

Sr. D. Juan de la Mota Gómez-Acebo
Presidente
PACTO MUNDIAL
C/ Núñez de Balboa, 116, 5ª Plta., 27
28006 Madrid

Madrid 15 Octubre 2012

Estimado Juan,

Un año más os escribo con el objetivo de mostraros el interés de Steelcase, en continuar formando parte del compromiso de implantación de los Diez Principios del Pacto Mundial en toda nuestra actividad y estrategia.

Para Steelcase el Desarrollo sostenible radica en considerar los grandes desafíos a los que nos enfrentamos todos, en nuestra condición de habitantes del planeta.

- Los problemas de salud de empleados y usuarios (nutrición, epidemias, toxicidad de los materiales, alergias derivadas de la calidad del aire)
- Los efectos de la mundialización de la economía (calidad de empleo, igualdad crisis financiera, distribución de las riquezas, etc.)
- El agotamiento de nuestros recursos no renovables (agua, petróleo, madera)
- Y, desde luego, las repercusiones de todo ello en el cambio climático

En definitiva buscamos: Un desarrollo que responda a las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para responder a las suyas. Buscando el equilibrio entre 3 áreas:

- Preservar el medio ambiente,
- Mejorar las condiciones laborales, y
- La salud financiera de la empresa y sociedad

Llevamos muchos años trabajando con esa mentalidad y así se ha ido plasmando en sucesivas iniciativas estratégicas y planes de acción a nivel nacional e internacional:

FÁBRICAS / En 1996, Steelcase acometió un proceso de certificación de sus plantas europeas, con el objetivo de tener acreditados todos sus centros antes de 2010. Todos nuestros centros están acreditados, superaron ampliamente el objetivo.

PRODUCTOS / En 2004, Think fue el primer producto mundial con certificación Cradle to Cradle™. En Europa, la silla Think ha sido uno de los primeros productos para el que se ha publicado una Declaración Medioambiental.

MATERIALES / Estamos acreditados por PEFC, y FSC, en cuanto a la procedencia de la madera que utilizamos, procedente de bosques donde se practica una gestión sostenible.

ENERGIA / En 2007, Steelcase invirtió en un campo eólico de 16 generadores en Tejas, lo que permitió evitar la construcción de una central de carbón. Tenemos en España entre nuestros objetivos la disminución del consumo energético que en 2011 ha sido inferior a 2010.

SOCIAL / Tenemos como objetivo la consecución de la certificación OHSAS, en todas nuestras plantas, antes de 2014. Ya se han conseguido en Wisches y en Sarrebourg.

En nuestra estrategia destacan dos categorías de objetivos:

- 1º.- Reducir nuestra huella medioambiental en un 25% (base de cálculo entre 2007 y 2012) haciendo un esfuerzo a 3 niveles: fábricas, producto y empresa en su sentido más amplio.
- 2º.- Hacer que nuestra actitud contribuya al éxito comercial en el 50% de los casos.

Desde 2006, venimos midiendo nuestro impacto en 5 áreas. Los valores están disponibles en nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa anual. Entre 2004 y 2008, las emisiones de gases de efecto invernadero bajaron un 35%, mientras que las ventas subieron un 44%.

Desde hace varios años, Steelcase viene aplicando una estrategia que se articula en 3 puntos:

- análisis químico de los materiales,
- análisis del ciclo de vida,
- reciclaje y reutilización

Porque queremos que nuestros productos sean seguros para las personas y para el medio ambiente. Y porque medimos y minimizamos el impacto medioambiental de los productos en todas las etapas de su ciclo de vida.

En cuanto al análisis químico de nuestros materiales, hemos suprimido el PVC de nuestros armarios y lo hemos sustituido por materias plásticas más ecológicas, como el Polipropileno, para la gama Clasificación Universal. Pasar del PVC al PP no ha sido fácil, ya que ha sido necesario hacerlo comercializable, mejorar su resistencia a las rayaduras y reducir su precio al nivel del PVC. Porque el PP es muy fácil de reciclar. A lo largo de todo su ciclo de vida, el PP genera muchas menos emisiones de gases de efecto invernadero que el PVC. Las puertas de PP del armario emiten un 70% menos de emisiones de CO2 en comparación con el PVC.

Porque, de forma voluntaria, Steelcase se ha fijado como objetivo: evitar que lo que se utiliza en la fabricación de sus productos tenga consecuencias nefastas para la salud y para el medio ambiente

En el caso del PVC tiene una base de cloro y ftalatos, unas sustancias que, cuando se expulsan al aire durante las fases de producción o destrucción al terminar su ciclo de vida, tienen un impacto negativo en el medio ambiente y la salud.

¿Cómo lo sabemos? Porque intentamos analizar la composición química de nuestros materiales. Este enfoque convierte a Steelcase en pionero desde 2003 con el análisis sistemático y pormenorizado de todos nuestros materiales hasta su nivel molecular. Nos basamos en 19 criterios.

