

Informe de Responsabilidad Corporativa PromoCaixa 2015

Seguimos contribuyendo a mejorar las condiciones laborales de los países emergentes

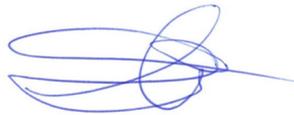
Me satisface, un año más, presentar el Informe de Responsabilidad Corporativa de PromoCaixa, donde repasamos los impactos sociales, ambientales y económicos de nuestra actividad. En la edición del 2015, es la sexta vez que seguimos las indicaciones del Memorandum of Understanding, entre el Global Reporting Initiative (GRI) y el Pacto Mundial (al que estamos adheridos desde el 2009), para presentar un informe conjunto a ambas instituciones.

Entre las actuaciones del 2015 destacan las 6 auditorías externas solicitadas por PromoCaixa, de aquellas fábricas de nuestros proveedores que se sitúan en países emergentes (en este año se han realizado todas en China), relacionadas con la fabricación de artículos para el lanzamiento de grandes campañas para el Grupo CaixaBank. En estos controles de auditoría se ha comprobado la correcta gestión de aspectos relativos a los contratos laborales, la duración de la jornada laboral, la seguridad de los puestos de trabajo y la ausencia de trabajo infantil. En 4 casos se detectaron anomalías, las cuales fueron rectificadas a posteriori.

Destacar que PromoCaixa ha conseguido el reto propuesto para 2015 de gestionar el cambio y centralización de las 14 impresoras, de las oficinas de PromoCaixa, en 2 aparatos, para optimizar su uso y la reducción del consumo de papel, y así pasar de un modelo de impacto medioambiental elevado a un modelo de eficiencia energética. Nuestro reto para el 2016 consiste en iniciar el desarrollo de la política ambiental de PromoCaixa mediante la realización de una auditoría ambiental para detectar e iniciar la implementación de mejoras.

PromoCaixa filial del Grupo CaixaBank, se encuentra incluida en el Informe Corporativo integrado de CaixaBank 2015, disponible para su consulta http://www.caixabank.com/responsabilidadcorporativa/publicaciones_es.html

PromoCaixa reitera su compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como su voluntad de seguir mejorando en la implantación de sus 10 principios. PromoCaixa incluye en sus contratos con proveedores la cláusula requiriendo el cumplimiento de los Principios de Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



Carlos Guillot - Consejero Delegado

Sobre nuestra empresa

Organización

PromoCaixa es una sociedad participada por CaixaBank que tiene por objeto social el desarrollo de actividades relativas al asesoramiento, gestión, promoción e intermediación para comercialización de bienes y servicios, en nombre propio y de terceros. No tiene ninguna filial a su cargo. [\[2.3\]](#)

El Grupo CaixaBank, que se incluye dentro del Grupo "la Caixa", mantiene su firme compromiso con la Obra Social "la Caixa" En junio de 2014, "la Caixa" se transformó en la Fundación Bancaria Caixa d'estalvis i pensions de Barcelona, "la Caixa", en cumplimiento de la Ley de Cajas de Ahorros y Fundaciones Bancarias. [\[2.9\]](#)

Nombre	PromoCaixa, SA	[2.1]
Dirección	Gran Vía Carlos III 105, 1º pl	[2.4]
Localidad	Barcelona	[2.4]
Forma Jurídica	Sociedad Anónima	[2.6]
Teléfono	93 404 49 10	
Correo electrónico	promocaixa@promocaixa.es	
Web	www.promocaixa.es	
Países en que opera	España	[2.5]
Marcas	Compra Estrella	[2.2]

Desglose de clientes	CaixaBank y Empresas del Grupo	[2.7]
	Comercios multiplicadores (*)	
	Cliente final de Compra Estrella (**)	

(*) Comercios a los que PromoCaixa vende los Puntos Estrella que los comercios, a su vez, regalan a sus clientes cuando pagan con tarjetas de CaixaBank.

