



TEXLIMCA, S.A.

Especialistas en textil

70

años

desde 1945

INFORME DE PROGRESO 2016

Texlimca S.A.
C/ Partida Materna 16
46600 Alzira-Valencia

Tabla de Contenidos

01	Carta de Renovación del Compromiso
02	Perfil de la Entidad.
03	Texlimca en Cifras
04	Metodología
05	COE
06	Análisis
	Cientes
	Empleados
	Proveedores
	Administración
	Comunidad/Sociedad Civil
	Medioambiente
07	Compatibilidad GRI-G4



CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO



TEXLIMCA, S.A.

Especialistas en textil

C/. Partida de Materna, 16 • 46600 ALZIRA (Valencia)
Tel. +34 962 410 854 • Fax +34 962 402 787
www.texlimca.com • www.wippy.es • e-mail: texlimca@texlimca.com



Alzira, a 14 de noviembre de 2017

Estimados Señores,

Como cada año, renovamos el compromiso adquirido con la Red Española del Pacto Mundial que se materializa con el presente informe de progreso de 2016, poniendo en valor nuestros valores y logros que el mismo documento requiere.

TEXLIMCA S.A. defensora de la acción ante un evidente Cambio Climático e impulsora de la Economía Circular como modelo de garantía de sostenibilidad, apuesta por un cambio en las pautas de comportamiento de los productores y consumidores como garantía de futuro.

Esta voluntad se ha materializado con la creación e impulso de ASIRTEX, Asociación Ibérica del Reciclaje Textil, la cual pretende ser un instrumento institucional que represente al colectivo empresarial que aglutina todo el ciclo de recuperación y reciclaje textil, residuo este que probablemente es uno de los más antiguos de la sociedad.

Por último, pero no por ello menos importante, manifestamos también los avances en el resto de materias como son la defensa de los derechos humanos, laborales, y anticorrupción.

Atentamente

TEXLIMCA S.A.

TEXLIMCA, S.A.
CIF: A 46.066.700
Ptda. de Materna, 16
46.600 ALZIRA (Valencia)

D. Pedro Fco. Andrés Oliver
Director-Gerente





PERFIL DE LA ENTIDAD

INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Completo (Razón Social)

Texlimca S.A.

Tipo de empresa

PYME

Dirección

C/ Partida Materna 16

Localidad

Alzira

Provincia

Valencia

Comunidad Autónoma

Comunidad Valenciana

Dirección Web

<http://www.texlimca.com>

Nombre del máximo cargo ejecutivo

D. Pedro Fco. Andrés Oliver
(Director- Gerente)

Persona de contacto

D. Juan Carlos Aranda

Número de empleados directos

42

Sector

Otros

Historia de la sociedad

La sociedad TEXTLIMCA, S.A., fue creada en mayo de 1973, aunque hasta esa fecha vino operando como persona física desde que D. Pedro Martínez Cano iniciara la actividad en 1946, especializándose en la recuperación textil, inusual en aquellos tiempos. En la década de los noventa se incorporó el actual equipo de dirección y se fueron adicionando nuevas actividades a la organización, modernizándose los sistemas de producción con nuevas instalaciones industriales. Pese a ello, muchas de funciones de clasificación del textil por su idiosincrasia todavía continúan siendo manuales.

El Grupo Texlimca

TEXTLIMCA, S.A. ha desarrollado su actividad a través de tres segmentos de negocio:

-La producción y comercialización de trapos de limpieza industrial, desperdicios textiles y otros artículos de limpieza.

-La importación y comercialización de tejidos y artículos textiles para el canal HORECA.

-La recogida selectiva y posterior gestión de residuos textiles (ropa usada y calzado) a través de contenedores propios, a la que se ha adicionado desde mayo de 2015 la recogida de aceites vegetales usados a través de contenedores en vía pública.

En aras de aumentar su actividad en el sector de la recuperación y recogida selectiva, en el año 2008, constituyó la sociedad portuguesa WIPPYTEX LTD, domiciliada en Massarelos-Oporto (Portugal), de la que participa con un 98% y que actualmente está entre las cinco primeras empresas del país en volumen de contenerización.

Asimismo, y en el mismo ámbito de acción, en agosto de 2014 constituyó USATS S.L., sociedad domiciliada en Barcelona de la que participa con un 80%, aunque con discreta actividad dentro de la recogida selectiva de ropa y aceite vegetal usado.

Ventas / Ingresos

4.363.265 €

Ayudas financieras significativas recibidas del gobierno
(miles de euros):

NINGUNA

Resultados Económicos

	Nota	31/12/2016	31/12/2015
	Memoria		
OPERACIONES CONTINUADAS			
Importe neto de la cifra de negocios		4.363.265,21	4.186.636,38
Ventas		4.356.458,87	4.178.608,26
Prestaciones de servicios		6.806,34	7.928,12
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación		34.314,30	-14.285,42
Aprovisionamientos	12	-2.465.540,23	-2.518.152,92
Consumo de materias primas y otras materias consumibles		-2.247.678,54	-2.175.642,76
Trabajos realizados por otras empresas		-217.861,69	-342.510,16
Otros ingresos de explotación		36.318,61	64.667,71
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		27.783,84	27.500,56
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio		2.726,00	0,00
Ingresos Excepcionales		4.788,67	37.167,15
Gastos de personal	12	-959.535,98	-726.969,82
Sueldos, salarios y asimilados		-725.386,23	-546.101,75
Cargas sociales		-234.149,75	-180.858,07
Otros gastos de explotación	12	-823.881,63	-764.386,16
Servicios exteriores		-748.753,68	-685.030,10
Tributos		-9.038,31	-9.777,08
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales		-63.808,79	-65.975,37
Gastos Excepcionales		-1.380,85	-3.602,71
Amortización del inmovilizado		-99.667,34	-103.457,48
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado		3.140,63	0,00
Resultados por enajenaciones y otras		3.140,63	0,00
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN		87.443,67	123.962,29
Ingresos financieros		157,37	252,18
De valores negociables y de créditos del activo inmovilizado		157,37	252,18
De terceros		157,37	252,18
Gastos financieros		-16.567,18	-27.527,09
Por deudas con terceros		-16.567,18	-27.527,09
Diferencias de cambio		992,00	-2.563,87
RESULTADO FINANCIERO		-17.417,81	-29.859,68
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		70.025,86	94.102,61
Impuestos sobre beneficios	11	-16.451,19	-23.937,43
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS		51.574,67	70.165,18
RESULTADO DEL EJERCICIO		51.574,67	70.165,18

Seleccionar los Grupos de Interés más significativos y
que configuran el Informe de Progreso

- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Administración
- Comunidad/Sociedad Civil
- Medioambiente

Otros grupos de interés.

Por su idiosincrasia determinados grupos de Interés
los hemos asemejado por su papel dentro de nuestra
organización a otros grupos:

- Administración Pública: Ayuntamientos
(considerados como Clientes)
- Entes privados: Asociaciones sin ánimo de lucro
(considerados como Proveedores)
- Otros: Ciudadanía, M. Ambiente y Accionistas
(considerados como Trabajadores).

No obstante, lo anterior estos grupos de interés son
igualmente evaluados de forma separada

Misión

Colaborar con la sociedad en la recuperación y gestión
eficiente de la ropa usada y otros desperdicios,
aportando el máximo valor añadido al entorno
socioeconómico.

Visión

Ser una de las empresas nacionales líderes en
recuperación y reciclaje textil, con soluciones
sostenibles e innovadoras para clientes y usuarios.

Valores

- Experiencia: el tiempo nos permite ver las cosas con
mayor perspectiva
- Transparencia: comunicamos e informamos con
claridad sobre nuestra actividad
- Confianza: sabemos lo que hacemos en nuestro
sector
- Alianzas: Creemos en las relaciones a largo plazo.
Quien deposita su confianza en nosotros, encuentra
un colaborador.
- Entusiasmo: ponemos empeño e implicación en
aquello que nos gusta, sin mirar el reloj.

Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

RECUPERACIÓN Y VALORIZACION DE RESIDUOS
TEXTILES, TEJIDOS Y ROPA USADA.PRODUCCIÓN Y
VENTA DE TRAJOS 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 ACEITE VEGETAL USADO Y SU ALMACENAMIENTO.

Indique qué criterios ha seguido para seleccionar los Grupos de Interés

Se han considerado aquellos criterios que tienen o pueden tener influencia en el seno de la actividad empresarial. En este sentido, sustantividad y representatividad en 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/público en general como usuario final de alguno de nuestros productos y servicios.

