



Red Pacto Mundial España
WE SUPPORT



TEXLIMCA, S.A.

Especialistas en textil

INFORME DE PROGRESO 2013



Texlimca S.A.
C/ Partida Materna 16
Alzira (Valencia)
Spain

Tabla de Contenidos

01 | Carta de Renovación del Compromiso

02 | Perfil de la Entidad

03 | Metodología

04 | **Análisis**
Clientes
Empleados
Proveedores
Administración
Comunidad/Sociedad Civil
Medioambiente

05 | Compatibilidad GRI-G4



CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO



Especialistas en textil

C/ Partida de Maternaz, 16 • 46000 ALZIRA (Valencia)
Tf. : 134 962 410 604 • Fax : 134 962 402 767
www.texlimca.com • www.wippy.es • e-mail: texlimca@texlimca.com



Alzira, a 31 de octubre de 2014

Estimados Señores:

Desde TEXLIMCA S.A., queremos trasladarles nuestra voluntad de renovar el compromiso adquirido en el año 2012 bajo nuestro nuevo estatus de socio, desde el pasado 28 de marzo del presente ejercicio, de la Red Española del pacto Mundial.

En este informe de progreso, hemos materializado todos aquellos aspectos que consideramos relevantes de nuestra actividad y por onde de nuestros grupos de interés, en los que ya repasamos en la pasada memoria de sostenibilidad.

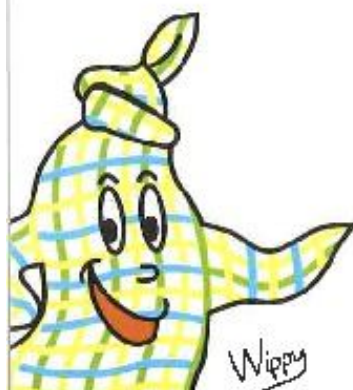
Ante un entorno sectorial convulso y cargado de cierta opacidad, es nuestra obligación dar confianza y transparencia a nuestro saber hacer, intentando dignificar las prácticas empresariales serias, con las que nuestra organización viene operando desde hace más de cuarenta años.

Esperamos aportar y satisfacer las expectativas en nuestro ámbito de influencia, afrontando un nuevo horizonte económicamente más favorable que años anteriores de nuestra sociedad.

Atentamente

TEXLIMCA S.A. **TEXLIMCA, S.A.**
CIF: A 45.065.700
Pta. de Maternaz, 16
46.000 ALZIRA (Valencia)

D. Pedro Eco Andrés Oliver
Director General





PERFIL DE LA ENTIDAD

Indique qué criterios ha seguido para seleccionar los Grupos de Interés

Sustantividad en el desempeño de las actividades de la organización. Por su condición de mercantil interactúa con clientes, empleados y proveedores. Debido a otras actividades que desempeña en el seno de la sociedad, está relacionada con la administración local y autonómica, con organizaciones sin ánimo de lucro y también con el ciudadano como usuario final de alguno de nuestros productos y servicios. En el presente informe y a diferencia de otros ejercicios se les ha analizado de forma independiente.

Seleccione los países o regiones donde su empresa tenga presencia

España, Portugal

Alcance del Informe de Progreso (Países sobre los cuales la empresa reporta información en el Informe de Progreso) y sus posibles limitaciones, si existen

ACTIVIDADES: Se ha tenido en cuenta la totalidad de actividades realizadas por TEXLIMCA S.A. PERIODO: Desde el 1-1-2013 al 31-12-2013 EXCLUSIONES: Ninguna PAISES: A.-Prestación de Servicio: -España y Portugal B.-Comercialización de productos y subproductos : -Europa: España, Italia, Portugal y Francia -América: Cuba, Panamá -África: Túnez y esporádicamente en algún país centroafricano -Asia: Japón C.-Aprovisionamientos productos y materias primas: -Europa: Alemania, Francia, Portugal, Bélgica y Holanda. -América: EEUU -Asia: Pakistán y Japón

¿Cómo ha establecido la materialidad o definidos los asuntos más significativos a incluir en el Informe de Progreso?

los contenidos presentados en este documento cubren la práctica totalidad de aspectos recomendados por el PMNU. En aquellos casos en los que no existe hito o información al respecto se ha

hecho así saber. Esta materialidad ha tenido en consideración la misión, la visión, los valores de la organización, los impactos significativos (sociales, ambientales y económicos), los indicadores y la actividad propia y su influencia en el entorno.

Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso

La presente memoria va a ser difundida como en el ejercicio pasado mediante: -Exposición a trabajadores mediante jornadas de difusión y paneles informativos. -Exposición de la memoria en web propiedad de TEXLIMCA S.A. -Comunicación en Redes Sociales y en todos aquellos medios adecuados de nuestra consideración. -En la página web del Pacto Mundial y de la Red Española del Pacto Mundial.

Fecha de la memoria anterior más reciente

2013-11-25

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

año fiscal

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

anual

¿Su entidad tiene actividades en países en vías de desarrollo?

No

¿Su entidad tiene proveedores en países en vías de desarrollo?

Si

¿Su entidad tiene un alto impacto medioambiental?

No

ESTRATEGIA Y GOBIERNO

Indique cómo la entidad incorpora las sugerencias de los Grupos de Interés en su estrategia y en sus procesos de decisión

1°.-TRABAJADORES: Se dispone de mecanismos de comunicación según especificaciones del procedimiento interno PI-05 en base a la norma UNE-EN-ISO 9001/14001 como son: - R-75 Comunicaciones internas: usados para divulgar noticias de carácter general desde la dirección hacia el colectivo de trabajadores (comunicación vertical descendente) - BUZÓN DE SUGERENCIAS: Puesto a disposición de los trabajadores para la comunicación de sus inquietudes hacia la dirección (comunicación vertical ascendente) - R-68 PARTE DE INCIDENCIAS/COMUNICACIONES: Con el fin de facilitar la comunicación interdepartamental dentro de la organización sobre cuestiones exclusivamente profesionales (comunicación horizontal) - R-12 Y R-13 en cuanto a formación de los trabajadores No obstante lo anterior y como empresa de modestas dimensiones, TEXLIMCA S.A. se caracteriza por disponer de un canal de comunicación poco formal y directo, que disminuye las barreras y aumenta la fluidez a la hora de comunicar hechos importantes dotando a la organización de agilidad en la respuesta. 2°.-CLIENTES: Se realiza un seguimiento continuado de las necesidades de clientes, midiendo el grado de satisfacción de los mismos: - R-76 Cuestionario de evaluación de clientes- Ayuntamientos: anualmente se realizan encuestas de satisfacción remitidas a los distintos responsables técnicos y/o políticos de los municipios y ciudades en donde prestamos servicio de recogida selectiva. -R-30 Cuestionarios de evaluación de satisfacción de Colegios -Realizamos visitas periódicas durante cada ejercicio para conocer de primera mano y atender directamente las necesidades de los organismos públicos atendidos. -En cuanto a las sugerencias de otros clientes pertenecientes al resto de departamentos las atendemos de forma personal anotando en formato libre por el personal comercial,

cualquier sugerencia para poder dar respuesta a la misma en el mínimo tiempo posible según el procedimiento PC-01 3°.-PROVEEDORES: Anualmente se realiza un análisis de proveedores, según el procedimiento PC-02 haciendo una valoración anual en su totalidad R-14, incorporando aspectos relacionados con la RSC y posteriormente emitiendo un listado de homologación de los mismos R-15. Las peticiones que puedan emanar de TEXLIMCA S.A. se analizan personalmente con cada uno de ellos. 4°.- ACCIONISTAS: A través de los consejos y comités realizados durante todo el ejercicio, así como en junta general se da toda la información que precisen los accionistas sobre la situación de la organización adjuntando el presente informe anual. 5°.- COMUNIDAD/SOCIEDAD CIVIL: Con el fin de dar transparencia a la actividad de recogida selectiva y a la actividad industrial de TEXLIMCA S.A. se dispone de dos portales públicos en la web mediante un único acceso a un pre-portal, diferenciándose en los mismos cada actividad de la empresa. En estos se enlaza con el presente informe de RSC. Asimismo se hace uso de la redes sociales para comunicar noticias, consejos y curiosidades: Facebook y Youtube. Asimismo se recoge cualquier petición de entrada por las distintas vías de comunicación, atendiendo y explicando cualquier duda o sugerencia que pueda surgir al ciudadano. 6°.-ONGs y ASOCIACIONES COLABORADORAS: Se mantiene contacto directo con las organizaciones con las que colaboramos mediante la realización de aportaciones económicas y en especie. Además realizamos reuniones al menos una vez al año en la que las partes implicadas exponemos nuestras inquietudes sobre nuestra colaboración. 7°.- MEDIOAMBIENTE: Se está en lo contemplado en la legislación vigente en materia de sostenibilidad en especial con lo dispuesto en la Ley 22/2011 de 28 de julio de Residuos y Suelos Contaminados. -Listado de legislación y cumplimiento de la misma. R-09 y R-08 De todo lo anterior emanan las distintas acciones en pro de la mejora continua que TEXLIMCA S.A. incorpora dentro de sus objetivos anuales en este ámbito como, entre otros, la minimización de aquellos aspectos

significativos R-21. 8°.-ADMINISTRACIÓN LOCAL Y AUTONÓMICA Se realiza un seguimiento continuado con la asministración local mediante visitas reiteradas, así como se incorpora a nuestro sistema cualquier información de relevancia mediante el R-06 comunicaciones externas.