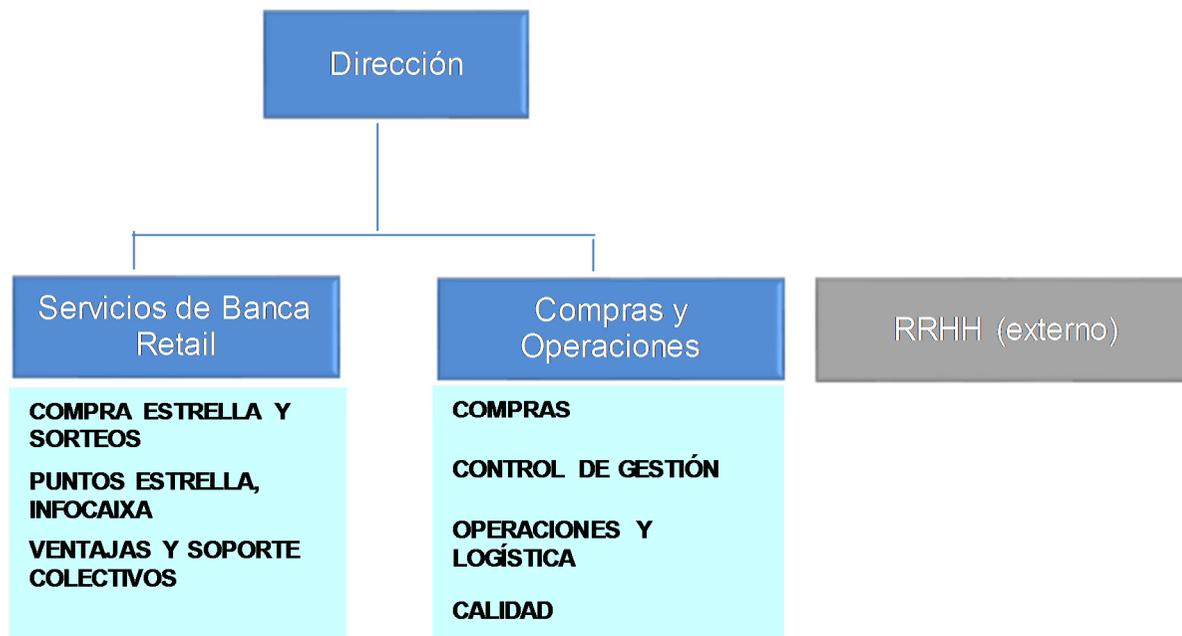
(**) Compra Estrella es una tienda que cuenta con facilidades para la financiación ofrecidas por CaixaBank.

	2015	2014
Nº empleados	30 [2.8]	28
Fondos Propios	3.061.284 €	3.890.673 €
Volumen de compras de artículos	96.843.019 €	85.330.551 €
Nº artículos entregados	2.489.379	2.829.971

Gobierno

Consejo de Administración	El seguimiento es cuatrimestral. El actual Consejo se compone 5 miembros: Presidente, Consejero Delegado Ejecutivo y dos Consejeros, además del Secretario no Consejero; todos del Grupo CaixaBank. [4.1] y [4.3]
Comité de Dirección	Seguimiento semanal. Compuesto por Consejero Delegado, 2 Directores de Departamento y Director de RRHH externo (GDS Cusa- Grupo CaixaBank)

PromoCaixa es una Sociedad Anónima participada al 100% por CaixaBank, que su principal órgano de gobierno es el Consejo de Administración, compuesto por un Presidente que no ocupa un cargo ejecutivo. Las tareas ejecutivas recaen sobre el Consejero Delegado (Dirección). [\[4.2\]](#)



Los empleados están informados a través del Director de RRHH. No existe Comité de Empresa. [\[4.4\]](#)

Sobre nuestra memoria y nuestros grupos de interés

Parámetros de la memoria

PromoCaixa, adherida al Pacto Mundial desde 2009, realiza por sexta vez en el 2015, su Informe de Responsabilidad Corporativa, conjunto para las dos instituciones GRI y Pacto Mundial, que son estándares internacionales para la elaboración de informes de sostenibilidad; con un nivel de aplicación C auto declarado. Es un informe del ejercicio 2015 y el ciclo de presentación será con periodicidad anual. [\[3.1 a 3.3\]](#)

Los datos de contacto para cuestiones relativas al informe o su contenido son: [\[3.4\]](#)

- M^a Carmen Aragonés Gil
- PromoCaixa – Subdirectora General
- 93 404 49 10
- promocaixa@promocaixa.es

La cobertura de esta memoria se centra principalmente en la gestión de las compras, porque somos los responsables de la adquisición de los artículos promocionales del Grupo CaixaBank; no obstante recoge todas las actividades de PromoCaixa, incluyendo lo referente a: [\[3.6\]](#)

- RRHH, subcontratado a GDS Cusa
- Sistemas de Información, subcontratado a Silk
- Gestión administrativa, subcontratado a GDS Cusa

todas empresas del Grupo CaixaBank.