Este trabajo nos permite anticiparnos, ir un paso por delante en lo que se refiere al imperativo de conformidad normativa introducido por el reglamento europeo REACH, vigente desde 2007. REACH: Reglamento para el Registro, Evaluación y Autorización de Sustancias y Preparados Químicos. El objetivo de REACH es proteger mejor la salud humana y el medio ambiente frente a los riesgos relacionados con los productos químicos

En cuanto a nuestra política medioambiental del ciclo de vida de un producto tiene en cuenta la transformación de los materiales que lo componen, los procesos de fabricación de los proveedores y de Steelcase, la fase de utilización, el transporte y la eliminación de este producto. El Análisis del Ciclo de Vida (ACV) permite ir más allá de los simples principios de ecodiseño y calcular realmente todos los flujos entrantes (p.ej.: petróleo, mineral de hierro) y salientes (p.ej.: CO2, DCO, residuos) en cada etapa de la vida de un producto.

En cuanto a nuestra política medioambiental de reutilización y el reciclaje de nuestros productos y eliminar la misma noción de residuos. Es la prolongación de la noción de ciclo de vida y la idea de que el objetivo final es conseguir que nuestros productos se conviertan al finalizar su vida en la materia prima de nuevos productos (mesas y otros).

Es lo que preconiza la filosofía Cradle to Cradle (de la cuna a la cuna). Para ello velamos por la reciclabilidad de los componentes que se utilizan en la fabricación de nuestras mesas, sillas, paneles. Y ponemos en marcha soluciones y cadenas de reutilización de nuestros productos. Pero es evidente que antes de pensar en deshacerse definitivamente de un producto, hay que ayudar a nuestros clientes a gestionar de manera responsable su parque de muebles y el final de vida de sus productos.

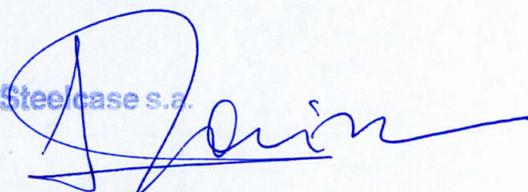
Por este motivo, ofrecemos, servicios de mantenimiento de las instalaciones (nuestros productos se pueden volver a tapizar, se pueden añadir opciones para prolongar su vida útil); servicios llave en mano de recuperación de mobiliario para reutilizarlo, revenderlo o donarlo; y servicios de recuperación para el reciclaje

Así están fomentándose acciones de carácter social, con la donación de producto y tiempo de trabajo de nuestros empleados a organizaciones y entidades sin ánimo de lucro a las que podemos ayudar con nuestra aportación.

Somos conscientes que la RSC es un largo viaje en el que siempre quedan cosas por hacer. Desde Steelcase llevamos muchos años ya anticipándonos a las demandas futuras, lo que nos ha dado cierta ventaja, por lo que vemos claro el importante reflejo en la salud económica de la empresa y por tanto de la sociedad.

Muchas gracias

AF Steelcase s.a.
P.P.



Alejandro Pociña Díaz
Presidente AF Steelcase, S.A.



¡Vamos a elaborar una memoria!

Plantilla de GRI para memorias de Nivel C

Nombre de la empresa: AF Steelcase, S.A.

Cumplimentada por:

Nombre: David Martín Álvarez

Cargo: Director de RR.HH.

Email: dmartin@steelcase.com

Nº de teléfono: 91.212.47.31

Una vez cumplimentado este cuaderno, envíe una copia a GRI a:

Global Reporting Initiative
P.O. Box 10039
1001 EA Amsterdam
The Netherlands

Email: smeandsupplychain@globalreporting.org
Fax: +31 20 531 0031

Información sobre la numeración: Todos los epígrafes que encabezan las casillas se han tomado directamente de la traducción al castellano de la Guía G3 y aparecen entre paréntesis tanto los números de referencia como los de página. La Guía G3 puede descargarse gratuitamente en varios idiomas en www.globalreporting.org

Casilla 1— Sobre nuestra empresa

Perfil

1. Estrategia y análisis

El objetivo de este apartado es proporcionar una visión estratégica de alto nivel de la organización con respecto a la sostenibilidad, a fin de proporcionar un contexto para la información más detallada y elaborada sobre otros apartados de la Guía. Si bien puede hacer uso de información incluida en otras partes de esta memoria, este apartado tiene como finalidad proporcionar conocimientos avanzados sobre asuntos estratégicos, más que únicamente resumir el contenido de la memoria. La estrategia y análisis deberán contar con una declaración como la detallada en el apartado 1.1 (...)

1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.