Indique la naturaleza jurídica de la entidad, detallando su organigrama

TEXLIMCA S.A. reviste la forma de sociedad desde el 7 de mayo de 1973, aunque sus inicios se remontan a la década de los años cuarenta originariamente como persona física. Es una empresa de origen familiar cuya propiedad recaía en una dinastía de industriales locales los cuales fueron ampliando y diversificado sus actividades, constituyendo un holding empresarial que actualmente se conoce como el Grupo Martinez Cano . A principios de los años noventa en TEXLIMCA se incorporó al accionariado, el entonces equipo de dirección, quienes actualmente comparten la condición de socios. La dirección general de TEXLIMCA S.A. promueve comités periódicos con el fin de contrastar acciones, estrategias y proyectos a realizar para el desarrollo futuro de la empresa. Para estas, y en ocasiones, se consulta a miembros externos no ejecutivos que ocupan la dirección general de otras empresas del grupo o colaboran en calidad de consultores.

Indique si la junta directiva mide el progreso en la implantación de Los 10 Principios mediante indicadores

Desde el ejercicio 2011 (informe de progreso 2010) los indicadores suponen un referente de evolución entre los distintos ejercicios y ponen de manifiesto el grado de cumplimiento de los mismos. Los resultados se evidencian en las memorias y son comunicados a la junta directiva junto con el informe de progreso. En este sentido indicar que fruto de la nueva herramienta de trabajo alguno de ellos se han configurado con nuevos parámetros.

Indique la estructura de gobierno y quién o quienes a

nivel directivo llevan a cabo los procesos de decisión y buen gobierno para la implantación de la RSE en línea con los Principios del Pacto Mundial e indique si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.

La estructura de gobierno la constituye el consejo de administración formado por: •Presidente: D.Juan Martinez Motilla •Secretario: D.Pedro Fco.Andrés Oliver •Vocal: D.Alfredo Peretó Comins. •Vocal: D.Juan Dolz Toledano De dicha junta directiva, sólo D.Pedro Fco.Andrés Oliver ostenta un cargo ejecutivo como Director-Gerente de la sociedad TEXLIMCA S.A. y de su filial en Portugal WIPPYTEX LDA. Asimismo como máximo responsable, se encarga de supervisar la toma de decisiones ordinarias y el control en la gestión de la implantación de todos los compromisos que TEXLIMCA S.A. suscribe de forma voluntaria como la presente memoria de responsabilidad. La presidencia del consejo de administración recae en la figura de D.Juan Martinez Motilla quien a su vez es consejero delegado, sin cargo ejecutivo dentro de TEXLIMCA S.A. Dicho cargo, como el resto de cargos del consejo de administración, no tienen asignación económica por su condición dentro de este.

Organigrama

[Descargar elemento adjunto](#)

OBJETIVOS Y TEMÁTICAS DE NACIONES UNIDAS

Indique si la entidad tiene proyectos de colaboración y desarrolla acciones de apoyo en relación a los objetivos y temáticas de Naciones Unidas (UNICEF, UNWOMEN, Objetivos de Desarrollo del Milenio, iniciativas de Global Compact, etc.)

Actualmente y aunque la organización se interesó en el 2013 por evaluar otras iniciativas de ámbito medioambiental, finalmente no desarrolló

adicionalmente colaboración alguna con dicha u otras
temáticas de naciones Unidas

Dirección Web

<http://www.texlimca.com>

MÁS INFORMACIÓN



METODOLOGÍA

El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting por grupos de interés. El concepto de grupo de interés es clave a la hora de entender la RSE. La complejidad y el dinamismo del contexto empresarial actual ha hecho necesario adquirir un compromiso sólido con los distintos grupos de interés, afectados directa o indirectamente por la misión empresarial.

Identificar los grupos de interés, y cuáles son sus expectativas, son aspectos que facilitan la implantación integral de la RSE en el seno de cualquier organización. Esto permitirá a las entidades anticipar posibles riesgos u oportunidades y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

La entidad que ha elaborado el siguiente Informe de Progreso ha desarrollado los siguientes pasos:

1. Seleccionar los grupos de interés más relevantes de su entidad.
2. Identificar los desafíos más significativos para los grupos de interés seleccionados
3. Neutralizar estos riesgos o materializar las oportunidades con el establecimiento de:

Políticas: documentos formales plasmados por escrito que definen los valores y comunicaciones de la entidad detectados en la identificación de desafíos.

Acciones/Proyectos: las acciones ayudan a la entidad a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar los riesgos detectados. Las acciones deben estar planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

Herramientas de seguimiento: evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas. Proporcionan las herramientas para controlar el cumplimiento de las políticas y ayuda a detectar fallos en el sistema de gestión para su posterior mejora.

Indicadores de seguimiento: datos cualitativos para medir el grado de implantación de las ideas (políticas, acciones/proyectos y herramientas de seguimiento).

El Informe de Progreso está planteado en términos de medición del progreso: no se trata de que se cumpla al 100% el primer año, el objetivo es ir progresando. El Informe de Progreso, es por tanto una demostración importante por parte de los firmantes del compromiso adquirido con el Pacto Mundial y sus Principios.



ANÁLISIS

DERECHOS HUMANOS



8

Desafíos u Oportunidades
contemplados

NORMAS LABORALES



4

Desafíos u Oportunidades
contemplados

MEDIOAMBIENTE



3

Desafíos u Oportunidades
contemplados

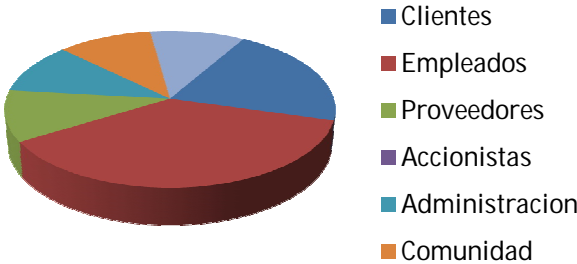
ANTICORRUPCIÓN



4

Desafíos u Oportunidades
contemplados

**Políticas aplicadas
por grupos de interés**



CANTIDAD DE POLÍTICAS APLICADAS:

Clientes: 4
Empleados: 7
Proveedores: 2
Accionistas: 0
Administración: 2
Comunidad: 2
Medio ambiente: 2

CANTIDAD DE EMPRESAS EN TU SECTOR



18

GRUPO DE INTERÉS
CLIENTES



Etiquetado e información transparente al cliente

Se podría mejorar el etiquetado de los productos, especialmente de las balas de trapo. Quizas la etiqueta ecológica u otras opciones serían interesantes implantarlas.

Auditorías

Es una herramienta de gestión habitual en el sistema llevado a cabo con carácter anual.

Actualmente en las auditorías de calidad y medio ambiente ya se verifica el adecuado pesaje y el empaquetado de los productos, si bien no contempla alguna de las acciones a implantar al ser novedosas. Mantener la línea de trabajo

Servicios de atención al cliente

Como acción se pretende mejorar el servicio al cliente mostrando mayor transparencia, información y respuesta ágil.

Para ello se deberá: -Etiquetado: Contactar con el organismo oficial que pueda validar la ecoetiqueta, que en nuestro caso sería la Conselleria de Medi Ambient de la Generalitat Valenciana. -Precios: Validación de los mismos en plantilla general del RP-Expert y PC-01 sin posibilidad de modificación sin autorización previa de la Dirección. -Protocolarización de las pautas comerciales en el manual del empleado y PC-01.(REQUISITOS DEL CLIENTE-VENTAS) Iniciar las consultas para la implantación de la ecoetiqueta y modificar procedimientos, manual y adaptar el RP expert.

Difusión de la Política

Como acción y aunque tenemos la política, no se le da la difusión adecuada entre los grupos de interés.

Para su consecución se busca: -Potenciar la RSE mediante la web de empresa y en redes sociales - Realizar un monográfico de noticias de RSE en la web o Facebook de la organización -Hacer uso de los medios de comunicación para acercar la RSE al cliente El objetivo se dará por el grado de cumplimiento de las acciones descritas, dándolo por válido si se lleva a buen término al menos uno de las acciones anteriores

Número de incumplimiento de normativas sobre información y etiquetado

Como indicador no está implantado.

Se dará en la medida que se implante el etiquetado ecológico en alguno de nuestros productos.

Que al menos el 20% de los productos alcancen tal acreditación. $\text{ratio} = \frac{\text{n}^\circ \text{ productos etiquetados}}{\text{n}^\circ \text{ productos cartera}}$

Código Ético Comercial

Como política, se dispone de un documento generalista en RSE. Las pautas de trabajo en la comercialización de productos y servicios son comunes a nivel nacional. La red comercial dispone de una única lista oficial de precios y catálogo en vigor. Los descuentos y rappels son aplicados a determinados clientes por cuestiones de volúmenes o condiciones de pago.

El procedimiento que recoge este aspecto es el PC-01 (requisitos del cliente-ventas) que establece el guión o trámite administrativo a seguir, aunque no incide sobre nada más. Los precios son aprobados y revisados por la Dirección, previa consulta periódica con la fuerza de ventas.

-Mantener estas pautas de trabajo e incorporar las herramientas informáticas necesarias para su validación (EXPERT) -Incorporar unas referencias éticas comerciales en el manual del empleado y modificar el procedimiento PC-01

Fomentar la calidad en la entidad a todos los niveles

Debemos mejorar la calidad en los procesos para mejorar las realaciones con clientes y proveedores de la empresa, así como tb de los empleados y otros grupos de interes.

Encuestas de Satisfacción

Como herramienta, las encuestas de satisfacción son un elemento de valoración habitual de la empresa en el departamento de recogida selectiva R-76,(ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN CLIENTES) que comprende exclusivamente clientes.

Deberíamos conocer mejor a nuestros clientes y tener en nuestro poder una valoración objetiva de su parte por nuestra calidad de servicio para con ellos, especialmente nuestros clientes del comercial de limpiezas.

Realizar encuesta adecuada para el canal de clientes

del departamento de limpiezas y plantearnos la posibilidad de "excepcionalmente" externalizar el servicio de encuestas para tener una visión más objetiva.

Política RSE

Como política, la empresa ya tiene implantada una norma de RSE de aplicación general.