Países en los que está presente tu negocio o tiene producción

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 TEXTIMCA S.A. que no de las empresas participadas por esta

PERIODO: Desde el 1-1-2016 al 31-12-2016

EXCLUSIONES: Ninguna

PAISES:

A.-Prestación de Servicio: -España y Portugal

B.-Comercialización de productos y subproductos: -

B.1. Europa: España, Portugal y Francia

B.2. América: Cuba, Chile

B.3. África: Túnez y esporádicamente en Senegal y Burkina Faso

B.4. Asia: Japón

C.-Aprovisionamientos productos y materias primas:

C.1. Europa: Portugal, Bélgica y Francia

C.2. América: EE. UU.

C.3. Asia: Pakistán, China y Japón

C.4. África: Islas Mauricio

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

1.-Materialidad: Para la determinación de la materialidad se han valorado por la dirección los posibles impactos alineados con los 10 principios:
-Aspectos sociales (Derechos Humanos y Laborales)
-Aspectos Ambientales (M. Ambiente)
-Aspectos Económicos (Anticorrupción)

Entendiendo que los contenidos presentados en este documento cubren la totalidad de aspectos recomendados por el PMNU. En aquellos casos en los que no existe hito o información al respecto se ha obviado su registro, entendiendo que no es representativo.

Esta materialidad ha tenido en consideración la misión, la visión, los valores de la organización, los impactos significativos, los indicadores y la actividad propia y su influencia en el entorno**.

***Participación de los grupos de interés: se han tenido en cuenta aquellas sugerencias realizadas en nuestro entorno, aunque no se ha sometido a formulario.*

2.-Contexto de sostenibilidad: Este informe lo contempla especialmente por nuestra actividad económica, entendiendo el mismo como un concepto con triple vertiente: social, económica y medioambiental.

3.-Exhaustividad: Toda la información contenida en este informe ha sido obtenida en base a informes e indicadores internos.

Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso

La presente memoria es difundida entre nuestros grupos de interés a través de:

- Trabajadores: Tablón de anuncios y jornadas de sensibilización anuales.
- Ciudadanía y Administración: Redes Sociales, Web corporativa y Actos públicos
- Clientes: Vía mailing informativo, Web corporativa y web Global compact
- Proveedores y Entidades Sociales: Web corporativa, Web Global compact, Redes sociales y cuestionarios de certificación.

Fecha de la memoria anterior más reciente

24-11-2015

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

año natural

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

anual

Algunas Noticias publicadas

http://www.elseisdoble.com/vernoticia/31546/caritas_alzira_recibe_de_textlimca_el_dinero_que_le_aporta_cada_ano_gracias_a_un_convenio_con_el_ayuntamiento

<http://valenciaeconomica.com/alzira-y-la-empresa-textlimca-instalan-20-contenedores-de-aceite-usado-en-la-ciudad/>

<http://www.denia.com/caritas-recibe-casi-6-000-euros-de-la-recogida-de-ropa-selectiva-en-denia/donativo-de-textlimca-a-caritas-denia/>

<http://www.meliana.es/es/report/textlimca-recoge-14991-kilos-ropa-2015>

<http://www.lanucia.es/noticias/i/18656/73/cinco-nuevos-contenedores-de-ropa-se-han-instalado-en-la-nucia-en-2015>

<http://www.lavanguardia.com/local/valencia/20150512/54430600536/nuevos-contenedores-vecinales-para-reciclar-mas-ropa-y-aceite-en-valencia.html>

<http://www.riberaexpress.es/2015/05/12/monica-oltra-compromis-fica-a-lempresa-textlimca-dalzira-com-a-exemple-de-model-productiu-a-seguir/>

<http://www.radiopego.com/5292-la-roba-usada-recollida-a-pego-permet-a-textlimca-donar-1200-a-obrint-cami>

<http://www.elpuig.es/es/content/el-ayuntamiento-de-el-puig-dona-caritas-105830-euros-aportados-por-textlimca>

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

No se produce, ni presta servicio.

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

Si. Materias primas

¿Su entidad tiene un alto impacto medioambiental?

No. Todo lo contrario, fruto de nuestra actividad se produce un beneficio directo a la sostenibilidad ambiental y social del entorno.

ESTRATEGIA Y GOBIERNO

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

TEXLIMCA S.A., como empresa de modestas dimensiones, 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 informar sobre hechos relevantes, dotando a la organización de agilidad en la respuesta y flexibilidad para adaptar los documentos de la organización:

1º.-TRABAJADORES: Además de las reuniones periódicas en el seno de cada departamento, diálogos de ámbito informal y grupos departamentales de WhatsApp, se dispone de mecanismos de comunicación según especificaciones del procedimiento PI-05 COMUNICACIÓN INTERNA/EXTERNA Y PMA-01 IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS, 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 general o departamental, 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) y para cualquier materia.

- R-68 PARTE DE INCIDENCIAS/COMUNICACIONES: Con el fin de facilitar la comunicación operativa-interna dentro de la organización sobre cuestiones exclusivamente inter-departamentales (comunicación horizontal y vertical)

- R-12 PLAN DE FORMACIÓN Y R-13 REGISTRO DE FORMACIÓN de los trabajadores

- IP-01 BUENAS PRACTICAS MEDIOAMBIENTALES: Sugerimos fórmulas de ahorro energético, consumo y salud entre nuestra plantilla para uso personal y profesional.

2º.-CLIENTES: Se realiza un seguimiento continuado de las necesidades de clientes, midiendo el grado de satisfacción de los mismos a través de las visitas periódicas, reuniones, redes sociales y encuestas por parte del personal comercial responsable del área

geográfica y línea de actividad, en base al procedimiento PC-01 EL CLIENTE-VENTAS:

- R-76 CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE CLIENTES-Ayuntamientos: anualmente se realizan encuestas de satisfacción remitidas o bien on-line entre los distintos responsables técnicos de los municipios y ciudades en donde prestamos servicio de recogida selectiva.

Paralelamente, realizamos visitas periódicas durante cada ejercicio para conocer las necesidades de los entes públicos atendidos, recogiendo peticiones y sugerencias, con el fin de incorporarlas al servicio.

- En cuanto a las sugerencias de otros clientes pertenecientes a los departamentos de LIMPIEZAS y TEJIDOS, las atendemos de forma personal anotando en formato estandarizado por el personal comercial, cualquier sugerencia para poder dar respuesta a la misma en el menor tiempo posible.

3º.-PROVEEDORES: Anualmente se realiza un análisis de proveedores, según el procedimiento PC-02 LAS COMPRAS Y SU GESTIÓN y PC-03 EL PRODUCTO, LA PRODUCCIÓN Y SU GESTIÓN, Las líneas de comunicación vienen dadas mediante reuniones periódicas presenciales o consultas puntuales:

- haciendo una valoración anual en su totalidad R-14 EVALUACIÓN DE PROVEEDORES, incorporando aspectos relacionados con la RSC y posteriormente - emitiendo un listado de homologación de los mismos R-15 LISTADO DE PROVEEDORES ACEPTADOS a los departamentos implicados y al resto de delegaciones. Las peticiones que puedan emanar de TEXLIMCA S.A. se analizan personalmente con cada uno de ellos. Ante cambios en el servicio, precio y/o condiciones, se realizan reuniones con los proveedores de forma puntual, con el fin de clarificar los nuevos escenarios, siempre que se trate de proveedores habituales. Ante nuevas propuestas, son solicitadas al menos 2 o 3 ofertas similares en base a unos estándares mínimos de garantía. En función del volumen del contrato decide el responsable del departamento o bien y para cantidades elevadas, la misma dirección y/o el consejo de administración.

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 ofreciendo el presente informe anual bajo demanda.

5°.-COMUNIDAD/SOCIEDAD CIVIL: TEXTLIMCA S.A. es consciente de la desinformación existente entre la sociedad respecto del área de actividad de recogida selectiva textil. En este sentido y con el fin de dar transparencia a la misma, todo el proceso del servicio es detalladamente explicado en la web, así como en todas aquellas actividades inherentes que se prestan en los municipios (entrevista de radio, prensa, jornadas de sensibilización...) En todos ellos se aboga por dar difusión del compromiso con el PMNU. Asimismo, se hace uso de las redes sociales para comunicar y recoger aquella información de interés público:

Facebook (<https://es-es.facebook.com/textlimca>) ,
Youtube
(<https://www.youtube.com/channel/UCIRX64iC-EVYn4RScpzlyIA>)
y Twitter (<https://twitter.com/wippy2>)

Son despachadas todas las peticiones de entrada por las distintas vías de comunicación, (Redes Sociales, mail, teléfono, carta, etc..) atendiendo y explicando verbalmente o por escrito cualquier sugerencia. Existe un teléfono público para tales menesteres.

