escuder; el director del programa de Ética y Democracia, Domingo García Marzá; la directora de Marketing y RSC de Velarte, Raquel López, y el director de innovación y RSC de Balearia, Josep Vicent Mascarell, que es también doctorando industrial de la UJI.

Velarte, que cuenta con más de 50 años de trayectoria en el mercado en la fabricación de snacks horneados, ha publicado recientemente su primera memoria de sostenibilidad como muestra de su compromiso con la sociedad, el desarrollo y el medio ambiente. La dirección de la compañía es consciente de que una estrategia seria y rigurosa de responsabilidad corporativa es clave para una gestión íntegra y ética del negocio. Desde sus orígenes, Velarte ha mostrado su compromiso con todo su entorno: sociedad, clientes, compradores, proveedores e inversores, lo que le ha llevado a promover principios éticos y de respeto a los derechos humanos, medioambientales y de transparencia.