Nuestra política es generalista y no especifica sobre el punto en particular.

Mantener nuestra política y desarrollar este punto mediante otra herramienta.

Política de Calidad, Medioambiente y Seguridad

Como política, la organización ya dispone de una norma de referencia en materia de Calidad y Medio Ambiente s/norma UNE-EN ISO 9001 y 14001 desde el ejercicio 2003.

Adecuar las prestaciones a las necesidades de los grupos de interés con el fin de fomentar la calidad a todos los niveles, mediante el principio de mejora continua.

Para ello debemos identificar adecuadamente las necesidades de nuestros clientes, gracias al feedback de las encuestas y a las peticiones entre nuestra red comercial, centradas en los ámbitos de : -
Dpto.Limpiezas: calidad de nuestros productos y mejora en el sistema logístico -Dpto.Selectiva: mejoras en el seguimiento y acciones locales -Dpto Tejidos: identificación de nuevos requisitos de los productos.

Servicios de atención al cliente

Como acción se pretende mejorar el servicio al cliente mostrando mayor transparencia, información y respuesta ágil.

Realizar una adecuada att. a nuestros clientes, reforzando la proporción de información que les pueda ser de interés, así como tratar de recabar información acerca de su opinión objetiva de nuestros servicios mediante encuestas R-75(ENCUESTAS SATISFACCIÓN CLIENTES) o personalmente, según procedimiento.

mantener las encuestas para verificar la opinión objetiva de nuestro servicio con ellos y si cabe generar una nueva encuesta para clientes del dpto. de limpiezas.

Crear Sistema de Clasificación Proveedores

Como acción más enfocada a otro grupo de interés, dentro de nuestro sistema existe una evaluación de

proveedores, según el PC-02 (GESTIÓN DE COMPRAS) y el impreso R-14 (HOJA DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES)

Anualmente se realiza una evaluación a los proveedores, de acuerdo a unos estándares, incluidos RSE

Dar más protagonismo en la valoración a aspectos de RSU.

Auditorías

Es una herramienta de gestión habitual en el sistema llevado a cabo con carácter anual.

El principio de nuestra norma es la mejora continua.

En las auditorías internas y externas se siguen evidenciando pequeños fallos.

Tener como máximo una ó dos no conformidades menores en el área de calidad en la próxima auditoría.

Gestión de incidencias

Como indicador, la empresa ya dispone de un canal de gestión de incidencias implantado en el sistema integral, procediendo a la apertura de las denominadas no conformidades o desviaciones R-17 (INFORME DE NO CONFORMIDAD/ACCION CORRECTIVA)

En cada ocasión que se realiza una incidencia se procede a la apertura de una no conformidad que debe ser resuelta dentro de un período de tiempo razonable.

Resolver las no conformidades a la mayor celeridad posible. = NO CONFORMIDADES AUDIT EXT/NO CONF.AUDIT. INTERNA

Difusión de la Política

Como acción y aunque tenemos la política, no se le da la difusión adecuada entre los grupos de interés.

Comunicar nuestra política de RSE entre los nuevos clientes, remitiéndoles una carta de bienvenida junto con la primera factura comercial.

Incrementar la difusión de la RSE entre este grupo de interés.

Formación

Como acción se realizan acciones de formación a determinados colectivos en materias medioambiental.

En el caso de clientes no se requiere de una formación para con el uso de nuestros productos, pero sí en materia de sensibilización entre los ayuntamientos-clientes. En este sentido se ha desarrollado una campaña puesta en práctica entre los centros

escolares a modo de prueba piloto. Implantar definitivamente y realizar las campañas de sensibilización entre los colegios de nuestros ayuntamientos clientes y generar otra nueva para el público adulto, mediante la adaptación de los materiales que disponemos.

Reuniones de equipo

Como acción y por nuestro sistema de calidad, se intenta realizar dos reuniones anuales, una por semestre, para analizar todos aquellos aspectos inherentes al mismo y que afectan a nuestra empresa y su desarrollo con el cliente.

En esas reuniones, se estudia el cumplimiento a corto o medio plazo de los objetivos marcados, resultados esperados, problemas detectados, necesidades del cliente, etc...con el fin de dar adecuada respuesta al mismo.

Mantener esta dinámica de reuniones de equipo

Sistemas de Gestión de Calidad

Como acción ya se dispone de un sistema de Calidad y Medio ambiente integrado en la empresa.

Tiene una implantación elevada al llevar más de 10 años certificados por entidad acreditada.

Mantener la acreditación superando todas las desviaciones o no conformidades detectadas

Acercar la RSE al consumidor final

Debemos trasladar los valores de RSC a toda nuestra cadena de clientes y clientes-ayuntamientos, así como también a los usuarios (ciudadanía).

Encuestas de Satisfacción

Como herramienta, las encuestas de satisfacción son un elemento de valoración habitual de la empresa en el departamento de recogida selectiva R-76,(ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN CLIENTES) que comprende exclusivamente clientes.

Se realizan anualmente encuestas a nuestros ayuntamientos clientes para ver su grado de satisfacción con nuestros servicios. A través de ellos, también analizamos indirectamente la opinión objetiva del usuario final.

Mantener el envío y estudio de encuestas a los ayuntamientos clientes para medir su grado de satisfacción con nosotros y proporcionar una nueva encuesta para clientes del dpto. de limpiezas.

Servicios de atención al cliente

Como acción se pretende mejorar el servicio al cliente mostrando mayor transparencia, información y respuesta ágil.

Atendemos pedidos, incidencias y demandas de información de nuestro servicio, tanto a nuestros clientes como consumidores finales.

Código Ético Comercial

Como política, se dispone de un documento generalista en RSE. Las pautas de trabajo en la comercialización de productos y servicios son comunes a nivel nacional. La red comercial dispone de una única lista oficial de precios y catálogo en vigor. Los descuentos y rappels son aplicados a determinados clientes por cuestiones de volúmenes o condiciones de pago.

Ampliar nuestras normas de régimen interno o manual del empleado, incidiendo y materializando estas pautas comerciales, además de otras que puedan requerirse.

Poner de manifiesto un procedimiento ético y transparente en la comercialización de productos y servicios de la empresa. Evitar el contacto directo con el dinero.

Código QR para que los clientes consulten información social y medioambiental.

Como acción, ya existen códigos QR colocados en los contenedores que tenemos instalados en vía pública.

Mediante el uso del código QR, el usuario puede acceder a nuestro sitio web, en donde puede abastecerse de toda la información sobre nuestros servicios, de una manera clara y transparente.

Mantener nuestro código QR como herramienta de difusión de nuestra política y valores.

Canales de Comunicación

Como acción se dispone en perfiles de redes sociales y presencia en web, así como de los canales tradicionales de comunicación, vía telefónica, fax, etc.y otros que circunstancialmente son empleados como la radio y prensa.

Potenciar la comunicación en redes sociales y si cabe hacer un monográfico sobre RSE en web y/o

Facebook.

Publicar un mayor número de noticias relacionadas con la RSE, con el fin de acercar la misma a nuestro público en general.

Indicador RSE a cliente

Como indicador se medirá la comunicación entre empresa y cliente en RSE

Implantar el ratio durante el próximo ejercicio 2014
ratio descrito: $\text{Nº CLIENTES CON CARTA RSE} / \text{Nº NUEVOS CLIENTES}$

Falta de prospección al cliente

Con esto queremos poner de manifiesto la posible pérdida de clientes por falta de comunicación, ante un mercado volátil en donde existe mucha concurrencia.

Hoja de prospección comercial

Con esta herramienta se pretende llevar un control exhaustivo sobre el acercamiento a nuevos clientes potenciales y visitas de los históricos para evitar pasar por alto la gestión con ellos.

Para ello se confeccionará un informe en formato de papel, el cual deberá recoger todas las anotaciones comerciales que hasta ahora se realizaban en formato libre e incorporarlas al sistema.

Tener generado el informe para ponerlo en práctica durante el 2014

indicador de clientes prospectados/clientes potenciales

Indicador para conocer la efectividad sobre este riesgo.

Se va a implantar durante el año 2014, de cara a finales del mismo año, cuando podamos obtener resultados sobre este indicador y, por tanto, sobre la eficiencia de las acciones emprendidas.

Se deberá obtener en el indicador con la siguiente fórmula: $\text{nº clientes prospectados} / \text{clientes potenciales}$. Debe tener un índice igual o superior a 0'5.

Servicios de atención al cliente

Como acción se pretende mejorar el servicio al cliente mostrando mayor transparencia, información y respuesta ágil.

Acudimos a las bases de datos generalistas de ayuntamientos, por un lado. Por otro, a las de suministros industriales, industrias gráficas de automóviles... etc

Conseguir el suficiente volumen de datos para que comercialmente aumente la cartera de clientes en un 20%.

Política de Calidad

Como política, la organización ya tiene implantada una política de calidad s/norma UNE-EN ISO 9001 y Medioambiente UNE-EN-ISO 14001 desde el ejercicio 2003.

Aunque disponemos de una política de calidad, ésta es muy genérica y no realiza precisión sobre este punto, sólo en lo referente al procedimiento PC-01 "requisitos del cliente"

Mantener dicha política y trabajar este punto con otra herramientas.

GRUPO DE INTERÉS
EMPLEADOS



Regular la aceptación de regalos

Aunque no es una practica muy habitual se podrían detallar más los procedimientos de aceptación de regalos/propinas en la empresa, así como de el acopio de material para el personal procedente de zona de clasificación y recogida

Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados (G4-SO3)

Como indicador no se dispone de un dato concreto, si bien dada las dimensiones de la organización no requiere de demasiado control al respecto.

El desafío consiste en evaluar los "puestos de trabajo" con riesgo de corrupción en el organigrama de la organización.