Participación de los grupos de interés

La selección de nuestros Grupos de Interés se ha realizado por la importancia de nuestro Cliente CaixaBank que genera el 15% de nuestros ingresos. De entre los Proveedores se ha elegido a los que son Empresas del Grupo CaixaBank, que representan el 75% de nuestros Gastos de Explotación y llegan hasta el 87% de los Gastos de Estructura; de entre todos se ha elegido, Sumasa y Silk, dos de los principales proveedores. El tercer grupo de interés son los Empleados de PromoCaixa representados por el Director de RRHH. [\[4.14 y 4.15\]](#)

Cientes	CaixaBank como principal cliente
Proveedores	Empresas del Grupo: Sumasa y Silk
Empleados	Trabajadores de PromoCaixa representados por el Director RRHH

Definir el contenido de la memoria

Para identificar aquellas materias que son de interés para los Grupos seleccionados, se ha realizado una encuesta vía email, de sus respuestas obtenemos que los aspectos recurrentes para los Grupos de Interés han resultado ser: **[3.5]**

Presencia en el mercado	En 2 Grupos en 1º posición
Cumplimiento normativo	En 2 Grupos en 2ª posición y en 3ª posición
Salud y Seguridad en el trabajo	En 2 Grupos en 3ª posición y en 4ª posición
Trabajo infantil	En 2 Grupos en 3ª posición y en 5ª posición

Por la materialidad de la propia compañía las categorías que consideramos importantes son los cumplimientos normativos Medio Ambientales y Sociales de nuestros proveedores, destacando los aspectos de:

- **Salud y Seguridad en el trabajo**
- **Trabajo infantil**
- **Trabajo forzado u obligatorio**
- **Prácticas de seguridad**

que hemos controlado con las 6 Auditorías realizadas a fabricantes en países emergentes durante el 2015.

Datos sobre el desempeño: Indicadores

Gestión Económica:

PromoCaixa es una empresa instrumental de CaixaBank que da soporte y servicio al Grupo CaixaBank en su estrategia comercial de captación y fidelización de cliente, por medio de la selección, compra, distribución y seguimiento de elementos promocionales, regalos y servicios. Bajo unos criterios de **máxima calidad, mejores condiciones y eficiencia**. Adaptándose a las necesidades del Grupo CaixaBank en cada momento y a su estrategia multicanal. Esta actividad se realizará siguiendo los requerimientos de los programas definidos por los responsables de segmento y de producto de CaixaBank.

	2015	2014 [EC1]
Valor económico generado:		
Volumen facturación	112.594.838 €	94.005.372 €
Valor económico distribuido:		
Costes de explotación	969.616 €	885.563 €
Retribución a empleados	1.758.205 €	1.735.113 €
Donaciones y otras inversiones en la comunidad	- €	- €
Beneficios no distribuidos	- €	215.903 €
Pagos a proveedores de capital	- €	- €
Pagos a gobiernos	7.543.007 €	762.235 € (*)
Subvenciones recibidas de administraciones	- €	- € [EC4]

(*)Durante el 2014 el pago de IVA de PromoCaixa fue a compensar

PromoCaixa filial de CaixaBank, que forma parte del Grupo “la Caixa”, el cual canaliza su acción social a través de su Obra Social.

La gestión económica de PromoCaixa tiene por **objetivo prestar un servicio de calidad al Grupo CaixaBank dentro de sus estándares de calidad al menor coste**.

PromoCaixa está dentro del proceso de presupuestación y seguimiento económico del Grupo CaixaBank.

Desempeño medioambiental

PromoCaixa cumple con la normativa medioambiental que le es aplicable, así como con los compromisos que en esta materia hubiera suscrito. Es respetuosa con el medio ambiente, establece y mantiene al día una política medioambiental, y avanza –en la medida de lo posible– en la mejora de sus prácticas medio ambientales, todo ello de conformidad con las normas que rigen su actividad y con la Declaración Medioambiental de CaixaBank. Para ello **solicita los certificados y los controles medio ambientales de los proveedores más significativos además de incluirlos en sus contratos.**

PromoCaixa tiene como requerimiento para iniciar una relación comercial con nuestros proveedores, la obligatoriedad de presentar certificados medioambientales.