6°.-ONGs y ASOCIACIONES COLABORADORAS: Se mantiene contacto directo con las organizaciones con las que colaboramos compartiendo valor. Periódicamente, realizamos encuentros para cambiar impresiones e intentar canalizar esfuerzos y destinos de los fondos destinados a ACCIÓN SOCIAL

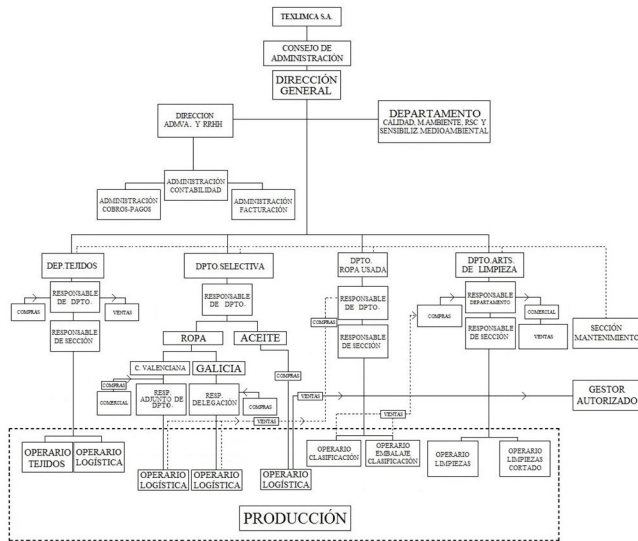
7°.-MEDIOAMBIENTE: El proceder de la entidad obedece a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de sostenibilidad y Economía Circular, esto es, en la Ley 22/2011 de 28 de julio de Residuos y Suelos

Contaminados. Adicionalmente ajustamos nuestra actividad a compromisos voluntarios en esta materia:

-Listado de legislación y cumplimiento de la misma. R-09 SEGUIMIENTO DE REQUISITOS AMBIENTALES - R-08 CHECK LIST LEGISLACIÓN. De todo lo anterior emanan las distintas acciones en pro de la mejora continua que TEXTLIMCA S.A. incorpora dentro de sus objetivos anuales en este ámbito como, entre otros, la minimización de aquellos aspectos significativos -R-21. EVALUACIÓN DE ASPECTOS SIGNIFICATIVOS 8°.- ADMINISTRACIÓN LOCAL Y AUTONÓMICA Se realiza un seguimiento continuado con la administración local mediante visitas reiteradas, así como se incorpora a nuestro sistema cualquier información de relevancia mediante el:
- R-06 COMUNICACIONES EXTERNAS. La triple vertiente colaborativa (económica, medioambiental y social) con las mismas, hace necesaria realizar un seguimiento y supervisión de la actividad y servicio prestado.

Indique la naturaleza jurídica de la entidad, detallando su organigrama

TEXTLIMCA reviste la forma de sociedad mercantil desde el 7 de mayo de 1973. Primero como sociedad limitada y posteriormente como sociedad anónima. Es una empresa de origen familiar cuya propiedad recaía en una familia de industriales locales los cuales fueron ampliando y diversificado sus actividades, constituyendo un entramado empresarial que actualmente se conoce como el Grupo Martínez Cano. (MARTINEZ CANO GESTIÓN, REELCAN, CLEAR PET, MARTINEZ CANO CANARIAS, PLASCAN, RENECAN...) A principios de los años noventa en TEXTLIMCA se incorporó al accionariado, el entonces equipo de dirección. La dirección general de TEXTLIMCA S.A. promueve comités periódicos con el fin de contrastar acciones, estrategias y proyectos a realizar para el desarrollo futuro de la empresa. Para tales eventos, en ocasiones también se consulta a miembros externos no ejecutivos.



responsable de tales organizaciones, se encarga de supervisar la toma de decisiones ordinarias y el control en la gestión de la implantación de todos los compromisos que TEXTILMCA S.A. suscribe de forma obligatoria y 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 TEXTILMCA S.A. Dicho cargo, como el resto de cargos del consejo de administración, no tienen asignación económica .

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.)

TEXLIMCA S.A. participa de la iniciativa de UN Global Compact denominada Caring for Climate, fruto de la preocupación de la entidad por las cuestiones ambientales del planeta.

En este sentido también se han alineado los objetivos con la nueva Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (ODS) y concretamente con:

- Fin de la Pobreza (1)
 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico
- Más información (8)
- Ciudades y Comunidades Sostenibles (11)
 - Promoción y Consumo Responsables (12)
 - Acción por el Clima (13)

Dirección Web
<http://www.texlimca.com>

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

La Junta directiva tiene a su disposición el presente informe de progreso (desde el ejercicio 2011). El mismo es evaluado, poniendo de manifiesto la evolución en el cumplimiento de los 10 principios a través de los indicadores.

Indique la estructura de gobierno y quién o quiénes 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 TEXTIMCA S.A., de su filial en Portugal WIPPYTEX LDA. y de la empresa con arraigo en Cataluña USATS S.L. Asimismo como máximo

A photograph showing the word "RECYCLING" spelled out using nine yellow, square letter tiles with black capital letters. The tiles are arranged in a slightly staggered, horizontal line. They are placed on a dark, textured surface that appears to be recycled paper or cardboard, which is covered with small, colorful fibers and specks in shades of red, blue, green, and white.

RECYCLING

TEXLIMCA EN CIFRAS

PRINCIPALES MAGNITUDES

Infraestructuras

- 10.000 m2 de instalaciones
- Más 15 vehículos
- Más de 1.800 contenedores gestionados
- 2 plantas autorizadas de gestión

Productos

- Más de 7.000.000 de kilos textiles gestionados

Clientes

- Más de 3.000 clientes en cartera
- Un servicio de recogida selectiva para una población de más de 2.000.000 habitantes

Acción Social

- Más de 250.000€ en retornos económicos sociales y municipales durante el 2016

Medioambiente

- 22,18 T de reducción de emisiones CO2
- Mas de 200.000€ ahorrados a las corporaciones locales en tasas de vertedero

Personas

- Un 65% de conversión de contrataciones a indefinidas en el 2016
- Una plantilla con el 90% indefinida



Thiago Almeida

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:

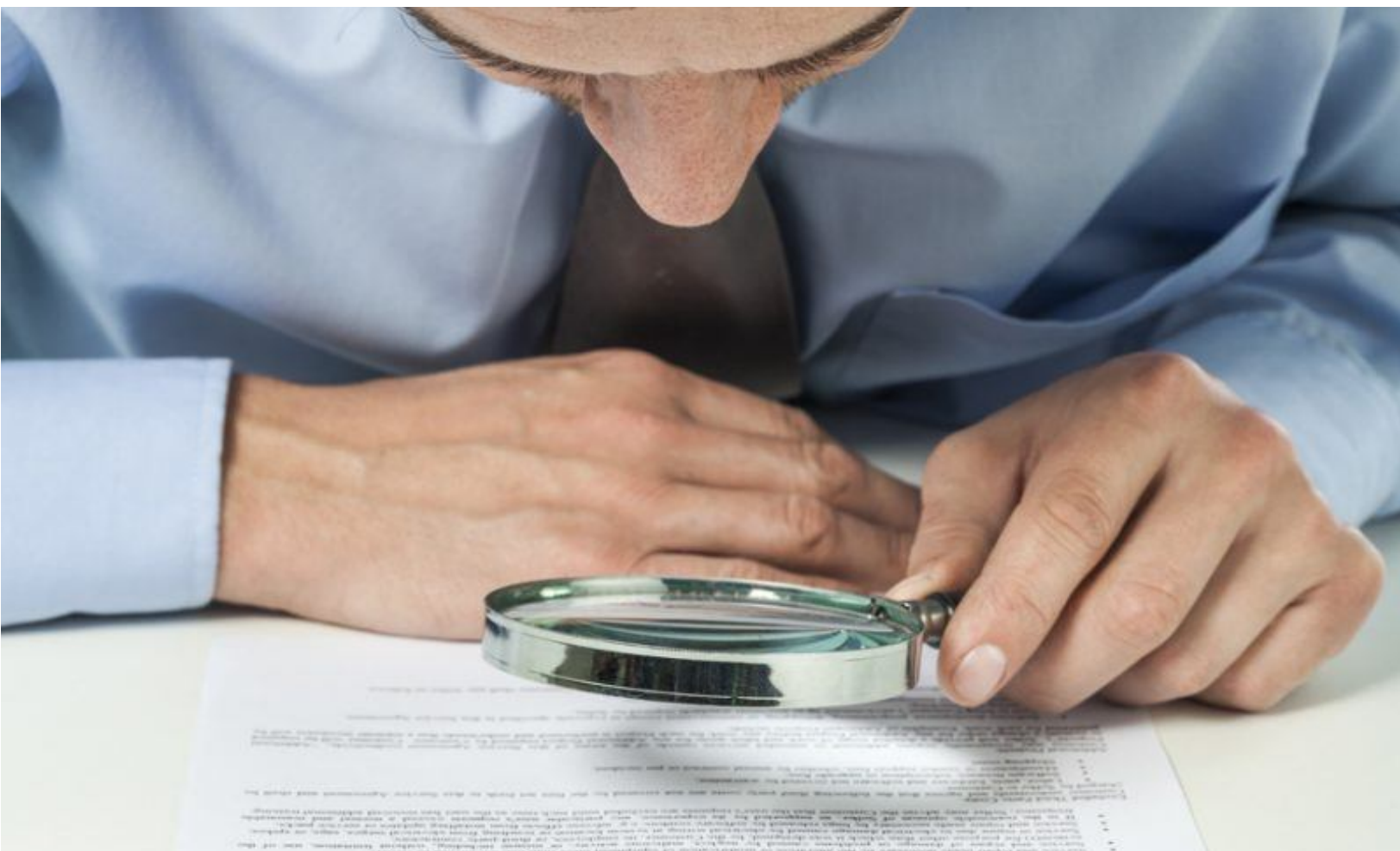
Políticas: documentos formales plasmados por escrito que definen los valores y comunicaciones de la entidad detectados en la identificación de desafíos.

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



7

Desafíos u Oportunidades
contemplados

NORMAS LABORALES



4

Desafíos u Oportunidades
contemplados

MEDIOAMBIENTE



3

Desafíos u Oportunidades
contemplados

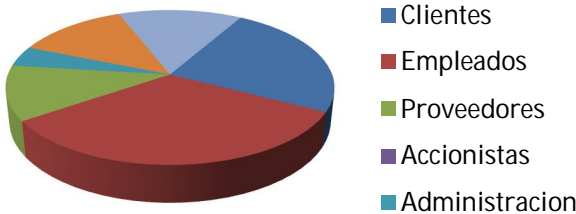
ANTICORRUPCIÓN



2

Desafíos u Oportunidades
contemplados

**Políticas
aplicadas por grupos
de interés**



**OBEJTIVOS Y POLITICAS ALINEADAS CON
LOS ODS**





GRUPO DE INTERÉS

CLIENTES/CONSUMIDORES

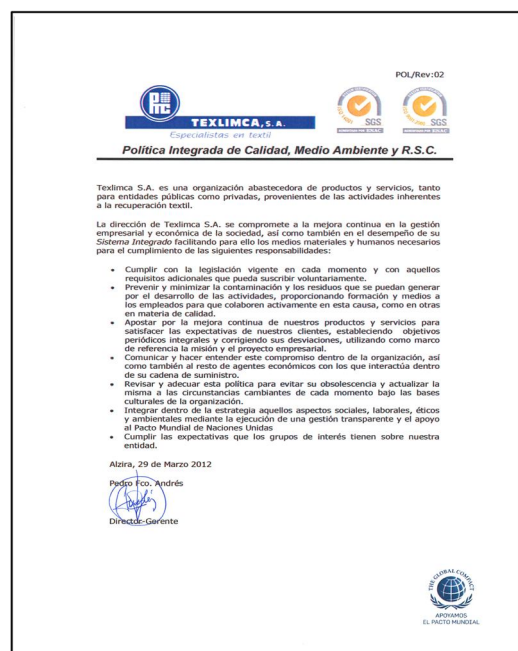
Fomentar la calidad en la entidad en todo su alcance y mejorar la prospección de clientes.

La mejora continua en nuestros procesos, productos y servicios debe ser una constante que implique a todos los grupos de interés. Es una oportunidad para fidelizar y mejorar la expectativa de negocio.

Introducción

TEXLIMCA S.A. tiene como principio de actuación la satisfacción de sus clientes, esto es, atender sus requisitos, necesidades y sugerencias de manera continuada y eficaz.

En este sentido, existe una **política integrada** de calidad s/norma UNE-EN ISO 9001, Medioambiente UNE-EN-ISO 14001 y que también integra aspectos de RSC, en donde se describe un sistema con procedimientos específicos, uno de los cuales se focaliza en atender las necesidades del cliente denominado PC-01: Requisitos del Cliente-ventas- cuyo objetivo es: «establecer cuáles son los criterios y responsabilidades para, asegurar que los requisitos de un producto solicitado o/u ofertado/vendido por Texlimca, S.A. están definidos y documentados adecuadamente; se han resuelto las diferencias entre el contrato y la oferta y se tiene capacidad para cumplir los requisitos establecidos para garantizar la satisfacción del cliente»



Objetivos

Para lograr la calidad a todos los niveles y especialmente con el enfoque al cliente, la compañía fijó como principales objetivos:

-Reuniones de Equipo: Mayor seguimiento de las necesidades del cliente: para ello y como **acción** se realizaría una adecuada promoción de reuniones de seguimiento por parte de dirección con una periodicidad semanal con la fuerza de ventas y trimestral con el resto de responsables de departamentos de la empresa para analizar la tendencia comercial.

-Servicio de Atención al cliente: Optimizar la velocidad de respuesta ante sugerencias de:

- clientes comerciales (consultas, peticiones, sugerencias, atenciones, etc...) -4 horas
- y ante clientes Institucionales (Ayuntamientos)-24 horas
- Ciudadanía (petición de extravíos, servicio, información...)-24 horas

Para tal fin y como **acción**, se establecían tres tipos de niveles de consultas y tiempos en función de su origen departamental antes expuesto.

Asimismo, se hacía necesario una mejora en la atención telefónica, especialmente en cuanto a idiomas se refiere y eficacia en la resolución de llamadas (4 - 24 horas).

-Reducir las reclamaciones: intentar paliar aquellas reclamaciones fundadas sobre cuestiones administrativas o de gestión.

-Sistemas de Gestión de Calidad, Auditorías y Gestión de Incidencias: Superar las auditorías de Calidad en cuanto al apartado de clientes se refiere, sin que se detecten desviaciones (SAC's). Para ello y como **acción** se pretendió dar formación a los responsables del sistema. R-17 (INFORME DE NO CONFORMIDAD/ACCION CORRECTIVA)

-Encuestas de Satisfacción: Detectar lo mejor posible las necesidades de los clientes. Por ello como **acción** pretendíamos mejorar tanto el sistema como el contenido de las encuestas a realizar por mail y redes

- **Mejorar la información:** Mantener el feedback informativo. Como **acción** habría que generar una base de datos actualizada y completa por todos los partícipes de la fuerza de ventas.

Indicadores Relacionados

-N.º DE NO CONFORMIDADES MENORES <=2. En el 2016 se han generado 3, algo más que el promedio de los 3 últimos años

PI-02/03	N.º DE SACS MENORES=DOS O MENOS		
	2014	2015	2016
SAC	0	2	3

-N.º DE NO CONFORMIDADES/N.º DE INCIDENCIAS TOTALES=1. Ha habido un incremento sustancial en el 2016. De cualquier forma, se está por encima del índice deseado desde 2015.

PI-02/03	N.º DE DESVIACIONES/TOTAL INCIDENCIAS =100%		
	2014	2015	2016
SAC/INC	109%	164%	300%

-REDUCIR EN UN 20% LAS NO CONFORMIDADES DE CLIENTES: En el 2016 se han reducido considerablemente las SAC vinculadas a clientes.