Esta declaración debe presentar la estrategia y la visión global a corto plazo, a medio plazo (3-5 años) y a largo plazo, en especial en lo referente a la gestión de los principales desafíos asociados al desempeño económico, ambiental y social. La declaración deberá incluir:

- Las prioridades estratégicas y asuntos clave a corto/medio plazo en lo referente a la sostenibilidad, incluyendo el cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional y su relación con la estrategia organizativa y el éxito a largo plazo
- Las tendencias de mayor alcance (macroeconómicas o políticas, por ejemplo) que afecten a la organización y que puedan influir sobre sus prioridades en materia de sostenibilidad
- Los principales eventos, logros y fracasos que se registren durante el periodo cubierto por la memoria
- Perspectivas de desempeño con relación a los objetivos
- Panorama de los principales desafíos y metas de la organización para el próximo año y objetivos para los siguientes 3-5 años
- Otros asuntos referentes al enfoque estratégico de la organización [GRI G3: p. 22]

DECLARACIÓN DE LA DIRECCIÓN:

Esta es la segunda memoria de sostenibilidad para el Pacto Mundial y nuestra compañía continúa trabajando en una triple dimensión: - responsabilidad económica, social y medioambiental”.

La eficiencia productiva significa operar de una manera ambientalmente sostenible. Esta filosofía en principio nos guía y ayuda a estimular un sentido de urgencia creativo y competitivo con nuestros empleados. Nos esforzamos por mejorar en todos los aspectos de nuestras operaciones utilizando el pensamiento “eficiencia y verde” para reducir y eliminar los excesos de las corrientes de nuestro valor.”

En 2006, el equipo de operaciones ayudó a crear planes de acción para reducir la huella medioambiental de Steelcase en un 25% en 2012, año del cien aniversario de la compañía. Eso ha significado una cuidadosa vigilancia sobre las emisiones, el consumo de agua, uso de la energía y los residuos. Gracias a la “green valuestream mapping” que analiza las entradas y salidas, auditorías semanales de energía y otras medidas, la compañía está realizando bien un seguimiento para todos los objetivos. Desde 2001 hasta 2010 (la presentación de informes de la mayor parte del año en curso) que han reducido globalmente COV en un 95%, las emisiones de gases de efecto invernadero en un 60%, consumo de agua en un 73% y residuos en un 80%. El progreso en cada categoría aumentó en casi un 200%, después de que los objetivos del aniversario fueran establecidos, un testimonio para poder fijar las aspiraciones que proporcionan un sentido de urgencia y se extienden más allá de las capacidades de una organización establecida.

“Lean es un viaje. No hay nunca un fin. Hace dos o tres años, toda nuestra atención estuvo centrada en el interior. Ahora lo estamos llevando en toda la empresa con la participación de nuestros proveedores y distribuidores. Estamos mirando la cadena de valor completa con un conjunto diferente de objetivos centrados en el flujo de materiales y transporte. Cada vez que se trasladan los materiales, se necesita energía. Estamos tratando de que al ayudar a reducir nuestra red sea más eficiente y mejor vinculado.”

Las mejores prácticas de evaluación comparativa e inspirar a otros a contribuir con ideas, se ha convertido en una forma de vida. Si se hace bien, “lean” puede significar que el ahorro económico y medioambiental son compatibles. Establecer objetivos y permitir a los empleados resolver los detalles y los mejores enfoques crean resultados extremadamente positivos.

“Se está convirtiendo en parte de nuestra cultura, no sólo por razones económicas, sino porque todos nos beneficiamos de ella.” Ha observado que las actitudes cambian rápidamente como los empleados han llegado a comprender todas las implicaciones de la inclinación. “Usted se sorprenderá de lo que se descubre cada vez que miras más allá de la reducción de costos.”

La estrategia general en embalajes consiste en tres frentes: reducir o eliminar los embalajes, siempre que sea posible, para diseñar o rediseñar productos para una eficiencia óptima del embalaje y para sustituir los embalajes tradicionales, con mejor rendimiento de materiales sostenibles. El proceso utiliza tan solo una décima parte de la energía necesaria para la fabricación de embalajes sintéticos tradicionales. Lo que es más, es totalmente biodegradable, devolviendo los nutrientes al suelo dentro de 30 – 45 días. En Europa el 60% de los productos de sillería son embarcados utilizando el “eco-smart” como solución de embalaje. Un gran avance fue el uso de embalajes “EcoCradle”. Una alternativa revolucionaria al poliestireno y otros sintéticos.

“El embalaje no se considera tradicionalmente interesante o glamuroso. Pero hay muchas oportunidades de innovación y ventajas en ello que está llegando a ser reconocido por un impacto significativo ambiental y económico. Para mí es personalmente satisfactorio saber que hacer lo correcto está grabado en nuestro modelo de negocio. Puede sonar cliché, pero demuestra que realmente es posible hacer bien haciendo el bien.”