Intentar la creación de dicha asociación en la que estén importantes empresas serias y responsables, sin que haya cabida para aquellas en las que pueda haber indicios de corrupción.

Política de regalos

Regulación de los regalos

Dado que trabajamos con residuos, en muchas ocasiones aparecen objetos de valor no reclamados por parte de los usuarios que finalmente acaban en manos de los empleados que los custodian.

Se va a incluir en el manual del empleado de la empresa un código ético de aceptación de "regalos" o "incentivos" que les realicen los usuarios que sí recuperan sus objetos de valor, así como de controlar los objetos de valor que cada empleado se lleva a su casa.

Creación de Canal de Denuncias

Como herramienta , la empresa no dispone de un canal específico de denuncias, dada la estructura y tamaño de la organización. Pero para una estructura supra- empresarial, sí sería interesante ponerlo en marcha en otros ámbitos.

Realizar un canal de denuncias no es relevante por su entidad en nuestra organización, pero si sería recomendable generar en un estamento superior (asociación) un canal de esta índole debido a las malas prácticas empresariales y sociales de entidades del sector.

Evitar el abuso de algunos empleados y la mala imagen que ello pueda ocasionar en el usuario.

Difusión de la Política

Como acción y aunque tenemos la política, no se le da la difusión adecuada entre los grupos de interés. Realizamos difusión de nuestra política por diversos canales, aunque no es suficiente. además es muy generalista y no especifica nada sobre este punto. Aprovecharemos otros canales de información y difusión para trabajar este punto.

Número de casos confirmados de corrupción (G4-SO5)

Aunque se identifica este aspecto, no cabe de momento en nuestra organización

Favorecer la competencia transparente entre entidades

Dada la concurrencia del mercado en las que interactúan entidades de distinta naturaleza y con prácticas en algún caso deshonestas se requiere de regulación

Política RSE

Como política, la empresa ya tiene implantada una norma de RSE de aplicación general.

El desafío consiste en hacer llegar a toda la red de proveedores y empleados las políticas de responsabilidad que tiene la empresa implantada. Sería interesante, para con el fin de dar transparencia y asentar las bases comunes del sector.

Evitar la irregularidad de las empresas así como sus posibles malas praxis. Para ello los empleados deberán recibir formación en materia de RSE centrandolo la misma en materia ética y transparencia. Particularmente y debido a la interrelación con el exterior será la red comercial o de ventas sobre la que se deberá actuar de forma insistente.

Control Financiero

Como El control financiero, laboral y fiscal de nuestra organización se encuentra externalizado. como desafío y ante un mercado de competencia, se debería dar mayor transparencia a las prácticas empresariales y por ende, maximizar todos los

controles garantes por parte de la administración cliente para con quienes trabajan con ella. Intentar regularizar esta práctica, imprimiendo la misma ante la administración a la hora de solicitar las bases para una contratación

Creación de Canal de Denuncias

Como herramienta, la empresa no dispone de un canal específico de denuncias, dada la estructura y tamaño de la organización. Pero para una estructura supra-empresarial, sí sería interesante ponerlo en marcha en otros ámbitos.

La creación de una asociación que pudiera servir de plataforma de comunicación ante una carencia o ausencia administrativa de regulación. En cuanto al personal de la empresa, y ante una situación comprometida, tiene la libertad de poder comunicar cualquier denuncia ante la dirección de manera directa.

inicio de conversaciones con empresas del sector que tengan unos determinados requisitos de transparencia y seriedad. En este habilitar un canal específico de esta índole.

Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados (G4-SO3)

Como indicador no se dispone de un dato concreto, si bien dada las dimensiones de la organización no requiere de demasiado control al respecto.

Realizar un análisis del sector y su distribución de su forma jurídica que reviste y localización geográfica de actuación.

Contactar todas aquellas entidades que hayan demostrado transparencia y que estén dispuestos a abogar por una regulación sectorial de actividad.

Difusión de la Política

Como acción y aunque tenemos la política, no se le da la difusión adecuada entre los grupos de interés.

El desafío sería que la administración, el público en general y el resto de grupos de interés identificara a aquellas empresas con buenas prácticas sociales y que ello supusiera una ventaja competitiva.

Comunicar más la política de RSE

Canales de Comunicación

Como acción se dispone en perfiles de redes sociales y presencia en web, así como de los canales tradicionales de comunicación, vía telefónica, fax,

etc. y otros que circunstancialmente son empleados como la radio y prensa.

Realizamos difusión de nuestra política y valores mediante perfiles en redes sociales. Asimismo deberemos incidir entre nuestros propios empleados sobre esta materia.

Fomentar la información transparente mediante estos canales.

Número de casos confirmados de corrupción (G4-SO5)

Aunque se identifica este aspecto, no cabe de momento en nuestra organización

El desafío es mantener en el mismo nivel este indicador, esto es, en 0. Los únicos casos dados han sido pequeñas apropiaciones aisladas de material de la empresa.

Indicadores de corrupción = 0

Impulsar la sensibilización en materia medioambiental

Potenciar la formación y sensibilización de esta materia tanto en el seno de la empresa como fuera de ella.

Política de Calidad, Medioambiente y Seguridad

Como política, la organización ya dispone de una norma de referencia en materia de Calidad y Medio Ambiente s/norma UNE-EN ISO 9001 y 14001 desde el ejercicio 2003.

El desafío es crear conciencia verde entre nuestra plantilla de trabajadores.

G4-LA9: Promedio de horas de formación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral

Como indicador, la empresa realiza acciones de formación durante todo el año, según viene contemplado en el plan de formación PI-04 (selección y formación).

Realizar formaciones a los empleados para reducir el consumo de carburantes mediante una conducción de vehículos más eficiente: Empleados

objetivo.....8 conductores Jornada formativa: 5 horas/empleado Otras jornadas de sensibilización sobre consumos eléctricos: Empleados

objetivos.....20 operarios de limpiezas y clasificación
Reducir el consumo de carburantes y, por tanto, el impacto de CO2 al medio ambiente.

Canales de Comunicación

Como acción se dispone en perfiles de redes sociales y presencia en web, así como de los canales tradicionales de comunicación, vía telefónica, fax, etc. y otros que circunstancialmente son empleados como la radio y prensa.

Mediante nuestros perfiles en redes sociales de internet, realizamos difusión de noticias medioambientales.

Reforzar más la presencia de sensibilización medioambiental en dichos canales.

Mecanismos de evaluación del cumplimiento de los objetivos medioambientales

Existen mecanismos de evaluación mediante procedimiento PMA-01 (identificación y evaluación de aspectos medioambientales). Uno de ellos consiste en realizar estudios de impacto medioambiental.

Mediante estos mecanismos calculamos los aspectos significativos para realizar posteriormente acciones de cara a minimizar esa significación.

Mantener estos mecanismos de control y evaluación de aspectos medioambientales.

Número de iniciativas llevadas a cabo en el año para mejorar la gestión de residuos

Como indicador se tendrán en cuenta las jornadas relacionadas con el consumo responsable y reciclaje llevadas a cabo.

Se van a substituir los tubos de iluminación fluorescente por otros de una eficiencia energética mayor.

Reducir en un 30% el consumo de energía eléctrica.

Número de proveedores y subcontratas de bienes y/o servicios con sistemas de gestión medioambiental implantados por tipo (p.e. ISO 14001, EMAS, etc.) %

Este es un indicador habitual, utilizado más como requisito de evaluación que como tal. Tenemos implantado dentro de nuestro sistema la solicitud de documentación de la correcta gestión en calidad y medio ambiente a nuestros proveedores.

El desafío es no bajar el nivel de exigencia en este campo de actividad. Se seguirán realizando peticiones de documentación necesaria a nuestros proveedores, especialmente a aquellos que gestionan parte de

nuestros residuos.
seguir con esta tónica habitual.

Uso de nuevas tecnologías para el ahorro de recursos: Bombillas bajo consumo, sistemas de reducción de agua, videoconferencia, impresoras y ordenadores de bajo consumo

Dentro de una política de compras debemos de tener en cuenta ciertos criterios de ámbito ambiental.

El desafío será reducir los consumos haciendo uso de equipos más eficientes.

Consumo directo de energía de su entidad (GJ)

Este aspecto viene dado como indicador en nuestro sistema de calidad y medioambiente.

El desafío es analizar todos los consumos relacionados con el desarrollo de la actividad

Reducir los consumos directos de energía eléctrica:

Año 2012.....65100 KW (Objetivo: Reducción 3,6%)

Reducir los consumos directos de gas: Año

2012.....3800 Kgrs (Objetivo: Reducción 1%)

Reducir los consumos gasoil: Año 2012.....53632 ltrs. (Objetivo: Reducción 2%)

Conjunto de buenas prácticas para reducir el consumo de papel

Aunque no disponemos de ningún manual escrito para realizar prácticas de reducción de consumo de papel, seguimos todos unas pautas comunes para reducirlo en lo máximo posible.

El desafío consistiría en una reducción del consumo de papel en oficinas, generando un indicador. Para ello imprimirán mensajes del fomento del ahorro de papel en las mesas de trabajo.

Reducir el ratio: =CONSUMO DE PAPEL/Nº EMPLEADOS OFICINAS

Política de Reducción de Consumo

La Política implantada es de carácter medioambiental, y por ende aboga por una reducción en los consumos generales de materias primas e impactos en el entorno.

El desafío es incrementar la conciencia medioambiental entre la plantilla de la empresa. Mejorar la formación en esta materia y que la misma se vea materializada en un ahorro de consumos y un comportamiento más sostenible.

Inserción de personas con discapacidad (LISMI)

Existe un proyecto de desarrollo de un centro especial de empleo, integrando la producción externalizada en el seno de la empresa, que se encuentra en suspensión por la negativa de la administración al carecer de fondos para su puesta en marcha.