La actividad propia de PromoCaixa, no tiene un impacto directo sobre el medio ambiente, ya que no fabrica. Generamos un impacto indirecto sobre el entorno, en forma de emisiones derivadas del transporte de mercancías (compras) y de la venta de artículos, aunque este impacto no se ha podido cuantificar.

PromoCaixa no tiene una política general definida con relación a la participación en el desarrollo de políticas públicas o actividades de lobbying [S05]. Como fruto del compromiso social de PromoCaixa y del interés y preocupación de la sociedad sobre los temas medioambientales, incluye en su gestión con proveedores:

- Una cláusula de protección del medioambiente en los contratos con los proveedores.
- Solicitud de certificaciones ambientales a los proveedores.
- Auditorías externas de aquellas fábricas de nuestros proveedores que se sitúan en países emergentes. Los resultados de esta auditorias provocan modificaciones en las políticas medioambientales de los proveedores en origen.
- PromoCaixa, entrega a la FASVOL (Federación de Asociaciones de Voluntarios “la Caixa”), los equipos informáticos sobrantes, una vez eliminada la información confidencial, para que puedan ser distribuidos a las ONG que lo soliciten. Aquellos equipos considerados como demasiado obsoletos son destruidos de forma sostenible, conforme a un estricto protocolo.
- En el 2015, el Comité de Dirección ha aprobado la Política Ambiental de PromoCaixa.

Dentro de la actividad de las oficinas de PromoCaixa se está gestionando ser respetuosos con el medio ambiente, a través de las siguientes medidas:

- Utilización de papel reciclado [EN1 y EN2]
- Reciclaje de residuos [EN22]

	2015	2014
Papel:		
Total papel consumido	362,5 kg	427 kg
Total papel consumido por empleado	12 kg	15 kg
Porcentaje de ahorro de papel (reducción consumo)	15,00%	26,00%
Total papel reciclado	362,5 kg	427 kg
Porcentaje de papel reciclado sobre total consumo	100%	100%
Residuos con tratamiento especial recogidos:		
Total cartuchos de tóner	19,00 Unidades	39,00 Unidades
Total fluorescentes	0 Kg	10 Kg
Total papel y cartón	2320 Kg	5.205 Kg
Total plástico	13 Kg	12 Kg
Total materia orgánica	39 Kg	36 Kg

PromoCaixa incentiva la separación de residuos en la cocina de la compañía, para que los empleados se involucren más con el reciclaje de materia orgánica y como medida de sensibilización en su vida privada.

Los Principios del Pacto Mundial cumplidos en nuestro desempeño medioambiental son los nº 7, 8, 9 y 10

Gestión de compras socialmente responsable:

PromoCaixa, es la filial del Grupo CaixaBank dedicada a la compra de los artículos de promoción, dentro de las acciones realizadas:

- Se incluye en los contratos con proveedores una cláusula requiriendo el cumplimiento de los Principios de Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Se incluye en el pliego de condiciones de subasta una cláusula que permite, de manera automática, no formalizar la contratación si el informe de auditoría derivado de la inspección de una fábrica, y realizado por una consultora externa independiente, resulta negativo.
- Asimismo, la compañía ha continuado con su programa de auditorías sociales y ambientales entre aquellos proveedores dedicados a la fabricación de productos específicos para CaixaBank y cuyas fábricas se sitúan en países emergentes.
Este programa sirve, a la vez, como una campaña de sensibilización efectiva entre los proveedores que, además, han sido previamente informados de los aspectos clave en materia ambiental, social y de condiciones laborales para CaixaBank, derivados de su compromiso específico con los Principios del Pacto Mundial y con el respeto de los Derechos Humanos.
- PromoCaixa dispone de un manual de procedimientos de cuando y como se debe realizar una auditoria social
- Para un mejor seguimiento y actualización del seguimiento de las auditorías sociales, se facilita esta información en el Plan Estratégico de la Compañía.

En 2015, se han finalizado 6 auditorías a fabricantes de artículos de grandes campañas que se fabrican en China, en 4 casos se detectaron anomalías, las cuales fueron rectificadas a posteriori.