PI-02/03	SAC'S CLIENTES		
	2014	2015	2016
SAC	16	6	5

Seguimiento y Herramientas

Los logros en este ámbito se han materializado en una mejora en las reuniones de equipo con la dirección, que, si bien no obedecen exactamente a la frecuencia marcada, si se ha incrementado en asiduidad. El servicio de atención se está ciñendo a los tiempos máximos indicados. En caso de no hacerlo se están abriendo No conformidades en nuestro SGI. Asimismo, se han reducido algo las reclamaciones administrativas al revisar el origen de los errores

habituales. En este sentido se pretende incorporar en 2017 una nueva persona a dicho departamento por jubilación de la actual.
En cuanto al Sistema de Gestión (SGI) se detectó una incidencia que dio paso a una No conformidad en la última auditoria de seguimiento, al no haberse realizado en tiempo las encuestas de satisfacción al cliente. Esta quedó subsanada. Por otra parte, se dio formación en mantenimiento de auditorías del SGI y adaptación de la norma ISO: 2015 al responsable del departamento de Calidad y Medio Ambiente. Por último, la encuesta se ha ido adaptando, pero hay que mejorar el rigor de las mismas y su comunicación.

Acercar la RSE al consumidor final

La RSE en nuestra actividad permite hacer un ejercicio de transparencia ante a la opacidad del sector y las practicas mercantiles de las organizaciones sociales. Debemos trasladar los valores de RSC a toda nuestra cadena de valor y particularmente al ciudadano.

Introducción

No se dispone de una **política de acción social**, aunque desde hace más de 15 años se viene realizando de forma sustantiva en nuestra organización. Con la implantación de la RSE, la Acción Social ha pasado a un segundo plano, complementando a la primera en el ámbito de la responsabilidad de la organización.

Tenemos la obligación de dar transparencia al sector en beneficio del mismo. Tradicionalmente la parte más visual de nuestra actividad ha sido la recogida selectiva de prendas usadas en vía pública mediante contenedor, la cual y por una desinformación entre los grupos de interés (ciudadanía y Administración) se ha interpretado erróneamente generando rechazo ante explotaciones de esta actividad por empresas. Nuestro desafío es aumentar nuestra notoriedad como mercantil especializada y si cabe incrementar la colaboración social con entidades de ámbito local con las que el munícipe pueda identificarse.

Objetivos

Para lograr acercar la RSE al consumidor final, la compañía se fijó como principales objetivos:

-**Apoyar procesos sinérgicos** entre las partes: Ayto-Empresa-Entidad social local y difundirlos. La **acción** consistía en la búsqueda de sinergias colaborativas entre determinados grupos de interés es fundamental para poner en valor la RSE, posicionando a la organización e un nivel adecuado, mejorando el nivel de reputación hacia el consumidor final con un valor socio-comunitario mayor.

-**Eliminar cualquier imagen social en el mobiliario urbano** que pueda causar confusión. La **acción** consistiría en la retirada de toda imagen social de los contenedores

- **Reconducir** y mejorar **nuestra colaboración** económica desde las entidades sociales de ámbito supramunicipal hacia las entidades sociales de ámbito local. La **acción** supondría la negociación con los Ayto sobre un cambio de colaboración económica hacia el ámbito local con la posibilidad de elección del propio consistorio.

-Buscar nuevas **fórmulas colaborativas**. La **acción** consistiría en realizar varios acercamientos y firmadas de acuerdos entre entidades con diferente perfil y nuestra organización, como asociaciones de vecinos, empresas del ámbito tecnológico y Smart city, escuelas universitarias.

- **Comunicar más y mejor** en redes sociales cualquier avance al respecto. Para ello se debería tomar como **acción** la realización de un monográfico del pacto Mundial en redes Sociales, para difundir nuestra RSC, con el siguiente guión:

1º.- introducción general sobre aspectos de la Responsabilidad Social de las Empresas,
2º.-PMNU 3º al 10ª.-Cómo Texlimca implementa los principios en su gestión.

Indicadores Relacionados

-% SOBRE VENTA DE APORTACIONES ECONÓMICAS REALIZADAS A FAVOR DE AYUNTAMIENTOS Y ENTIDADES SOCIALES

APORTACIONES CON RETORNO SOCIAL Y A AYTO		
2014	2015	2016
17%	29%	37%

Seguimiento y Herramientas

Los logros alcanzados en este ámbito han consistido en la búsqueda negociada con los Ayuntamientos de nuevas entidades sociales de ámbito local a la que reconducir nuestra colaboración económico-social, abandonando la enseña de Entidad Social generalista de AFACeVas-Proyecto Hombre, con la que finalizó el convenio que se tenía suscrito por causas ajenas a nuestra voluntad. Toda referencia de colaboración a esta entidad fue retirada del mobiliario urbano. Asimismo, se han realizado acciones con otras entidades de distinto ámbito como la FAAV (Federación de Asociaciones de Vecinos de Valencia) para el desarrollo conjunto de barrios residuo Cero en la ciudad de Valencia. Otras en el ámbito de empresas tecnológicas vinculadas al Universidad Politécnica de Valencia y algún proyecto pospuesto con la Escola D'Art i Superior de Diseny de Valencia (EASD). Por último, se ha iniciado una acción continuada de newsletter en redes sociales no exclusivo del ámbito social el cual se deberá continuar y profundizar en las materias señaladas anteriormente

En cuanto a las Herramientas cabría destacar que no existe un canal de denuncia específico sino un canal de comunicación formal puesto al alcance del usuario de nuestros productos y servicios, vía telefónica, web y redes sociales. Se han recogido diversas peticiones durante el ejercicio, relacionadas con malas praxis de otros competidores como la instalación de mobiliario urbano sin autorización, robos, incidencias, hurtos y otros actos vandálicos. Con el fin de perseguir las malas prácticas de determinados agentes que participan del sector, se deben canalizar a través de la nueva asociación ASIRTEX, como entidad reguladora de la actividad.



GRUPO DE INTERÉS
RRHH/ EMPLEADOS

Salud y seguridad en el lugar de trabajo

Debemos implementar todas aquellas medidas de seguridad necesarias. La salud laboral de nuestro personal es sinónimo de salud empresarial

Introducción

Aunque TEXTIMCA S.A. no tenga implementado en su sistema una norma OHSAS 18001, se cumplen aquellas medidas de seguridad y salud laboral que la ley exige en cada momento y así se hace constar de forma implícita en nuestra **política integrada**: "...desarrollo de las actividades, proporcionando formación y medios a los empleados para que colaboren activamente en esta causa, como en otras en materia de calidad."

En este sentido se realizan anualmente revisiones en materia de Prevención de Riesgos, por el servicio de prevención ajeno tanto de:

- maquinaria
- instalaciones
- equipos de trabajo
- salud laboral

Adicionalmente y de manera interna motivado por nuestro sistema integrado (SGI) se realizan todos aquellos mantenimientos preventivos y correctivos que corresponda a cada instrumento/herramienta y/o máquina o elemento que vienen definidos y contralados por sus instrucciones, así como también por el procedimiento PMA-03 CONTROL OPERACIONAL.

Todas las máquinas y equipos de trabajo disponen de marcado CE o en su defecto certificado de conformidad.

Objetivos

Para lograr unos índices de seguridad mejorados, la compañía fijó los siguientes objetivos:

-Aumentar la **responsabilidad en materia de prevención**. Para ello y como **acción** se ha querría fomentar la formación e información en materia de PRL a través de varias jornadas anuales.

-**Fomentar la participación en materia de PRL**. Para ello y como **acción** además del uso del buzón como medio alternativo a la comunicación directa se querría reconocer a los trabajadores colaborativos de la empresa.

Indicadores y seguimiento

Aunque no se ha aumentado la formación en materia de prevención, mantiene una proporcionalidad adecuada del 10% sobre la total formación impartida. La misma ha consistido en este 2016, sobre manejos de carretillas elevadoras y formación en riesgos generales para las nuevas incorporaciones. El buzón de sugerencias sigue siendo un elemento poco utilizado, si bien se ha reconocido públicamente a aquellos trabajadores que participan con sus sugerencias.

En cuanto a los indicadores destacamos:

-**SINIESTRALIDAD LABORAL POR DÍAS/JORNADAS**: el índice de siniestralidad laboral por jornadas mide los accidentes o enfermedades profesionales con baja laboral sobre el total jornadas/días de trabajo realizados en el año por todo el personal de la empresa. En este sentido se observa un repunte que pasa de 1,76% del 2015 al 2,89% del 2016 motivado por la baja prolongada de un trabajador del departamento de Recogida Selectiva de la delegación de Galicia y otro de Valencia con más de 30 días cada uno.