Proyecto de Inserción Laboral

Como herramienta para el desarrollo de este precepto, se debería ampliar el cumplimiento básico de LISMI. El desafío será realizar un estudio en profundidad para posibilitar las circunstancias para poner en marcha un centro especial de empleo con una estructura mínima y para aquellos trabajos dentro de la organización que pueden adaptarse a las necesidades del personal a contratar.

Asentar las bases para el desarrollo de un CEE para los próximos ejercicios, realizando las consultas pertinentes y entrevistas con las asociaciones recomendadas con perfiles adecuados para esta actividad.

Proyecto de Cumplimiento de la Ley LISMI

Aunque como política no viene definida y tampoco existe obligación por parte de la entidad al tener menos de 50 trabajadores directos, hemos aplicado la misma.

Como desafío pretendemos cumplir la norma aunque no aplique.

Formación como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados

Debemos mejorar la formación de nuestros empleados para que puedan desempeñar sus funciones de una manera más competitiva y poder asumir nuevas responsabilidades.

Política RSE

Como política, la empresa ya tiene implantada una norma de RSE de aplicación general.

Nuestra política es generalista y no realiza ninguna puntualización expresa sobre este punto. Mantener nuestra política y trabajar con otras herramientas este punto.

G4-LA9: Promedio de horas de formación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral

Como indicador, la empresa realiza acciones de formación durante todo el año, según viene contemplado en el plan de formación PI-04 (selección y formación).

Se realizan formaciones relacionadas directa o indirectamente con sus puestos de trabajo.

Mantener esas formaciones, ahondando en aquellas que tengan que ver con la RSU.

Formación

Como acción se realizan acciones de formación a determinados colectivos en materias medioambiental. Se realizan cursillos específicos para conducción eficiente, ahorro energético, etc.

Mantener nuestros planes de formación, incidiendo en aquella que sea útil para que el empleado pueda realizar sus funciones de manera más eficaz.

Evaluación Anual

Anualmente se realiza una evaluación de todas las formaciones.

En el plan de formación de nuestro sistema de calidad, las formaciones son evaluadas individualmente al finalizar la formación en cuestión. A finales de año, se realiza una evaluación global para comprobar si se ha efectuado toda la que estaba programada.

Mantener nuestro plan de formación, incidiendo en aquella que pueda ser útil para el potencial de nuestros empleados.

Kit formativo de bienvenida

Disponemos de un kit formativo de bienvenida para nuevos empleados.

Proyecto de Inserción Laboral

Como herramienta para el desarrollo de este precepto, se debería ampliar el cumplimiento básico de LISMI.

Falta de información a los empleados

Debe fluir más la comunicación entre empresa y trabajador y que, además, deben realizarse reuniones periódicas, tanto en materia de derechos como obligaciones.

G4-LA9: Promedio de horas de formación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral

Como indicador, la empresa realiza acciones de formación durante todo el año, según viene contemplado en el plan de formación PI-04 (selección y formación).

Se realizan formaciones relacionadas directa o indirectamente con su puesto de trabajo.

Mantener la formación, ahondando más en aquellas que guarden relación con la RSU.

Nº de empleados receptores de comunicaciones sobre el total de empleados (%)

La totalidad de la plantilla es comunicada sobre todos aquellos aspectos que lo necesiten.

Al tratarse de una PYME, nos resulta fácil realizar cualquier comunicación a la totalidad de la plantilla. Mantener nuestro sistema de comunicaciones con los empleados, por cualquier medio, ya sea en tablón de anuncios, telefónicamente, o por otros medios telemáticos.....100% de empleados informados

Comunicación Interna y Externa

Como acción se plantea realizar mayor formación en materia medioambiental entre nuestros empleados. Para temas generalistas se realiza comunicación por tablón de anuncios en lugares estratégicos para asegurarnos. Para comunicaciones más personales, éstas se realizan bien verbalmente o por medios telemáticos diversos.

Mantener estas comunicaciones.

Kit formativo de bienvenida

Disponemos de un kit formativo de bienvenida para nuevos empleados.

Repartimos a nuestros nuevos empleados un manual donde se le explica todo aquello relacionado con nuestra empresa, instalaciones, RSE, política, etc. Seguir manteniendo este kit.

Difusión de la Política

Como acción y aunque tenemos la política, no se le da

la difusión adecuada entre los grupos de interés.

La política es difundida correctamente entre nuestros empleados.

Mantener esa difusión.

Manual de bienvenida

La empresa dispone de un manual de bienvenida para nuevos empleados.

Dicho manual es entregado a todos aquellos nuevos empleados. En él, se halla toda la información sobre la empresa, además de política y RSE.

Mantener dicho manual como medio de primera información a nuevos empleados.

Salud y seguridad en el lugar de trabajo

Debemos mejorar las medidas de seguridad y salud laborales de nuestro personal, aportándoles para ello la formación y medios necesarios.

Buzón de sugerencias

El buzón de sugerencias existe desde la implantación de los sistema de calidad y Medio Ambiente

El buzón de sugerencias funciona ante las puntualizaciones de los empleados en materia de salud y seguridad.

Mantener este buzón puesto que es una herramienta eficaz.

Gestión de incidencias

Como indicador, la empresa ya dispone de un canal de gestión de incidencias implantado en el sistema integral, procediendo a la apertura de las denominadas no conformidades o desviaciones R-17 (INFORME DE NO CONFORMIDAD/ACCION CORRECTIVA)

Se realizan registros, seguimientos y soluciones a las incidencias.

Mantener nuestro canal de gestión de incidencias implantado.

Formación en Seguridad y Salud en el Trabajo

Anualmente se realizan formaciones y charlas formativas sobre seguridad y salud laboral.

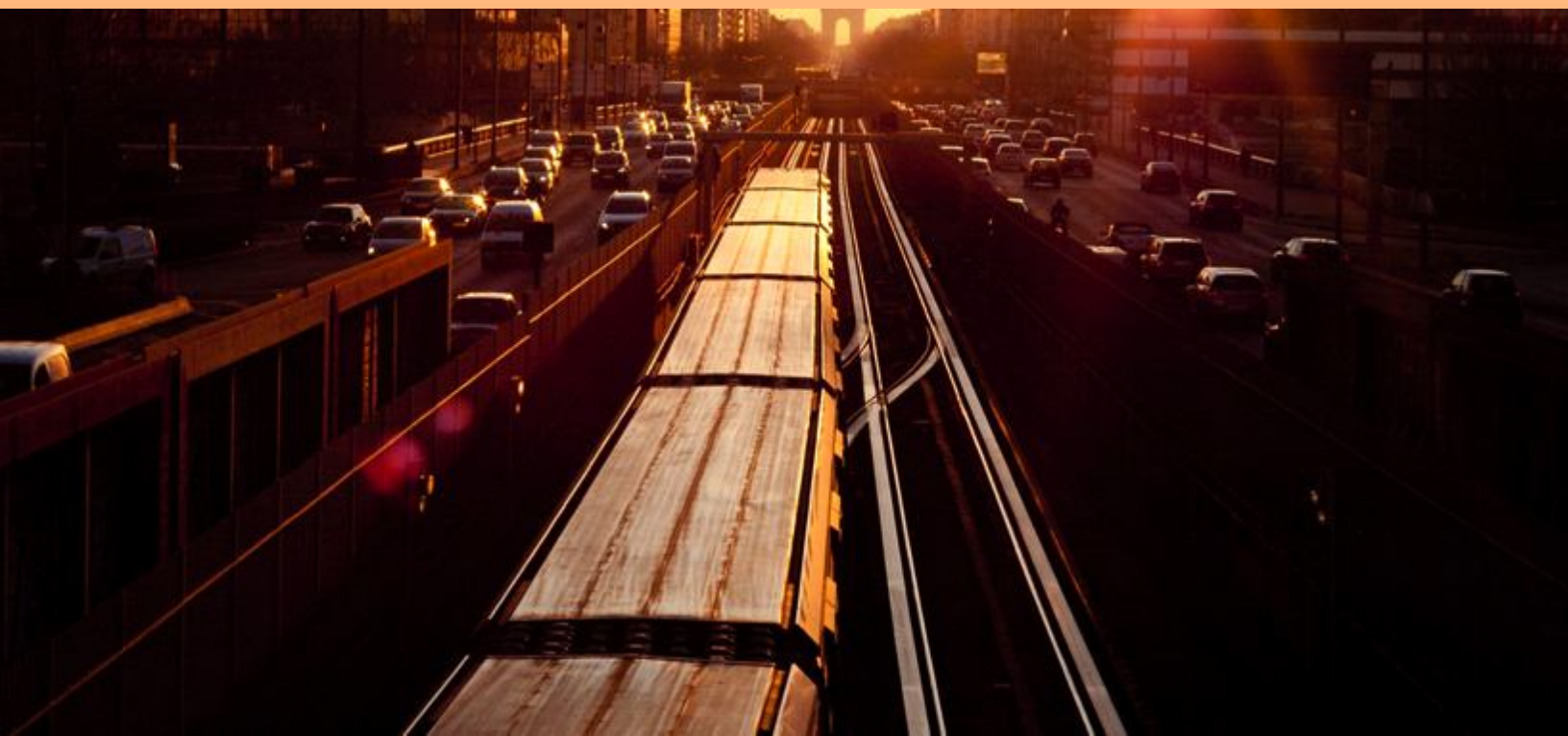
Se realizan charlas anuales sobre seguridad y salud

laboral, además de formaciones relacionadas.
Mantener nuestra periodicidad de formaciones en esta

materia.

GRUPO DE INTERÉS

PROVEEDORES



Proveedores como aliados de RSE en la empresa

Se trata de una consecuencia derivada de la primera, ya que a medida que los proveedores sean conscientes de la importancia de la RSE del PMNU, se irán adhiriendo y, por tanto, dando cumplimiento al punto.