Para mostrar el liderazgo del medio ambiente, la GSA estableció un programa anual de premios de “Evergreen” en 1998. El premio reconoce los esfuerzos sobresalientes en la prevención de residuos, el reciclaje, la adquisición de los materiales recuperados, la preferencia por productos con un menor impacto en la salud humana y el medio ambiente, y el liderazgo de modelado a través de inversiones y el cambio cultural. Steelcase tuvo el honor de recibir el Premio Evergreen 2010 para los muebles, y se enorgullece de ser la única compañía que ha sido honrada dos veces en esa categoría, en el año 2000.

Steelcase está ayudando a los clientes a descubrir la manera de reducir el espacio en m² de suelo al tiempo que sus empleados se sienten valorados y apoyados en la forma en que funcionan mejor. Al compartir lo que Steelcase tenía como prototipo y aplicó en nuestras propias instalaciones y operaciones, podemos ayudar a nuestros clientes a reducir drásticamente sus emisiones de bienes inmobiliarios.

Como parte de un equipo de Steelcase que recientemente completó una extensa investigación sobre la influencia de la Generación Y en el lugar de trabajo, Sudhakar considera la reducción de bienes inmobiliarios un buen problema a tener en cuenta, ya que está ayudando a las empresas a lograr una mayor colaboración. “Al pasar las personas del aislamiento de grandes puestos de trabajo individuales a espacios más abiertos y flexibles, está incrementando la interacción de las personas unas con otras. Ese es el modo preferido en que la Generación Y quiere trabajar, y es también cómo la mayoría de las personas de las otras generaciones quieren también trabajar. Al abrir el lugar de trabajo y al añadir espacios para la colaboración, abren las mentes de los empleados y su cultura. Su empresa se hace más transparente, colaborativa e innovadora.”

Ayudar a las organizaciones a conseguir oficinas inteligentes, tiene un impacto a gran escala en la creación de un futuro más sostenible.

Especialmente gratificante e impactante son los continuos esfuerzos de haber equipado escuelas, centros médicos y organizaciones no lucrativas en países muy necesitados de estos y otros recursos. Donaciones de mobiliario y equipo de las universidades y corporaciones han permitido un capital limitado dirigido a cubrir necesidades muy apremiantes. A través de los esfuerzos de los últimos años, que incluyó una serie de diversidad de los empleados, formación web LEED Versión 3, continuando unidades de educación sobre sostenibilidad, altavoces y el lanzamiento de un curso altamente interactivo sobre el pensamiento de diseño. Todo encaja en el objetivo más amplio de proporcionar información para todos, en una forma que nos beneficia a todos.” Como un indicador, solo durante el año pasado cientos de Unidades de Educación Continua fueron entregadas y más de 400 personas fueron formadas solamente sobre LEED.

“La educación inspira a las personas. Las arma para generar nuevas ideas. Y las ideas de las personas hacen un mundo mejor.”

En las localidades de Steelcase alrededor del mundo, el voluntariado de empleados ha sido siempre fuertemente apoyado como una forma de devolver a las comunidades y crear un futuro más sostenible. En la comunidad, Steelcase es reconocida como una compañía responsable que realiza tales actividades. Esto refuerza nuestra reputación como un todo.”

Una medición cuidadosa es la clave para la gestión del impacto:

En 2006, nos comprometimos a reducir nuestra huella ambiental global en un 25% en el 2012. Reducir nuestra huella ambiental a nivel global significa ser cuidadosos ante las emisiones de gas de efecto invernadero, consumo de agua y residuos.

Desde el reajuste del objetivo en 2006, la compañía ha reducido sus emisiones de gases de efecto invernadero el 40%, su consumo de agua y emisiones VOC el 52%, y sus residuos el 48%. Desde que Steelcase empezó a avanzar en estos indicadores en 2001, la reducción acumulativa de la compañía ha sido el 60%, 73%, 95% y 80%, respectivamente.

El año que viene mostraremos con orgullo el objetivo de reducción de la huella medioambiental conseguido.

Queremos que nuestro comportamiento responsable sea público, conocido y verificable, por esta razón nos evaluamos y rendimos cuentas mediante nuestras memorias de sostenibilidad.

Alejandro Pociña
Presidente AF Steelcase, S.A.

2. Perfil de la organización

2.1 Nombre de la organización. [GRI G3: p. 23]

AF Steelcase, S.A.

2.2 Principales marcas, productos y/o servicios. [GRI G3: p. 23]

Nuestra marca principal es Steelcase, bajo se paraguas se encuentran productos como TNT, Please, Think, Quadro, Ottima, etc, además hemos lanzado en Europa la marca Coalse y la nueva gama de productos Day to Day.

2.3 Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures). [GRI G3: p. 23]

La compañía se organiza bajo:

La presidencia de España y Portugal

- | | | |
|-----------------------------------|-------------------------|---------------------|
| - Dirección Comercial. | - Dirección Industrial. | - Dirección de RRHH |
| - Dirección Logística y Compras. | - Dirección de IT | |
| - Dirección de I+D+I y Marketing. | - Dirección Financiera | |

2.4 Localización de la sede principal de la organización. [GRI G3: p. 23]

La sede de AF Steelcase se encuentra en la C/ Antonio López, 243 - 28041 Madrid. España. pero existen a su vez sede en Europa en Estrasburgo y la sede Mundial en Grand Rapids, Michigan.