	ANALISIS DE LA SINIESTRALIDAD		
	2014	2015	2016
Accidente con baja	1	1	4
Accidente sin baja	6	2	8
Plantilla media	23,79	23,26	34,58
Días de baja	7	91	222
% días sobre total jornadas	0,13%	1,76%	2,89%
% bajas sobre total empleados	4%	4%	12%

-N.º DE ACCIDENTES CON BAJA/N.º TOTAL EMPLEADOS DEBE SER COMO MÁXIMO DE 4%

Siniestralidad laboral sobre total empleados: Este índice hace referencia a la totalidad de bajas por accidente y/o enfermedad profesional sobre el total de la plantilla. Se observa el repunte que pasa del 4% del 2015 al 12% del 2016.

-N.º DE DIAS BAJA/N.º DIAS TRABAJADOS TOTAL PLANTILLA DEBE SER INFERIOR A 1,75%

Dicho lo anterior se observa que el 75% de las incidencias se dan en el departamento de Recogida Selectiva y son referidas a dolores lumbares y sobreesfuerzos físicos (leves). Como medida preventiva y adicionalmente a la formación en materia de PRL, especialmente en manipulación de cargas, se ha hablado con la Mutua para mitigar las mismas.

Para los cálculos anteriores sólo se ha tenido en cuenta el personal de Texlimca SA. Sin incluir empresas externas o ETT

-N.º HORAS DE FORMACIÓN EN MATERIA DE PRL SOBRE EL TOTAL FORMACIÓN: Se desprende que, aunque en el 2016 ha descendido considerablemente el número de horas de formación se ha mantenido en el 10% la destinada a PRL

PPIO 1:	N.º HORAS FORMACION PRL/ N.º HORAS TOTAL		
	2014	2015	2016
HORAS PRL	40	135	15
HORAS TOTAL FORM	603	1066	147
Porcentual s/TOTAL	7%	13%	10%

La accidentalidad anterior ha conllevado a una calificación negativa por parte del INVASSAT (Instituto Valenciano de Seguridad y Salud en el Trabajo) al encontrarse la siniestralidad por encima de la media del sector y de las empresas de la C. Valenciana, aplicando medidas correctivas que no ocurrían desde el antes del 2010.

CALIFICACIÓN INFORME INVASSAT

2016	
GRUPO:	A
NIVEL:	6
GRAVEDAD:	L

También se realizan simulacros de emergencia y seguridad ante incendios, entre los empleados propios y externos en nuestras instalaciones en colaboración con el servicio de prevención ajeno, en el que se miden los tiempos de respuestas y la actuación de los equipos que la conforman. Asimismo, se llevan a cabo otros simulacros de menor impacto que son contemplados como riesgos. Un total de tres simulacros se llevaron a cabo.

Formación y sensibilización como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados

La formación es un valor fundamental en la cadena de valor de una organización. Debemos mejorarla entre nuestros empleados para que puedan desempeñar sus funciones de una manera más eficaz.

Introducción

En el seno de la organización y su **política integrada** de calidad s/norma UNE-EN ISO 9001 y Medioambiente UNE-EN-ISO 14001 se describen los siguientes procedimientos de RRHH:

-PI-04 Selección y Formación Del mismo se desprenden 4 registros:

- R-10 Requisitos del Puesto de Trabajo
- R-11 Ficha de Personal
- R-12 Plan de Formación
- R-13 Registros de Formación

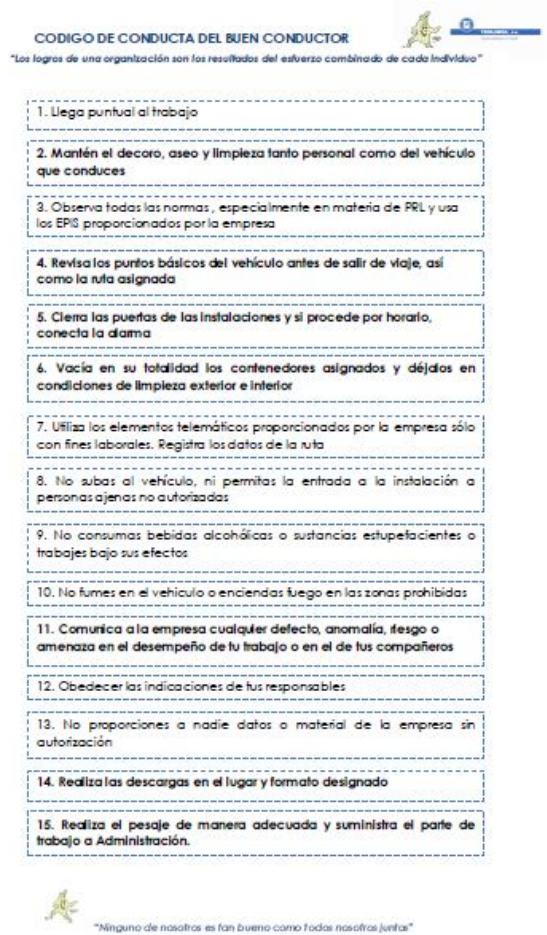
La formación que se imparte surge por la necesidad detectada bien por parte del empleado, bien por parte de los responsables de departamento, sistema de gestión o dirección.

Asimismo, las jornadas de sensibilización las entendemos en la organización como una necesidad de corrección ante las malas praxis de situaciones cotidianas y en beneficio de todos.

Cabe destacar que la empresa dispone de un manual de acogida con versiones en dos idiomas (árabe y español al ser el idioma mayoritario de la plantilla) que se entrega junto con la uniformidad.

Por último, indicar que buscando la participación de los conductores y con el fin de que sirviera de guía

ante nuevas incorporaciones, se confeccionó un código de conducta del buen conductor:



Objetivos

Con el fin de mantener una buena formación y por ende, mejorar la profesionalidad de las personas en su desempeño se plasmó:

-Adaptar mejor la formación al puesto de trabajo. Para esto se requería de una acción consistente en la detección de aquellas carencias profesionales o especialización de los trabajadores.

-Incrementar las horas de formación de los empleados. Para ello y una vez detectada la necesidad la acción consistiría en un reparto equitativo del crédito formativo contrastado en el R-13.

-Evaluar con mayor rigor la formación impartida entre el personal. Para ello y como acción se daría uso

a la evaluación de la formación que nuestro SGI dispone a través del R-13

-potenciar la formación interna en materia de RSC entre el personal de TEXLIMCA, utilizando la misma acción que el resto de formaciones.

-Mejorar la sensibilización ambiental de los trabajadores. Como acción se realizaría al menos un mínimo de dos jornadas anuales facilitando también los medios para separar residuos en planta

-Reducción de los consumos de oficina-papel.

Indicadores

La formación realizada por la empresa en el 2016 fue según materias de:

2016	HORAS
Inglés	20
Comercial	40
Calidad y M.Ambiente	5
Selectiva PRL Carretillas	15
Sensibilización M.Amb	21
Selectiva admon	40
Selectiva conductores	6
TOTAL	147
Plantilla Media	34,58
PROMEDIO HORAS	4,25

En cuanto al gasto dispensado fue del 100% del crédito de formación bonificado, esto es, 2.769€.