Encuestas de Satisfacción

Como herramienta, las encuestas de satisfacción son un elemento de valoración habitual de la empresa en el departamento de recogida selectiva R-76,(ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN CLIENTES) que comprende exclusivamente clientes.

El desafío será implantar una encuesta exclusivamente para proveedores y la forma de cómo mejorar las relaciones. En ella se estudiará entre otras, si disponen además de certificados de Medio Ambiente o Calidad, si tienen algún tipo de certificación en materia de RSE.

Mantener las pautas de remisión de encuestas.

Política RSE

Como política, la empresa ya tiene implantada una norma de RSE de aplicación general.

Se trata de una política generalista que no hace mención expresa a este punto, pero el desafío sería conseguir una implicación entre los proveedores para construir relaciones duraderas más allá del ámbito puramente mercantil

Mantener nuestra política y trabajar sobre este punto con otras herramientas.

Crear Sistema de Clasificación Proveedores

Como acción más enfocada a otro grupo de interés, dentro de nuestro sistema existe una evaluación de proveedores, según el PC-02 (GESTIÓN DE COMPRAS) y el impreso R-14 (HOJA DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES)

Anualmente se realizan evaluaciones de proveedores en base a ciertos criterios, entre los cuales está la RSE, pero con poco desarrollo.

Mantener el sistema de evaluaciones a proveedores, reforzando aquellos aspectos de responsabilidad a considerar.

Auditorías

Es una herramienta de gestión habitual en el sistema llevado a cabo con carácter anual.

En ellas se comprueban el cumplimiento de los requisitos expuestos en los procedimientos.

Ser más exigentes con las revisiones.

Indicador de proveedores RSE

Como indicador se utilizará para conocer el grado de respuesta de los proveedores

Conocer la implantación de la RSE en la cadena de suministro

Impactos en la reputación empresarial derivados de la relación con proveedores

Debemos mejorar nuestra reputación empresarial controlando a nuestros proveedores anualmente, asegurando así su calidad para poder ofrecérsela a nuestros clientes, dando una buena imagen y sensación de profesionalidad.

Encuestas de Satisfacción

Como herramienta, las encuestas de satisfacción son un elemento de valoración habitual de la empresa en el departamento de recogida selectiva R-76,(ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN CLIENTES) que comprende exclusivamente clientes.

El desafío es conocer las prácticas empresariales de los proveedores para estrechar lazos y canalizar sinergias.

Política RSE

Como política, la empresa ya tiene implantada una norma de RSE de aplicación general.

Nuestra política ya está implantada, aunque que es generalista y no particulariza sobre este punto, pero el desafío consistiría en hacer llegar la política de empresa a toda la cadena de suministro y analizar las buena praxis en las empresas suministradoras con rigor.

Crear una

Política de Calidad

Como política, la organización ya tiene implantada una política de calidad s/norma UNE-EN ISO 9001 y

Medioambiente UNE-EN-ISO 14001 desde el ejercicio 2003.

El desafío podría consistir en conseguir una cadena de suministro más comprometida con la RSE y por ende más transparente. El sistema tiene implantado un procedimiento denominado PC-02 (gestión de compras) en el cual se establecen los requisitos mínimos que debe de cumplir un proveedor, mediante el uso del R-14 y R-15 (informe evaluación proveedores y listado proveedores aceptados, respectivamente). Mantenernos en esta línea de trabajo, observando criterios de carácter ético, especialmente con proveedores provenientes de países en vías de desarrollo.

Indicador de numero de proveedores con políticas de RSE / numero de proveedores

Como indicador se quiere conocer el grado de conocimiento e implantación de RSE entre nuestros proveedores.

A través de las encuestas, se irán contabilizando los indicadores.

Al menos un 10% de nuestros proveedores dispongan

políticas en materia de RSE.

Crear Sistema de Clasificación Proveedores

Como acción más enfocada a otro grupo de interés, dentro de nuestro sistema existe una evaluación de proveedores, según el PC-02 (GESTIÓN DE COMPRAS) y el impreso R-14 (HOJA DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES)

Se está incorporando a los nuevos criterios de selección del proyecto.

Que en la evaluación final de proveedores, tenga mayor ponderación el aspecto relacionado con la RSE.

Auditorías

Es una herramienta de gestión habitual en el sistema llevado a cabo con carácter anual.

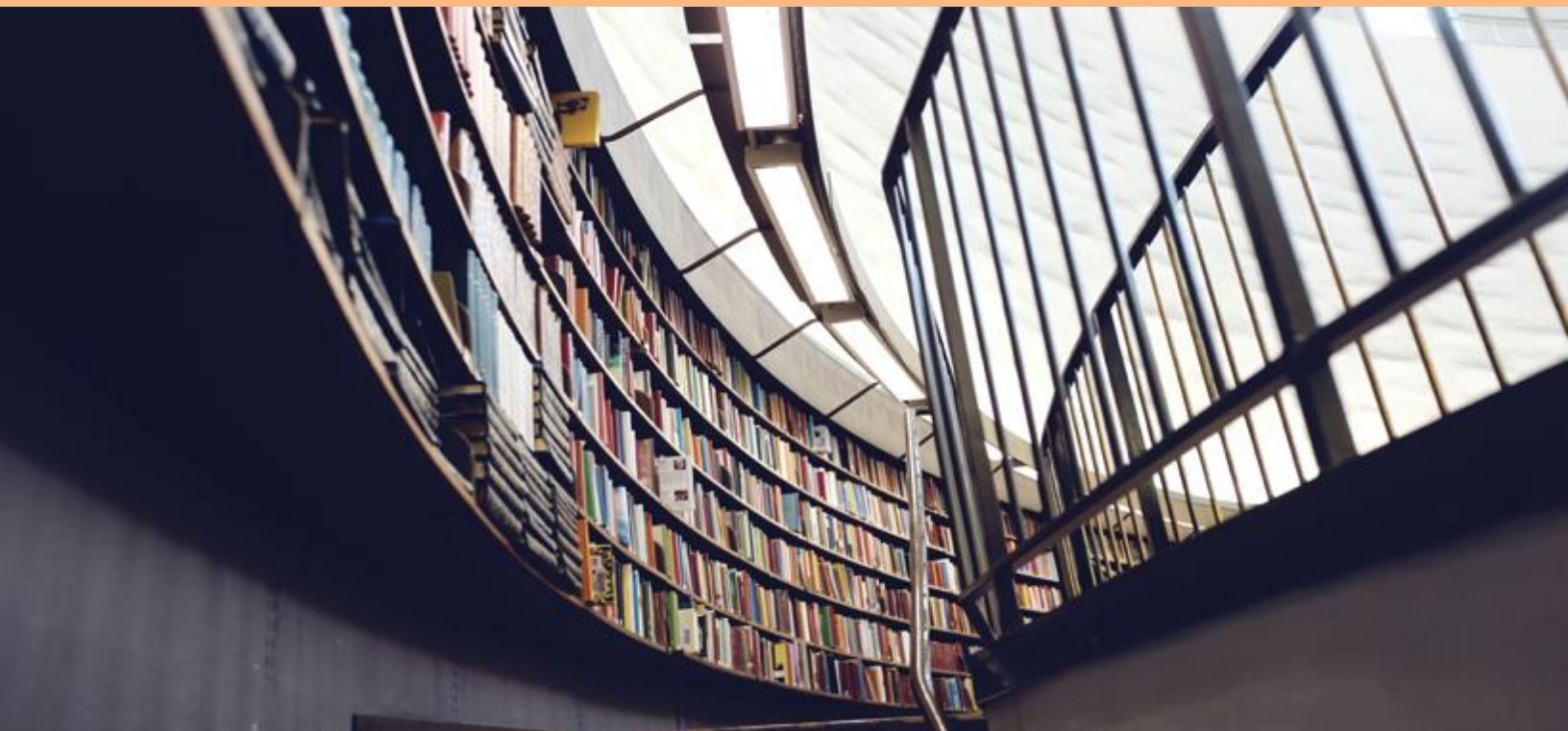
El desafío sería contemplar dentro de las auditorias anuales aspectos de análisis de proveedores en materia de RSE

Ir profundizando, modificando los alcances de forma progresiva en el sistema integrado para que cuando se audite este aspecto de responsabilidad exista como parte integral de los procedimientos

GRUPO DE INTERÉS

GRUPO DE INTERÉS

ADMINISTRACIÓN



Perdida de Fidelidad del Cliente

Debemos atender y estar más encima de los clientes con propuestas de colaboración y atención más directa para evitar el acceso de la concurrencia

Política de Calidad, Medioambiente y RSC

Como política ya se dispone de una integral
El desafío es mantenerla, actualizarla y mejorarla
Seguir en la misma línea de trabajo

Identificación de las necesidades

El objetivo es poder identificar las necesidades de los clientes
para este desafío se necesitará un reiterado contacto para detectar cualquier necesidad posible.

Herramienta de seguimiento

La política es poder disponer de la información suficiente para el desarrollo de la acción
El desafío es complementar las visitas comerciales con un formulario de seguimiento
El objetivo será la creación, uso e incorporación al sistema de tal impreso

Indicador de Seguimiento

El indicador a utilizar deberá contemplar aquellos aspectos relevantes de cada visita
El desafío será crear un modelo en que se ponga de manifiesto el nº de clientes visitados, peticiones, desarrollo de la visita, etc...
El objetivo será la creación de un indicador: =Nº CLIENTES VISITADOS/Nº CLIENTES POTENCIALES

Contratos transparentes con la administración pública

La organización opera mediante el uso de contratos o convenios con la administración.
Cualquier pargo es realizado bancariamente entre entidades en caso de existir contraprestación. No cabe la opacidad

Política RSE

Como política, la empresa ya tiene implantada una norma de RSE de aplicación general.
Nuestra política es generalista y no incide específicamente en esta cuestión.
Mantenerla y desarrollar este aspecto con otra herramienta o acción.