Las compras auditadas representan el 100% de las compras directas en países emergentes (quedan excluidas las compras a proveedores de marcas reconocidas aunque su fabricación sea en esos países). En varios casos se ha solicitado al proveedor la inclusión de determinadas mejoras para ajustarse a los requisitos de la Entidad como, por ejemplo:

- Aspectos laborales: contratación de empleados, regulación de horas extra.
- Aspectos medioambientales: medidas higiénicas adecuadas.
- Evitar riesgos: salidas de emergencia y extintores accesibles
- Separación y almacenamiento especial de productos químicos
- Agua potable para los trabajadores

Tras la solicitud, las mejoras han sido incorporadas. Porcentualmente sobre el total de proveedores del 2015, los auditados representan un 3,4% (en el 2014 fue del 2,7%) que traducido sobre el volumen total de compras del ejercicio supone un 3,4% (en el 2014 fue del 2,4 %). No se han registrado incidentes de carácter discriminatorio.

[\[HR2 y HR4\]](#)

Cabe también señalar que PromoCaixa ha cumplido en 2015 su objetivo de gestionar el cambio y centralización de las 14 impresoras de las oficinas de PromoCaixa en 2 aparatos, para optimizar su uso y la reducción del consumo de papel.

Nuestro reto para el 2016 consiste en iniciar el desarrollo de la política ambiental de PromoCaixa mediante la realización de una auditoría ambiental para detectar e iniciar la implementación de mejoras.

Dentro de la política de compras de PromoCaixa, éstas se autorizan por la Mesa de Compras de CaixaBank y en su mayor parte son seleccionadas mediante subasta o concurso al mejor precio.

Destacamos que no se han realizado aportaciones financieras o en especie a partidos políticos ni instituciones relacionadas. [\[SO6\]](#)

Los Principios del Pacto Mundial cumplidos en nuestra gestión de compras socialmente responsable son los nº 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 10

Calidad en la gestión con nuestros clientes:

Contamos con dos estudios para medir la satisfacción de nuestro cliente directo (las oficinas de CaixaBank) y del cliente final de la Entidad. [\[PR5\]](#)

1 Con anterioridad realizábamos el seguimiento con la encuesta de CaixaBank a las oficinas. En el 2015 ya no se incluyen parámetros que midan a PromoCaixa, por lo que esta información la hemos sustituido por **los Ratios** elaborados por el Departamento de Calidad de PromoCaixa, que miden la calidad del servicio que se proporciona a la red y al cliente final:

Los ratios se desglosan en:

- Consultas atendidas sobre peticiones :

	2015	2014
Total Ejercicio	1,56%	0,39%

- Ratio de reclamaciones asignadas sobre total de peticiones :

	2015	2014
Total Ejercicio	0,0040%	0,0017%

2 “Encuesta de satisfacción a los clientes de Puntos Estrella” el Departamento de Calidad de CaixaBank realiza la encuesta entre un muestra de los clientes de la Entidad, adjuntamos los resultados de Dic’14 y Dic’15.

SATISFACCION DEL CLIENTE PARTICULAR			SATISFACCION DEL CLIENTE PARTICULAR			SATISFACCION DEL CLIENTE PARTICULAR		
SATISFACCION GLOBAL MULTIESTRELLA			¿Nos puede Indicar el motivo? (*)			¿Que tipo de Incidencia? (**)		
	dic-14	dic-15		dic-14	dic-15		dic-14	dic-15
¿Conoce el programa multiEstrella?			¿Nos puede Indicar el motivo? (*)			¿Que tipo de Incidencia? (**)		
SI	47%	55%	Recoglo tarde el regalo y no lo encontraron en la ofidna.			Por caducidad de los puntos	12%	24%
NO	53%	45%	Pensa que se habran vuelto a equivocar			El regalo deseado no está disponible	12%	
Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:	1512	1512	Tuvo que consumir			El regalos se ha extraviado	12%	38%
¿Ha cambiado usted PE por regalos en los últimos 12 m?			No era una reclamación formal			Por la calidad del regalo		18%
SI	16%	18%	No lo intento	13%	15%	No le contabilizan los puntos	6%	10%
NO	84%	82%	Han reclamado 2 veces			El regalo entregado no era el solicitado	23%	
Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:	1512	1512	No han vuelto a ofrecer el regalo			Por un error en el cobro de puntos		
Calidad de los regalos			Todavía esta pendiente	25%	39%	No Inf. que el regalo estaba disponible		
> 100	48%	38%	Tuvo que elegir otro regalo	25%		No funcionaba por Internet y se fue a la ofl.		
< 100	52%	62%	No lo recuerda	12%		Lo tuvo que pedir varias veces		
Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:	234	274	Otros	25%	46%	Otros	35%	10%
Plazos de entrega de los regalos			Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:	8	13	Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:	15	21
> 100	59%	51%						
< 100	41%	49%						
Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:	233	272						
¿Ha tenido alguna incidencia con los PE?								
SI	8%	8% (**)						
NO	92%	82%						
Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:	236	277						
¿Se resolvió correctamente?								
SI	56%	38% (*)						
NO	44%	62%						
Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:	18	21						