2.5 Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria. [GRI G3: p. 23]

Steelcase, está presente comercialmente en todos los países, y mantiene más de 10 centros productivos en Europa, Asia y Estados Unidos. Las acciones de RSC se llevan a cabo principalmente en los países con centros de producción, como España, Francia, Alemania, y Estados Unidos, pero también se han realizado muchas acciones en UK, Holanda, Méjico, Kuala Lumpur, etc...

2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. [GRI G3: p. 23]

somos una Sociedad Anónima.

2.7 Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios). [GRI G3: p. 23]

En España, servimos en los mercados de Oficinas, Hospitales y centros educativos. El tipo de cliente es muy variado, desde la Administración Pública, el mercado libre, escuelas universitarias, etc...

Casilla 1: continuación...

2.8 Dimensiones de la organización informante, incluido:

- Número de empleados
- Ventas netas (para organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para organizaciones del sector público)
- Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto (para organizaciones del sector privado)
- Cantidad de productos o servicios prestados [GRI G3: p. 23]

Nº de empleados: 300 de media anual.
Facturación: 40 millones aproximadamente.
Nº de productos fabricados en 2011: 143.921 Unidades

2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos

- La localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones; y
- Cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado) [GRI G3: p. 23]

Durante el año 2011 se ha renovado nuestro worklife. El nuevo espacio creado por Steelcase está preparado para transmitir de una forma práctica y experimental, integrando en todo momento las más innovadoras tendencias. Es el primer WorkLife de Steelcase en el mundo que integra toda la experiencia e investigación global.

2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo. [GRI G3: p. 23]

Durante el periodo de la memoria no se han recibido premios o distinciones de carácter significativo.

4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés

Gobierno

4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. [GRI G3: p. 25]

La organización de AF Steelcase, S.A., está compuesta de un Consejo de Administración del que forma parte nuestro Presidente, Alejandro Pociña, quien dirige además el comité de Dirección de la organización compuesto de direcciones comercial y márketing, industrial, finanzas, compras y logística, informática y de recursos humanos.

Comité de Dirección: Hombres 8 Mujeres 0
Mandos Intermedios: Hombres 9 Mujeres 8

Nuestra empresa además, por su pertenencia en su totalidad al Grupo Steelcase, tiene participación en los diversos grupos funcionales de trabajo según la función correspondiente.

Casilla 1: continuación...

4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen). [GRI G3: p. 25]

El presidente de nuestra organización, Alejandro Pociña, es además, cargo ejecutivo dirigiendo el Comité de dirección de toda la organización.

El tamaño y la vocación, de nuestra entidad no justifica la existencia de más niveles jerárquicos. Es importante tener en cuenta nuestra dimensión internacional, lo cual sirve de apoyo en muchas áreas funcionales.

4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. [GRI G3: p. 25]

No aplica

4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.

Se debe hacer referencia a los procesos relativos al:

- Uso de resoluciones de accionistas u otros mecanismos que permitan a los accionistas minoritarios expresar su opinión ante el máximo órgano de gobierno
- Proceso de información y consulta a los empleados sobre las relaciones laborales con órganos de representación formal tales como "comités de empresa" a nivel de organización y la representación de los empleados en el máximo órgano de gobierno.

Se identificarán los aspectos relacionados con el desempeño económico, ambiental y social que se hayan suscitado a través de estos mecanismos durante el periodo que cubre el informe. [GRI G3: p. 25]

Nuestra sociedad, en España, pertenece a un único accionista.

AF Steelcase goza de representación de trabajadores, mediante la forma de un Comité de Empresa, elegido cada 4 años, según lo establecido legalmente. Este Comité tiene a su vez encomendadas funciones de prevención en tres delegados de entre ellos. Las reuniones de Seguridad y Salud son el medio de revisión de necesidades y propuestas de mejoras, que se mantienen cada tres meses de forma regular.

Además periódicamente se realiza reuniones con toda la plantilla donde asiste el Comité de Dirección en pleno y el Presidente de España y Portugal, donde se informa a toda la plantilla de la situación de la empresa o de los cambios que se van o se han realizado.

Casilla 2—Sobre nuestra memoria

3. Parámetros de la memoria

Perfil de la Memoria

3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario. [GRI G3: p. 24]

El ejercicio que cubre la memoria comprende en su mayor parte un año fiscal, es decir desde el 1º de Marzo a fin de febrero del año siguiente. Si bien algunos parámetros sólo podemos medirlos conforme al año natural, para adaptarlos a la normativa laboral española.

3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere). [GRI G3: p. 24]

Esta es la segunda Memoria de Sostenibilidad, la primera y mas reciente es la relativa al ejercicio 2010.