Política de Calidad, Medioambiente y Seguridad

Como política, la organización ya dispone de una norma de referencia en materia de Calidad y Medio Ambiente s/norma UNE-EN ISO 9001 y 14001 desde el ejercicio 2003.
El desafío consiste en mostrar mayor transparencia con la administración, tanto en las relaciones empresa-administración, como también en las actividades llevadas a cabo por nuestra entidad
Velar por la transparencia en la contratación pública, mediante el concurso o el convenio escrito.

Control Financiero

Como El control financiero, laboral y fiscal de nuestra organización se encuentra externalizado.
Tenemos descentralizado el control financiero y laboral de la empresa, por lo que supone un segundo filtro en estas tareas.
Mantener la externalización de este control como filtro de posibles irregularidades.

G4-LA9:Promedio de horas de formación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral

Como indicador, la empresa realiza acciones de formación durante todo el año, según viene contemplado en el plan de formación PI-04 (selección y formación).
El desafío consiste en contabilizar el ratio en materia de formación en RSE, y que el mismo tome mayor relevancia dentro de los planes de formación de la empresa.
Que un 20% de la formación esté relacionada con esta materia: =Nº HORAS FORMACIÓN RSC/Nº HORAS TOTALES FORMACIÓN

Difusión de la Política

Como acción y aunque tenemos la política, no se le da la difusión adecuada entre los grupos de interés.
Ante cualquier alta de nuevo cliente, se debe remitir documentación de bienvenida que comprenda la política de empresa, requerimiento de sistemas de

calidad, medio ambiente, etc así como otros de carácter de RSE.

Hacer saber al 100% de los nuevos clientes sobre la transparencia de Texlimca, S.A. en su proceder y forma de trabajar.

Creación de Canal de Denuncias

Como herramienta , la empresa no dispone de un canal específico de denuncias, dada la estructura y tamaño de la organización. Pero para una estructura supra- empresarial, sí sería interesante ponerlo en marcha en otros ámbitos.

El desafío podría ser iniciar los pasos adecuados para crear una asociación empresarial que recogiera todas las inquietudes y denuncias de este sector, que no está exento de polémica.

Mantener con nuestra estructura de denuncias habitual.

Número de casos confirmados de corrupción (G4-SO5)

Aunque se identifica este aspecto, no cabe de momento en nuestra organización

GRUPO DE INTERÉS
COMUNIDAD



Alianzas entre asociaciones y empresas

Posibilidad de colaborar con entidades sociales o asociaciones que defiendan los derechos infantiles y persigan la esclavitud infantil.

Política de Acción Social

Disponemos de Política de Calidad y Medio ambiente, pero no de acción social, aunque en el seno de la organización siempre se han llevado a cabo iniciativas de esta índole.

El desafío es implementar las políticas de acción social que siempre se han realizado en un todo de la política de RSE.

Mantener y reforzar estas charlas en los colegios de nuestros ayuntamientos clientes.

Informe o Memoria de Sostenibilidad

Nuestra herramienta será el informe de progreso, mediante el cual se establecerán aquellos aspectos en donde actuar y evolucionar.

El desafío es crear un foro común de intenciones y sinergias, tanto por parte de organizaciones como de entidades sociales. Las primeras para el desarrollo de su actividad y cumplimiento de la RSE. Las segundas como receptoras de la acción social de la empresa.

Mantener las pautas.

Participación ciudadana

Realizamos charlas de sensibilización ambiental en colegios y asociaciones de ayuntamientos clientes.

La participación ciudadana es esencial para el buen mantenimiento del servicio y, por tanto, para un buen trato con el medio ambiente. Para ello, les realizamos charlas informativas.

Mantener y reforzar dichas charlas de concienciación ciudadana en materia de reciclaje textil.

Colaboración mutua

La acción consistirá en crear una asociación entre entidades de interés común participada por ONG que apoyen el proyecto en que se puedan beneficiar en materia de acción social

Contactar con el colectivo empresarial y social adecuado con el fin de ir dando forma al proyecto

Que se asienten las bases para un desarrollo a medio

plazo en defensa de los intereses comunes.

Cantidad de dinero invertido en la comunidad o comunidades (en especie, productos o servicios)

Este indicador ya se contempló en la anterior memoria. El desafío será conocer la cantidad económica en % destinado por la empresa a acciones de responsabilidad social directa.

Que el ratio sea: $\text{=CANTIDAD ANUAL INVERTIDA EN RSC/COLUMEN DE VENTAS ANUAL}$

Invertir en las generaciones del futuro

La contratación de personal en prácticas puede producirse en determinadas épocas de sobrecarga del año o en periodos de jornadas escolares

Igualdad de Oportunidades

La política consistirá en desarrollar un marco para la empleabilidad de determinados colectivos

El desafío será implantarla y ponerla en marcha

Aplicar la misma en aquellos periodos de mayor actividad, especialmente con colectivos en búsqueda de prácticas o del primer empleo, que reúnan un perfil concreto de formación en base a los requerimientos del puesto.

Empleabilidad

El indicador consistirá en la contabilización del personal con un perfil concreto contratado por la empresa

El desafío es generar un índice que ponga de manifiesto el porcentual de empleados en prácticas contratados

Colaboración con Universidades

La acción se deberá desarrollar con perfiles universitarios en el desarrollo de sus actividades académicas (prácticas)

El desafío se iniciará con la suscripción de un convenio de colaboración o bien el reclutamiento directo de jóvenes en edad de formación

Contratar al menos a una persona durante el año

GRUPO DE INTERÉS
MEDIO AMBIENTE



Falta de medición de los residuos en CO2

Los residuos gestionados por la empresa, son valorados en términos de pesaje pero no en términos de huella CO2

Mecanismos de evaluación del cumplimiento de los objetivos medioambientales

Existen mecanismos de evaluación mediante procedimiento PMA-01 (identificación y evaluación de aspectos medioambientales). Uno de ellos consiste en realizar estudios de impacto medioambiental. Para minimizar este impacto, realizamos formación relacionada, así como inversiones en vehículos eficientes y otras tecnologías beneficiosas para el medio ambiente, siendo todo ello revisado en las auditorías anuales.

Realizar al menos un curso de conducción eficiente y valorar las características técnicas de los vehículos en cuanto a emisiones de CO2 ante una nueva adquisición.

Número de iniciativas llevadas a cabo en el año para mejorar la gestión de residuos

Como indicador se tendrán en cuenta las jornadas relacionadas con el consumo responsable y reciclaje llevadas a cabo.

Se sustituyen todas las fuentes lumínicas de la empresa por otras tipo led.

Se pretende reducir 30% el consumo de energía eléctrica. =CONSUMO ENERGIA/Nº DE TRABAJADORES

Consumo directo de energía de su entidad (GJ)

Este aspecto viene dado como indicador en nuestro sistema de calidad y medioambiente.

La realización de este estudio se lleva a cabo para minimizar el consumo de energía.

Cambiar toda la iluminación de la empresa por otra de bajo consumo.

Sistemas de Gestión de Calidad

Como acción ya se dispone de un sistema de Calidad y Medio ambiente integrado en la empresa.

Tratamos de calcular el impacto ambiental de nuestras acciones, para minimizarlo en la medida que sea posible. Cuantificar el impacto de Co2 generado por nuestra actividad.

Mantener este sistema y tratar de buscar medios para

la minimización de emisiones de CO2 con nuestros vehículos mediante formación y el uso de tecnologías beneficiosas con el medio ambiente.

Política de Reducción de Consumo

La Política implantada es de carácter medioambiental, y por ende aboga por una reducción en los consumos generales de materias primas e impactos en el entorno.

El desafío consiste en seguir reduciendo impactos y consumos en particular de aquellas magnitudes elevadas y que sean susceptibles de minimización como de luz eléctrica, envases, etc...

Se estará en lo dispuesto a los objetivos de medioambiente de la organización

Uso de nuevas tecnologías respetuosas con el medioambiente

Debemos actualizar la maquinaria y vehículos atendiendo a criterios de eficiencia medioambiental y consumos de recursos

Política de Calidad, Medioambiente y Seguridad

Como política, la organización ya dispone de una norma de referencia en materia de Calidad y Medio Ambiente s/norma UNE-EN ISO 9001 y 14001 desde el ejercicio 2003.

Nuestra política es muy generalista y no especifica nada sobre este punto, pero el desafío consistirá en implantar un sistema que conviva con lo medioambientalmente eficiente de la RSE y la UNE-EN 14001

Mantener nuestra política y trabajar este punto con otras herramientas.

Canales de Comunicación

Como acción se dispone en perfiles de redes sociales y presencia en web, así como de los canales tradicionales de comunicación, vía telefónica, fax, etc. y otros que circunstancialmente son empleados como la radio y prensa.

El desafío consistirá en difundir por diferentes canales las acciones respetuosas con el Medioambiente, el uso de nuevas tecnologías y su impacto en nuestro

entorno.

Reforzar más otros aspectos, como la RSE.

Número de iniciativas llevadas a cabo en el año para mejorar la gestión de residuos

Como indicador se tendrán en cuenta las jornadas relacionadas con el consumo responsable y reciclaje llevadas a cabo.

Se realiza estudio para minimizar en la medida que sea posible el consumo de recursos naturales.

deberá establecer: =Nº DE CENTROS ESCOLARES
CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN MAMBIENTAL/Nº
TOTAL DE CENTROS

Uso de nuevas tecnologías para el ahorro de recursos: Bombillas bajo consumo, sistemas de reducción de agua, videoconferencia, impresoras y ordenadores de bajo consumo

Dentro de una política de compras debemos de tener en cuenta ciertos criterios de ámbito ambiental.

Se realiza estudio para minimizar el uso de recursos naturales como la eléctrica.

Cambiaremos toda la iluminación de la empresa por leds más beneficiosos para el medio ambiente.