Gestión de Recursos Humanos

La composición de los órganos de gobierno y de la plantilla desglosada por sexo y tramos de edad es: [\[LA13\]](#)

Composición	Hombres	Mujeres	Menores 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayores de 50 años
Consejo de Administración	4	1		4	1
Plantilla:					
Dirección	1	2		1	2
Jefes de departamento	2	6		4	4
Empleados	7	12	2	16	1
Total Plantilla	10	20	2	21	7

Los **beneficios sociales** que ha contado toda la plantilla de PromoCaixa en el ejercicio 2015 han sido: [\[LA3\]](#) [\[EC3\]](#)

- Seguro médico (13.335 €)
- Medidas que favorecen la conciliación de la vida familiar y laboral
 - Flexibilidad horaria a la hora de entrada y salida (30 minutos) con 1 hora para comer:
 - Mañanas: 8:00-8:30 a 14:30
 - Tardes: 15:30 a 17:30-18:00
 - Viernes tarde libre todo el año.
 - Jornada intensiva el mes de agosto y la mitad de los días de la última quincena de julio y la primera de septiembre, con un horario de 8:00-8:30 a 14:30-15:00
 - Reducción de jornada.
 - Excedencia.
 - En el año 2015 se ha introducido el ticket restaurant.

Los Principios del Pacto Mundial cumplidos en nuestra gestión de recursos humanos son los nº 1 y 6

Las **tasas de absentismo laboral** de PromoCaixa en el ejercicio 2015-2014 han sido: [\[LA7\]](#)

	2015	2014
Absentismo por accidentes en el centro de trabajo:		
Duración media de ausencias por accidentes	0 Horas	0 Horas
Nº total de accidentes con baja laboral	0	0
Nº total de accidentes in itinere con baja laboral	0	0
Nº total de accidentes in itinere sin baja laboral	0	0
Nº total de accidentes sin baja laboral	0	1
Nº total de jornadas perdidas por accidente	0	0
Absentismo por adopción:		
Nº total de bajas por adopción	0	0
Nº total de jornadas perdidas por adopción	0	0
Absentismo por enfermedad común:		
Nº total de bajas por enfermedad común	8	8
Nº total de jornadas perdidas por enfermedad común	527	260
Índice de absentismo por enfermedad común	5,12%	2,54%
Absentismo por paternidad/maternidad:		
Nº total de bajas por maternidad:	1	1
Nº total de bajas por paternidad:	0	0
Nº total de jornadas perdidas por bajas de paternidad/maternidad:	112 Días	112 Días
Comités de seguridad y salud:		
¿Existen comités de seguridad y salud en la empresa?	NO	NO
Prevención de riesgos laborales:		
Nº total de acciones de formación en materia de prevención de riesgos laborales realizadas	1	1
Nº total de empleados formados en prevención de riesgos laborales	30	28

Los **datos de rotación y creación neta de empleo** son: [\[LA2\]](#)

	2015	2014
Nuevas incorporaciones y creación neta de empleo:		
Nº total de empleados que han abandonado la empresa	0	0
Nº total de hombres incorporados	2	0
Nº total de mujeres incorporadas	1	0
Nº total de nuevos empleados incorporados que no han superado el periodo de prueba	0	0
Tasa de retención de talento	100,00%	100,00%
Rotación de los empleados:		
Nº total de empleados con contrato fijo o indefinido que han dejado la empresa (Hombres)	0	0
Nº total de empleados con contrato fijo o indefinido que han dejado la empresa (Mujeres)		2
Rotación media de los empleados (Hombres)	0,00%	0,00%
Rotación media de los empleados (Mujeres)	0,00%	4,92%

Comunicación con la plantilla: [\[4.4\]](#)

Hay una política de puertas abiertas con la Dirección de PromoCaixa y acceso al Director de Recursos Humanos. Los temas relativos a los empleados a nivel Grupo, se comunican por la intranet del Grupo CaixaBank.