3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.). [GRI G3: p. 24]

AF Steelcase, S.A., siguiendo a lo realizado por nuestro grupo, presentamos una memoria anual.

3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido. [GRI G3: p. 24]

La responsabilidad de elaboración de la memoria recae en el departamento de RR.HH., si bien el área de seguridad y medio ambiente, perteneciente a la dirección industrial, colabora estrechamente en su cumplimentación, siendo el punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.

Jesús Batres Sicilia.
Coordinator, Environment Safety & Health
jbatres@steelcase.com

Alcance y Cobertura de la Memoria

3.6 Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores). Consulte el Protocolo sobre la Cobertura de la memoria (www.globalreporting.org/ReportingFramework/ReportingFrameworkDownloads/) de GRI, para más información. [GRI G3: p. 24]

La memoria, contiene dos partes fundamentales:

- el planteamiento global del Grupo Steelcase, que marca la estrategia y la táctica que debemos seguir en todo el mundo, pero lo
- relacionamos con efectos prácticos las acciones y resultados de nuestra organización a nivel nacional como entidad de negocio.

Con ese doble prisma debe ser entendido el presente documento.

Este informe se ha elaborado conforme a las indicaciones y principios establecidos para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad versión G3 del Global Reporting Initiative, nivel C sumando un total de 10 indicadores.

Casilla 2: continuación...

3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria. [GRI G3: p. 24]

No existen limitaciones de alcance o cobertura en esta memoria.

3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones. [GRI G3: p. 24]

La empresa no tiene filiales ni franquicias.

3.10 Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración). [GRI G3: p. 24]

No existe reexpresión de información de memorias anteriores.
Existen objetivos plurianuales que se repiten en todas.

3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria. [GRI G3: p. 24]

No se han producido cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, cobertura o métodos de valoración.

Casilla 3—Sobre nuestros grupos de interés

4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés

Participación de los Grupos de Interés

La siguiente sección hace referencia a los procesos de compromiso y comunicación con los grupos de interés que han sido adoptados por la organización durante el periodo que cubre la memoria. Dicha información no se limita a la inclusión de grupos de interés para la elaboración de la memoria de sostenibilidad.

4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.

Ejemplos de grupos de interés son:

- Comunidades
- Sociedad civil
- Clientes
- Accionistas y proveedores de capital
- Proveedores
- Empleados, otros trabajadores, y sus sindicatos [GRI G3: p. 26]

Los grupos de interés con los que la Compañía mantiene relación son:

- * Empleados
- * Clientes
- * Sociedad local
- * Accionista.
- * Otros: colaboradores/proveedores, entidades financieras, medio ambiente, etc...

4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. [GRI G3: p. 26]

AF Steelcase ha identificado los siguientes grupos de interés:

Como grupos de interés interno:

- Los empleados: Este grupo comprende a las personas que desarrollan su trabajo en AF Steelcase, con un contrato laboral y con una retribución adineraría.
- Accionista: En nuestro caso existe un único accionista.

Como grupo de interés externo:

- Los clientes: son los destinatarios de los bienes y servicios que produce AF Steelcase. Los clientes son un componente esencial de la empresa. La captación, conocimiento y fidelización de los clientes son aspectos prioritarios de nuestra gestión.
- El Medio Ambiente: una de las partes fundamentales del legado para generaciones futuras. La reducción de la huella de carbono y
- Proveedores: Son todas aquellas empresas que aportan insumos
- Comunidad Local: La implicación con el tejido social es de suma importancia para esta empresa, toda vez que sus trabajadores/as viven en un radio de 40 kilómetros de la sede de la empresa.

La idea central en el manejo de estos grupos es forjar un modelo de convivencia donde la colaboración esté presente a todos los niveles, en especial, AF Steelcase se esfuerza en prestar unos servicios de calidad y, por crear, un entorno laboral que sirve de marco para la evolución de las trayectorias personales de sus trabajadores.

Casilla 4 — Definir el contenido de la memoria

3. Parámetros de la memoria

Alcance y Cobertura de la Memoria

3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido:

- Determinación de la materialidad
- Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria
- Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria. [GRI G3: p. 24]

Este informe ha sido elaborado según las recomendaciones y principios de la Guía G-3 para memorias de nivel C, en seguimiento de los principios de:

Equilibrio en la información de los diferentes aspectos, económico, social y ambiental. Precisión en la información aportada. Periodicidad sistemática de la información a la sociedad. Claridad y facilidad de interpretación de los datos. fiabilidad de la información procedente del control interno de la gestión de AF Steelcase, S.A..

Con el fin de garantizar una presentación equilibrada y razonable del desempeño de AF Steelcase, S.A., hemos determinado el contenido de la presente memoria teniendo en cuenta tanto la experiencia y propósito de nuestra empresa, como los intereses de nuestros grupos de interés.