PPIO 5 Y 7:	Nº HORAS EN ACC.SOCIALES Y M.AMB / HORAS TOTALES		
	2014	2015	2016
HORAS			
SENS.S.SOCIAL	1	1	21
HORAS TOTALES	0	0	147
Porcentual s/TOTAL	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	14%

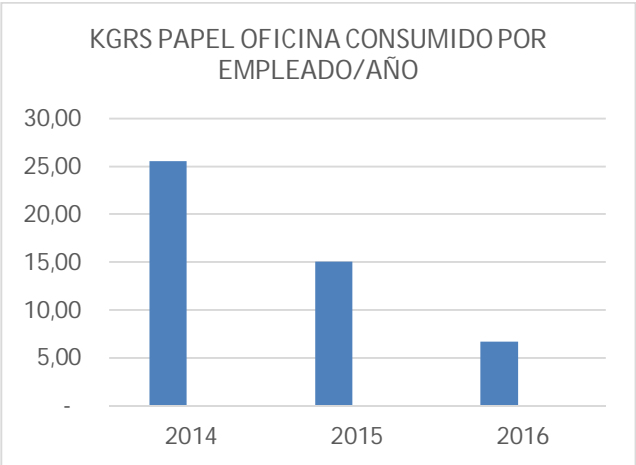
Un total de 147 horas en formación que nos da un indicador de -G4-LA9:Promedio de horas de formación anuales por empleado, desglosado

-Aunque durante el 2015 no se ha alcanzado dicho ratio quedándose en el 0.3%, se mantiene el mismo para próximos ejercicios: =Nº DE HORAS FORMACIÓN/Nº HORAS TOTALES>=1%

-CONSUMO DE PAPEL/Nº EMPLEADOS OFICINAS Se está en lo dispuesto en los indicadores de medio Ambiente que la organización tiene implantados. Es decir: =CONSUMO DE PAPEL/Nº EMPLEADOS OFICINAS. El resultado ha sido de reducción en un 10% y de una ratio de 22,5 frente a 25,5kilos. para futuros ejercicios deberemos mantener el mismo nivel de reducción del 10%

Seguimiento

La formación se ha adaptado en base a un cuestionario de evaluación previo que se ha trasladado al R-12. En el 2016 ha descendido sustancialmente el número de jornadas destinadas a formación, especialmente debido a la inexistencia de cursos largos de especialización. Asimismo tampoco se ha impartido formación en materia de RSC como estaba previsto, hecho que si se ha dado en el área de medioambiente. En lo que respecta al consumo de papel, han sido estos los resultados



Consultar resto de indicadores de medioambiente en pag 41

Herramientas

Las herramientas utilizadas las proporciona el mismo SGI de que dispone TEXTIMCA S.A. y su documentación inherente que permite hacer un seguimiento pormenorizado.

Ya disponemos de mecanismos de evaluación mediante procedimiento PMA-01 (IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES). Uno de ellos consiste en realizar análisis, medición y corrección del impacto medioambiental de nuestra actividad en todos los ámbitos de la empresa, calculando la significancia o importancia para su posterior minimización.

Inserción de personas con discapacidad (LISMI)

Potenciar el empleo de personas con determinadas limitaciones o circunstancias especiales es una obligación moral de toda organización. Más allá de la LISMI debe existir un compromiso voluntario de las empresas que mejoren las exigencias legales.

Introducción

Pese a que nuestra organización, tiene una plantilla inferior a los 50 trabajadores y, por tanto, no existe obligación legal de aplicar la LISMI, cumple voluntariamente la misma en aras de mantenerse por encima de los estándares establecidos.

PPIO 6:	N.º TRABAJADORES S/LISMI / TOTAL EMPLEADOS		
	2014	2015	2016
N.º Empleados LISMI	1	1	1
Total, Empleados	23	23	38
Porcentual s/TOTAL	4%	4%	3%

Como desafío anterior, se pretendió potenciar este aspecto directa o indirectamente, mediante la colaboración con colectivos que tuviera dichas limitaciones. En ese sentido se alcanzó un acuerdo de colaboración con el IVAS (Instituto Valenciano de Acción Social), dependiente de la Conselleria de Igualdad y Políticas Inclusivas. En dicho acuerdo y como primer eslabón de un proyecto de mayor calado, se externalizó parte de nuestra producción industrial para fomentar el trabajo en su Centro Especial de Empleo.

Por ora parte la plantilla de la organización se compone de la siguiente estructura:

Objetivos

Como objetivos se consideraron:

- El **crecer y ahondar en el proyecto colaborativo con el IVAS**, desarrollando otras acciones que permitan la empleabilidad de personas con capacidades distintas. Como **acción** para la ejecución de este proyecto se plantearon varias alternativas de proyectos laborales ante su dirección.

Seguimiento

Pese a realizar un planteamiento de diversificación de las actividades con el IVAS que comprendían entre otras:

-Contratación y explotación del Dpto. Recogida Selectiva mediante personas con otras capacidades

-Promoción de campañas de sensibilización IVAS+TEXLIMCA S.A. en Centros Escolares

-Otras manipulaciones de productos de recuperación en su CEE

-Posibilidad de colaboración con Centros Ocupacionales vinculados

....no han sido materializados al encontrarse el IVAS en periodo de restructuración interno. Se abordará de nuevo en el próximo ejercicio.

EVOLUCIÓN DE LA PLANTILLA

	2014	2015	2016
Media Empleados Fijos	23,79	23,26	34,58
Media Empleados Temporales	0	0	0
Empleados ETT	16	17	8
Empleados a 31-12	23	23	38
Empleados ETT 31-12	16	17	8
TOTAL	39	40	46

En este sentido la evolución de la plantilla ha pasado de 23 a 38 trabajadores fijos, esto es, un incremento de un 65% de trabajadores que han convertido su empleo en trabajo estable pasando a una situación indefinida. Tal situación vino motivada por un cambio en la política laboral de la compañía, así como por las sugerencias de la Inspección de Trabajo.

-En cuanto a la diversidad de la plantilla por nacionalidades se concluye que TEXLIMCA dispone de un 47% de plantilla de procedencia no nacional:

NACIONALIDAD PLANTILLA INDEFINIDA

	2014	2015	2016
Española	87%	87%	63%
Marroquí	4%	4%	32%
Ecuatoriana	4%	4%	3%
Lituana	4%	4%	3%

Por género y aunque queda mucho por hacer apenas el 8% son mujeres:

GENERO DE LA PLANTILLA

	2014	2015	2016
Hombre	83%	87%	92%
Mujer	17%	13%	8%



GRUPO DE INTERÉS

CADENA DE SUMINISTRO / PROVEEDORES

Proveedores como aliados de RSE en la empresa

Debe de aumentar el compromiso en materia de RSE en la cadena de suministro. La exigencia de la empresa debe de ser una obligación del proveedor.

Introducción

Aunque TEXTLIMCA S.A. no exige rigurosamente la inclusión de criterios de responsabilidad social entre sus proveedores de bienes y servicios, si valora la existencia de los mismos en la evaluación anual que realiza.

Entre los posibles criterios a considerar, se incluye cualquier certificación al respecto (efr, UNE EN ISO 26000, SR10, SA8000...), así como la adhesión al PMNU.

Pese a que no se dispone de un **código ético** escrito, TEXTLIMCA S.A. es una entidad con un marcado carácter colaborativo en el ámbito social y cultural y de principios sólidos que marcan su quehacer con arraigo y seriedad.

Fruto del asociacionismo y la fundación ASIRTEX, de la cual TEXTLIMCA S.A. es miembro fundador, si se ha generado un código ético al que TEXTLIMCA S.A. como miembro se adhiere y que condiciona su actuación bajo principios de seriedad, profesionalidad y transparencia, además del resto de iniciativas voluntarias como el presente Informe de Progreso.



Objetivos

Entre los objetivos sobre este principio, destacamos:

Consolidar Relaciones a l/p: Incentivar el acercamiento a la cadena de suministro para conocer las prácticas empresariales de nuestros colaboradores y consolidar relaciones comerciales a largo plazo. Como **acción**, durante el ejercicio 2016 y como consecuencia de los objetivos marcados, se volvería a comunicar a nuestra cadena de suministro nuestro compromiso con el PMNU.

Aumentar el peso específico de criterios de RSC en la evaluación de proveedores. Como **acción** se modificaría el R-14 otorgando mayor puntuación.

Sostenibilidad y Consumo: TEXTLIMCA S.A. mide y aplica criterios de reducción y reutilización de las materias primas y consumos en colaboración con sus proveedores. Como **acción** se debería buscar soluciones a la gestión de determinados residuos generados en la actividad.*^{ver lo dispuesto en la pág. 43}

Indicadores

Evaluar y disponer de un volumen mínimo de proveedores con prácticas demostrables en materia de RSE utilizando la ratio:

-N.º PROVEEDORES CON POLITICAS DE RSE/N.º TOTAL
PROVEEDORES >=10%

PC-02	N.º DE PROVEEDORES RSC/N.º TOTAL PROVEEDORES		
	2014	2015	2016
PROV.RSC TOTAL, PROVEED	12	14	18
%	3,9%	4,7%	5,8%

Seguimiento y Herramientas

El elemento está implantado mediante el R-14 INFORME DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES y el R-15 LISTADO DE PROVEEDORES ACEPTADOS que son fruto del procedimiento de calidad PC-02: LAS COMPRAS Y SU GESTIÓN.