Derechos Humanos

PromoCaixa, lleva a cabo su actividad respetando los Derechos Humanos. La entidad cumple en todo momento con la normativa vigente. Además tanto en la gestión diaria como en la estratégica tiene como base el respeto a los Derechos Humanos. PromoCaixa se incluye en el Convenio Colectivo de Oficinas y Despachos.

Todos **los empleados** de la entidad **firman un código de ética relativo a la vinculación laboral de PromoCaixa con CaixaBank**, que recoge los siguientes temas:

1. Dependencia jerárquica
2. Seguridad
3. Nombres comerciales y marcas registradas
4. Confidencialidad y tratamiento de datos de carácter personal

PromoCaixa dispone de los siguientes documentos, los cuales son facilitados a todos los empleados:

1. Código de Conducta Telemático
2. Código Ético y Principios de Actuación de PromoCaixa
3. Política de actuación en materia de anticorrupción de la compañía

En el 2015 PromoCaixa ha elaborado su política medioambiental que ha sido aprobada por el Comité de Dirección. Se iniciará su implementación durante el 2016.

TABLA DE EQUIVALENCIA DE PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL CON INDICADORES GRI

PRINCIPIO PACTO MUNDIAL	DESCRIPCION	INDICADORES GRI
Principio 1	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	LA7, LA13, HR2,HR4
Principio 2	Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	HR2,HR4
Principio 3	Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	HR2
Principio 4	Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR2
Principio 5	Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	HR2
Principio 6	Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	LA2,LA13,HR2,HR4
Principio 7	Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	S05
Principio 8	Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	EN1/EN2, EN22
Principio 9	Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN1/EN2
Principio 10	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno	S05,S06

INDICE DE CONTENIDOS E INDICADORES GRI

CONTENIDOS E INDICADORES	PÁGINA
1 Estrategia y análisis	
1.1 Declaración del más alto responsable de la organización	2
2 Perfil de la organización	
2.1 Nombre de la organización	3
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios	3
2.3 Estructura operativa de la organización	3
2.4 Ubicación de la sede de la organización	3
2.5 Número de países en los que la organización opera	3
2.6 Naturaleza de la titularidad y forma jurídica	3
2.7 Mercados a los que sirve la organización	3
2.8 Escala de la organización que elabora la memoria	3
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria	3
2.10 Premios recibidos durante el periodo cubierto por la memoria	Ninguno
3 Parámetros de la memoria	
3.1 Periodo que cubre la memoria	5
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente	5
3.3 Ciclo de elaboración de la memoria	5
3.4 Punto de contacto para resolver preguntas	5
3.5 Proceso para definir el contenido de la memoria	6
3.6 Cobertura de la memoria	5
3.7 Limitaciones concretas del alcance o cobertura de la memoria	No hay limitaciones
3.8 Base para incluir en la memoria información sobre empresas conjuntas (“joint ventures”), filiales, instalaciones arrendadas, operaciones subcontratadas y otras entidades	No Aplica
3.10 Explicación del sentido que tiene repetir información incluida en memorias anteriores y razones de dicha repetición	Sin cambios
3.11 Cambios significativos respecto de periodos anteriores	Sin cambios
3.12 Índice de contenidos de GRI	19 y 20

4 Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés		
4.1	Estructura de gobierno de la organización	4
4.2	Indicar si el Presidente del órgano superior de gobierno es además un directivo	4
4.3	Declarar el número de miembros del órgano superior de gobierno que son independientes y/o miembros no ejecutivos	4
4.4	Mecanismos en virtud de los cuales los accionistas y los empleados pueden hacer recomendaciones u ofrecer indicaciones al órgano superior de gobierno	4 y 16
4.14	Lista de grupos de interés que participan en la organización	5
4.15	Base para identificar y seleccionar a los grupos de interés que participarán	5
Indicadores de desempeño económico		
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos	7
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	14
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	7
Indicadores de desempeño medioambiental		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen	9
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	9
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	9
Indicadores de desempeño social		
LA2	Número total de empleos y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	16
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº víctimas mortales relacionadas con trabajo por región	15
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	14
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia	10
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	10
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”	8
LA3	Beneficios sociales para los empleados	14
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países	11
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	12 y 13