Mecanismos de evaluación del cumplimiento de los objetivos medioambientales

Existen mecanismos de evaluación mediante

procedimiento PMA-01 (identificación y evaluación de aspectos medioambientales). Uno de ellos consiste en realizar estudios de impacto medioambiental .

Mediante estos mecanismos estudiamos el impacto ambiental de nuestras acciones, para tratar de minimizarlas en la medida que nos sea posible, especialmente en aquellos aspectos que por su magnitud o peligrosidad sean significativos.

Mantener estos mecanismos.

Comunicación Interna y Externa

Como acción se plantea realizar mayor formación en materia medioambiental entre nuestros empleados .

Para ello, utilizaremos canales que no consuman recursos como el papel, minimizando residuos.

Usaremos para las comunicaciones con los empleados teléfono o internet. Sólo las comunicaciones más importantes se realizan por escrito.

Mantener y tratar de reforzar el uso de tecnologías respetuosas con el medio ambiente para realizar nuestras comunicaciones.

Política de Reducción de Consumo

La Política implantada es de carácter medioambiental, y por ende aboga por una reducción en los consumos generales de materias primas e impactos en el entorno.



COMPATIBILIDAD GRI-G4

G4-1 - Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupe el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión.
6276

G4-3 - Nombre de la organización.

Texlimca S.A.

G4-4 - Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.

RECUPERACIÓN Y VALORIZACION DE RESIDUOS TEXTILES, TEJIDOS Y ROPA USADA.PRODUCCIÓN Y VENTA DE TRAPOS DE LIMPIEZA, CABOS DE ALGODÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS Y OTROS ARTICULOS DE LIMPIEZA Y/O FERRETERIA.COMERCIALIZACIÓN DE ROPA USADA Y GESTIÓN DE RECOGIDA SELECTIVA DE ROPA Y OTROS RESIDUOS URBANOS.

G4-5 - Lugar donde se encuentra la sede de la organización

C/ Partida Materna 16

G4-6 - Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.

España, Portugal

G4-7 - Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.

TEXLIMCA S.A. reviste la forma de sociedad desde el 7 de mayo de 1973, aunque sus inicios se remontan a la década de los años cuarenta originariamente como persona física. Es una empresa de origen familiar cuya propiedad recaía en una dinastía de industriales locales los cuales fueron ampliando y diversificado sus actividades, constituyendo un holding empresarial que actualmente se conoce como el Grupo Martinez Cano . A principios de los años noventa en TEXLIMCA se incorporó al accionariado, el entonces equipo de dirección, quienes actualmente comparten la

condición de socios. La dirección general de TEXLIMCA S.A. promueve comités periódicos con el fin de contrastar acciones, estrategias y proyectos a realizar para el desarrollo futuro de la empresa. Para estas, y en ocasiones, se consulta a miembros externos no ejecutivos que ocupan la dirección general de otras empresas del grupo o colaboran en calidad de consultores.

G4-8 - Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).

No hay respuestas

G4-9 - Determine la escala de la organización, indicando: número de empleados; número de operaciones; ventas netas (para las organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para las organizaciones del sector público); capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); y cantidad de productos o servicios que se ofrecen.

24

G4 - 10 a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas. f. Comuniquen todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).

24 empleados con contrato indefinido: 17% MUJERES 83% HOMBRES 16 empleados ETT: 6% MUJERES 94% HOMBRES

G4-11 - Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos

Porcentaje de empresas cubiertas por convenio colectivo (G4-11)

G4-12 - Describa la cadena de suministro de la

organización.

La cadena de suministro va en función del departamento de la empresa con tres supuestos distintos: -Departamento de Ropa Usada: El aprovisionamiento proviene del propio parque de contenedores instalados en la vía pública de ciudades nacionales con la perceptiva autorización municipal. - Departamento de Limpiezas: El aprovisionamiento proviene de distintas vías, pudiendo clasificar las mismas en internas (textil no usable proveniente del departamento de clasificación) y externas (lavanderías industriales, gestores de desperdicios textiles, importadores-exportadores, etc.), estas últimas de procedencia nacional o internacional en su mayoría - Departamento de tejidos: la materia prima es o bien de procedencia directa de productores de tejidos con base internacional (habitualmente pakistán) o bien proveniente de brokers internacionales.

G4-13 - Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización; por ejemplo: a) cambios en la ubicación de los centros, o en los propios centros, tales como la inauguración, el cierre o la ampliación de instalaciones; b) cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración de capital (para las organizaciones del sector privado); y c) cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o la relación con los proveedores, en aspectos como la selección o la finalización de un contrato

No se han producido cambios significativos en esta materia.

G4-14 - Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.

-Auditoría Económica y Contable -Auditoría salud y seguridad (PRL) -Auditoría calidad y medioambiente - Auditoría en Protección de datos (LOPD)

G4-15 - Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.

Actualmente y aunque la organización se interesó en el 2013 por evaluar otras iniciativas de ámbito

medioambiental, finalmente no desarrolló adicionalmente colaboración alguna con dicha u otras temáticas de naciones Unidas

G4-16 - Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: a) ostente un cargo en el órgano de gobierno; b) participe en proyectos o comités; c) realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de miembros obligatorias; d) considere que ser miembro es una decisión estratégica.

La empresa participa en la Asociación de Empresarios de Alzira y el director gerente de Texlimca S.A. es el secretario de dicha asociación. En su momento, a través de la misma figura, se ha colaborado en otras organizaciones de promoción empresarial como en la CEV(Confederación Empresarial Valenciana) y Cámara de Comercio de Valencia (dentro de la comisión de internacional)

G4-17 - a) Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes y b) Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.

G4-18 - a) Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. b) Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el Contenido de la memoria.

Actualmente y aunque la organización se interesó en el 2013 por evaluar otras iniciativas de ámbito medioambiental, finalmente no desarrolló adicionalmente colaboración alguna con dicha u otras temáticas de naciones Unidas

G4-19 - Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria

ACTIVIDADES: Se ha tenido en cuenta la totalidad de actividades realizadas por TEXLIMCA S.A. PERIODO: Desde el 1-1-2013 al 31-12-2013 EXCLUSIONES:

Ninguna PAISES: A.-Prestación de Servicio: -España y Portugal B.-Comercialización de productos y subproductos : -Europa: España, Italia, Portugal y Francia -América: Cuba, Panamá -África: Túnez y esporádicamente en algún país centroafricano -Asia: Japón C.-Aprovisionamientos productos y materias primas: -Europa: Alemania, Francia, Portugal, Bélgica y Holanda. -América: EEUU -Asia: Pakistán y Japón

G4-20 - Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material. Hágalo de la siguiente manera: 1) Indique si el Aspecto es material dentro de la organización. 2) Si el Aspecto no es material para todas las entidades de la organización (tal como se describen en el apartado G4-17), elija uno de los siguientes enfoques y facilite: a) una lista de las entidades o los grupos de entidades incluidas en el apartado G4-17 que no consideran material el Aspecto en cuestión; o b) una lista de las entidades o los grupos de entidades incluidas en el apartado G4-17 que sí consideran material el Aspecto en cuestión. Indique cualquier limitación concreta que afecte a la cobertura de cada Aspecto dentro de la organización.

los contenidos presentados en este documento cubren la práctica totalidad de aspectos recomendados por el PMNU. En aquellos casos en los que no existe hito o información al respecto se ha hecho así saber. Esta materialidad ha tenido en consideración la misión, la visión, los valores de la organización, los impactos significativos (sociales, ambientales y económicos), los indicadores y la actividad propia y su influencia en el entorno.

G4-21 - Indique la Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material. Hágalo de la siguiente manera: a) indique si el Aspecto es material fuera de la organización; b) si el Aspecto es material fuera de la organización, señale qué entidades, grupos de entidades o elementos lo consideran así; c) describa también los lugares donde el Aspecto en cuestión es materiales para las entidades; d) indique cualquier limitación concreta que afecte a la Cobertura de cada Aspecto fuera de la organización.

G4-22 - Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.

No ha habido reformulación, pero puede darse un

cambio en la nomenclatura de la memoria al utilizar, en lugar de un formato libre, una nueva herramienta informática para su cumplimiento.

G4-23 - Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.

El presente informe de progreso no ha sufrido modificación alguna en su contenido, salvo la presentación de la información, cuyo orden y descripción está dispuesta por grupos de interés en lugar de por principios.

G4-24 - Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización. pág. 44 VÉASE EL MANUAL DE APLICACIÓN

No hay respuestas

G4-25 - Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.

No hay respuestas

G4-26 - Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.

Se han tenido en cuenta de forma razonable todas aquellas sugerencias y cuestiones derivadas de nuestros grupos de interés. Para la formulación del presente informe de progreso no han participado ninguno de los grupos en particular, pero entendemos que se han recogido todas las inquietudes de los mismos.

G4-27 - Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.

G4-28 - Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).

No hay respuestas

G4-29 - Fecha de la última memoria (si procede).

No hay respuestas

G4-30 - Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).

No hay respuestas

G4-31 - Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.

No hay respuestas

G4-32 - a) Indique qué opción «de conformidad- con la Guía ha elegido la organización. b) Facilite el Índice de GRI de la opción elegida (véanse los cuadros a continuación). c) Facilite la referencia al informe de Verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación. GRI recomienda la verificación externa, aunque no es obligatoria para que la memoria sea «de conformidad- con la Guía.

??

G4-33 - a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria; b. Si no se mencionan en el informe de

verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa; c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación; d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.

No existe una verificación externa de la presente memoria. Al igual que otros ejercicios este informe es reportado a la Red del Pacto Mundial España, quien realizará las recomendaciones oportunas al respecto.

G4-34 - Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.

No hay respuestas

G4-56 - Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.

Código Ético / Conducta

Specific Standard Disclosures » Materialidad



Red Pacto Mundial España
WE SUPPORT