Principio de materialidad: La información contenida, cubrirá aquellos aspectos e indicadores que mejor reflejen los impactos significativos a nivel social, ambiental y económico de la organización, así como aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de nuestros grupos de interés.

Las prioridades, se centran EXTERNAMENTE: Intereses y aspectos sobre el desempeño sostenible teniendo en cuenta los grupos de interés. Asuntos y retos del futuro en el sector. Leyes, acuerdos, etc..relevantes para nuestros grupos de interés y Riesgos e impactos y oportunidades que afecten a la sostenibilidad.

Las prioridades, se centran INTERNAMENTE: Los principales valores, políticas, estrategias, sistemas de gestión operativa, objetivos y metas. Los intereses y expectativas de los grupos de interés. Los riesgos y factores críticos de nuestra compañía, y la contribución al desarrollo sostenible de nuestra empresa.

Presentamos nuestro desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad, así presentamos nuestro desempeño en cuanto a condiciones y objetivos de desarrollo sostenible, tal como queda reflejado en publicaciones de reconocido prestigio de nivel nacional e internacional GRI..., pero no datos y objetivos cuantitativos.

Todos los datos se han obtenido en base a un criterio de exhaustividad, y los datos aportados son suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales de AF Steelcase, S.A., además de permitir que nuestros grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la compañía en este período.

Casilla 5—Datos sobre el desempeño

Datos sobre el desempeño. Le rogamos consulte los Protocolos de los Indicadores de GRI antes de cumplimentar esta casilla.

Indicador 1: EC4 Ayudas financieras recibidas de gobiernos

Desempeño:

Ayudas y subvenciones percibidas de las Administraciones Públicas: 0€

Comentarios:

Durante el periodo fiscal relativo a 2011 no se ha recibido ninguna ayuda públicas.

Indicador 2: EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental

Desempeño:

En el período de referencia, no ha existido amonestación, sanción o reclamación por motivos de incumplimientos en materia de medio ambiente, o normativa aplicable.

Comentarios:

AF Steelcase esta certificada en Gestión Ambiental bajo la Norma UNE EN ISO 14001:2004

Indicador 3: SO8 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones

Desempeño:

No ha existido en el período de referencia sanción administrativa, penal, o de cualquier otro orden, por incumplimiento de nuestras obligaciones, laborales, fiscales o medioambientales.

Comentarios:

Indicador 4: HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas

Desempeño:

No ha existido en el periodo de referencia incidente alguno por motivo de discriminación.

Comentarios:

Indicador 5: LA14 Nivel salarial por género

Desempeño:

De acuerdo con nuestro Plan de Igualdad, no existe discriminación salarial entre hombres y mujeres en nuestra organización, y así para el mismo puesto y función el nivel salarial es igual.

Comentarios:

Casilla 5: continuación...

Indicador 6: LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo

Desempeño:

El 100% de nuestra plantilla se encuentra cubierta por el convenio colectivo que nos es de aplicación.

Comentarios:

Indicador 7: LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo

Desempeño:

Durante el periodo de esta memoria el número de empleados ha sido de 295, desglosándose en:
Hombres: 85% Contratos indefinidos 80%. Contratos temporales 20%. Jornada completa.
Mujeres: 15% Contratos indefinidos 82%. Contratos temporales 18%. Jornada completa.
El 98% de los empleados de AF Steelcase con de la Comunidad de Madrid.

Comentarios:

A pesar de la caída del mercado de más del 30%, tan solo hemos reducido en 3 efectivos la plantilla.

PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados
Indicador 8: los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes.

Desempeño:

El 100% de los productos que fabrica AF Steelcase están certificados bajo la Norma UNE EN ISO 14006:2011. Esta norma mira todas las etapas del ciclo de vida de los productos.

La empresa MDBC, entre otras, se encarga de realizar los análisis de los materiales a nivel de seguridad y salud.

Comentarios:

PR7 Número total de incidentes fruto de incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio.
Indicador 9:

Desempeño:

Número de incidentes: 0

Comentarios:

Durante el periodo de la memoria no ha habido ningún incumplimiento

PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.
Indicador 10:

Desempeño:

Número de reclamaciones: 0

Comentarios:

AF Steelcase pasa todos los controles referentes a la LOPD

Casilla 6—Autocalificación (del Nivel de Aplicación)

Nivel de aplicación de memoria		C	C+	B	B+	A	A+
Contenidos básicos	Información sobre el perfil según la G3 PRODUCTO	Informa sobre: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15	Verificación externa de la Memoria	Informa sobre todos los criterios enumerados en el Nivel C además de: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	Verificación externa de la Memoria	Los mismos requisitos que para el Nivel B	Verificación externa de la Memoria
	Información sobre el enfoque de gestión según la G3 PRODUCTO	No es necesario		Información sobre el enfoque de gestión para cada categoría de indicador		Información sobre el enfoque de la dirección para cada Categoría de indicador	
	Indicadores de desempeño según la G3 & Indicadores de desempeño de los suplementos sectoriales PRODUCTO	Informa sobre un mínimo de 10 indicadores de desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental		Informa sobre un mínimo de 20 indicadores de desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Ambiental, Derechos Humanos, Prácticas laborales, Sociedad, Responsabilidad sobre productos		Informa sobre cada indicador central G3 y sobre los indicadores de los Suplementos sectoriales, de conformidad con el principio de materialidad ya sea a) informando sobre el indicador o b) explicando el motivo de su omisión	

*Versión final del Suplemento sectorial

Nivel de Aplicación C de GRI

Declaro bajo mi responsabilidad que la presente memoria se ha redactado de conformidad con los requisitos exigidos para el Nivel de Aplicación C establecido en la Guía G3 de GRI.

Nombre: David Martín Álvarez

Cargo: Director de RR.HH.

Fecha: 16 de Noviembre de 2012

Firma: 

Casilla 7— Índice de contenidos de GRI

3. Parámetros de la memoria

Índice de contenidos de GRI

3.12 Tabla para situar los Contenidos Básicos en la memoria.

Identifique los números de página o los enlaces de web en los que puede hallar los siguientes datos:

Estrategia e información sobre el perfil de la organización

	Página
Estrategia y análisis	
1.1 Declaración del más alto responsable de la organización	2
Perfil de la organización	
2.1 Nombre de la organización	4
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios	4
2.3 Estructura operativa de la organización	4
2.4 Ubicación de la sede de la organización	4
2.5 Número de países en los que la organización opera	4
2.6 Naturaleza de la titularidad y forma jurídica	4
2.7 Mercados a los que sirve la organización	4
2.8 Escala de la organización que elabora la memoria	5
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria	5
2.10 Premios recibidos durante el periodo cubierto por la memoria	5
Parámetros de la memoria	
3.1 Periodo que cubre la memoria	7
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente	7
3.3 Ciclo de elaboración de la memoria	7

Casilla 7: continuación...

3.4	Punto de contacto para resolver preguntas	7
3.5	Proceso para definir el contenido de la memoria	10
3.6	Cobertura de la memoria	7
3.7	Limitaciones concretas del alcance o cobertura de la memoria	8
3.8	Base para incluir en la memoria información sobre empresas conjuntas ("joint ventures"), filiales, instalaciones arrendadas, operaciones subcontratadas y otras entidades	8
3.10	Explicación del sentido que tiene repetir información incluida en memorias anteriores y razones de dicha repetición	8
3.11	Cambios significativos respecto de periodos anteriores	8
3.12	Índice de contenidos de GRI	14
 Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés		
4.1	Estructura de gobierno de la organización	5
4.2	Indicar si el Presidente del órgano superior de gobierno es además un directivo	6
4.3	Declarar el número de miembros del órgano superior de gobierno que son independientes y/o miembros no ejecutivos	6
4.4	Mecanismos en virtud de los cuales los accionistas y los empleados pueden hacer recomendaciones u ofrecer indicaciones al órgano superior de gobierno	6
4.14	Lista de grupos de interés que participan en la organización	9
4.15	Base para identificar y seleccionar a los grupos de interés que participarán	9

Casilla 7: continuación...

10 Indicadores de Desempeño de GRI

Indicador de GRI número	Descripción del Indicador	Página
EC4	Ayudas financieras recibidas por gobierno	11
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	11
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	11
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas	11
LA14	Nivel salarial por género	11
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo	12
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo	12
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes.	12
PR7	Número total de incidentes fruto de incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio	12
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respecto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	12

Si necesita más información, le rogamos escriba a:

Nombre: Jesús Batres Sicilia

Cargo: Coordinator, Environment Safety & Health

Email: jbatres@steelcase.com



Aviso sobre el copyright y las marcas registradas

Este documento está protegido mediante copyright por Stichting Global Reporting Initiative (GRI). La reproducción y distribución del presente documento a efectos informativos y/o su uso para elaborar memorias de sostenibilidad está permitido sin autorización previa del GRI. Sin embargo, este documento no puede ser reproducido, almacenado, traducido o transferido, total o parcialmente, en modo alguno y en ningún tipo de formato (ya sea electrónico, mecánico, por grabación ni de cualquier otro modo) ni con ningún otro fin, sin la autorización previa y por escrito del GRI.

Global Reporting Initiative, el logotipo de Global Reporting Initiative, Sustainability Reporting Guidelines (la guía de elaboración de memorias de sostenibilidad), y GRI son marcas registradas de Global Reporting Initiative.

Si desea más información sobre el GRI y la Guía de elaboración de memorias de sostenibilidad, consulte:
www.globalreporting.org, info@globalreporting.org

© 2011 Global Reporting Initiative. Todos los derechos reservados.