Por otra parte, y aunque no realizamos auditorias formales de los proveedores, si analizamos aquellos nuevos productos o servicios suministrados, sin exceso de formalidades. Cualquier deficiencia es comunicada al responsable del departamento quien solicitará explicaciones al proveedor y si cabe abrirá una No conformidad. En caso de reiteración se dejará de adquirir dicho producto/servicio en ulteriores compras.

En cuanto a los resultados sobre la consolidación de las relaciones al/p en la cadena de suministro mediante comunicación de nuestro compromiso con el PMNU cabe decir que se volvió a comunicar, pero no se ha hecho exigible el que los proveedores tengan prácticas de RSC, salvo alguna excepción. Si se les ha otorgado mayor peso en la evaluación, aumentando los indicadores. Lo referido a sostenibilidad y consumo habrá que ceñirse a lo dispuesto en la parte de medio Ambiente del Informe.

Impactos en la reputación empresarial derivados de la relación con proveedores

Una buena calidad en el suministro, mejora nuestro servicio o producto y genera clientes satisfechos. debemos optimizar la relación con los proveedores y evaluar sus prácticas empresariales.

Introducción

El sector de los recuperadores textiles se caracteriza por la existencia de una gran cantidad de empresas que trabajan de manera irregular en la actividad.

Con el fin de paliar dicha situación, entre otras, así como por poner en valor al sector (recuperadores de materias, recicladores, recogedores de ropa, clasificadores de ropa, productores de trapo...) en el año 2015 se iniciaron los primeros pasos para crear una asociación empresarial que aglutine empresas del sector de la recuperación textil, en aras de poner el valor la actividad y dar transparencia a la misma. La misma se denominó ASIRTEX (Asociación Ibérica de Reciclaje Textil) y tiene carácter supranacional con organizaciones de naturaleza española y portuguesa.

Objetivos

Se pretende aglutinar dentro de la asociación a empresas del sector que cumplan una serie de requisitos y cuyo comportamiento sea legítimo y que cumplan un código ético. Debido a las relaciones transversales entre sus miembros intersectoriales, pueden emanar buenos proveedores. Como **acción** se pretende captar el mayor número posible de actores.

Indicadores y Herramientas

N/A

Seguimiento

ASIRTEX se ha constituido. Inicialmente va a ser formada por TEXLIMCA S.A., MARTINEZ CANO CANARIAS S.A. y WIPPYTEX LTD. Como punto de partida hasta la captación de nuevos miembros que sumen y actúen en beneficio del sector.



GRUPO DE INTERÉS

ADMINISTRACIÓN/ SECTOR PÚBLICO

Contratos transparentes con la administración pública

Se hace necesaria una mejor regulación sectorial y un cambio de concepción de la Administración frente al mismo. Debe conceptuarse como una actividad de gestión de residuos sin ninguna reserva de ámbito social.

Introducción

La particularidad de la actividad de recogida selectiva de ropa usada ha sido mal comunicada a la sociedad y a la Administración Pública y por tanto mal entendida, factor al que habría que añadir el que la opacidad del sector ha ayudado poco, así como tampoco el comportamiento de alguno de sus agentes económicos, ni tampoco la falta de encaje y regulación dentro de un marco legislativo.

Ello ha conllevado por un lado una inadecuada colaboración ciudadana con muchas suspicacias y dudas, y una falta de adecuado marco legal para el desarrollo de la actividad que la legitime en el seno de las actividades municipales de recogida de residuos, particularmente basados en criterios sostenibles que no sociales ni especulativos.

Ante estas situaciones se hace necesaria una figura jurídica que pueda defender los intereses conjuntos del sector sin que predomine la naturaleza jurídica del licitador o concurrente por encima de otros criterios técnicos y jurídicos.

En este sentido TEXTIMCA S.A. ha presentado varios recursos ante la Administración Local al observar desigualdades e inobservancias por parte de la Administración Local dada a aplicar en alguna ocasión parámetros incorrectos o contrarios a derecho en la instrucción de licitaciones.

Por otra parte, todavía se sigue dando adjudicaciones directas en las que no media procedimiento o este no tiene ninguna garantía de transparencia y objetividad.

Con ASIRTEX aparece un referente consultivo a nivel supranacional ante la duda ciudadana y legal de la Administración.

La necesidad de controlar, regular y fomentar el sector del reciclaje textil es hoy por hoy una necesidad para la sociedad, especialmente por los consumos elevados de un nuevo residuo doméstico cada vez más relevante.

Objetivos

A través de ASIRTEX se pretende:

- **Velar por la transparencia** en la contratación pública y la igualdad de oportunidades entre los concurrentes.
- **Presentar a la sociedad la realidad** del sector
- **Comunicar e Informar a la Administración** datos e inquietudes para tomar decisiones macro.
- **Defender los intereses del mercantilismo** frente al tercer sector
- Creación de un canal de **Denuncias** para todas las irregularidades del sector

Como **acción** para todo lo anterior se pretende realizar un estudio a nivel nacional sobre los consumos y generaciones de prendas de vestir para con ello presentar a la Asociación e iniciar las gestiones correspondientes.

Indicadores

N/A

Seguimiento y Herramientas

En diciembre de 2016 concluyó y se publicó el estudio referido al sector, denominado LA ROPA USADA: TENDENCIAS DE UN MERCADO EMERGENTE. En este sentido ya se han iniciado los primeros contactos con la Administración central (MAPAMA) Economía Circular... y otros recursos medioambientales con el fin de presentar la Asociación y las preocupantes conclusiones que emanan del informe.



GRUPO DE INTERÉS

COMUNIDAD / SOCIEDAD CIVIL

Invertir en las generaciones del futuro

El compromiso con la sostenibilidad social debe ir más allá, máxime cuando nuestra actividad depende de ella.

Introducción

La relación de TEXTIMCA S.A. con la sociedad se rige por los principios de información, transparencia y colaboración social y económica.

TEXTIMCA, aunque articulada en varias áreas de negocio, entiende que su garantía de éxito depende en el caso de la recogida selectiva con el compromiso con la sociedad, especialmente local.

Aunque hay definida una **política** generalista que en cierta manera contempla este aspecto, entendemos que existe un retorno o beneficio tangible hacia la Comunidad, diferenciamos los siguientes objetivos

Objetivos

Para este desafío se generaron los siguientes objetivos:

- En el ámbito de la **contratación y estabilidad** en el empleo: Aumentar la contratación del personal fijo y colaborar con colectivos especiales (CEE)**ver datos pág. 31-32
- En el ámbito de la **colaboración económico-social** equilibrar la colaboración con los entes públicos y entidades sociales a las circunstancias del mercado.
- En el ámbito de la **protección ambiental y formación**, sensibilizar a más colectivos sociales sobre la necesidad del reciclaje
- En el ámbito de la **participación de organizaciones**, participar de su creación y mantenimiento
- En el ámbito de la **sostenibilidad**, reducir la cantidad

de residuos que la sociedad genera

Para todo lo anterior se deberían llevar las siguientes **acciones**:

- Incrementar la carga de trabajo destinada a CEE y crear más empleo fijo que otorgue estabilidad a las personas.
- Reconducir el aporte económico a entidades de ámbito local en donde se pueda materializar por el ciudadano.
- Realizar más jornadas de sensibilización ambiental entre los centros escolares (min 500 alumnos/año)
- Mejorar el aprovechamiento y la gestión de los residuos tratados, buscando soluciones medioambientalmente más eficientes.

Indicador

-COLABORACIÓN ECONÓMICA AYTOS Y ONG / VOLUMEN DE VENTAS>=2%

PPIO 5:	FONDOS DESTINADOS A ACC.SOCIAL y CONTRIBUCIONES MUNICIPALES /VOLUMEN VTAS		
	2014	2015	2016
Porcentual s/TOTAL	2,8%	4,1%	5,8%

Observamos el incremento sustancial en los ejercicios 2015 y 2016, con el 4.1 y 5,8% respectivamente, principalmente motivado por las exigencias municipales en el ámbito recaudatorio.

-N.º DE PERSONAS PARTICIPADAS EN ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN



GRUPO DE INTERÉS
MEDIO AMBIENTE

Falta de medición de los residuos en CO2

Debemos conocer el impacto de nuestra actividad en el medio ambiente. Para poder medir y minimizar, hay que cuantificar la huella de CO2.

Introducción

TEXLIMCA S.A. está certificada desde febrero de 2003 en todo su alcance dentro de la norma UNE EN ISO 14401 y por ello dispone en su **política integrada** (SGI) el prevenir y minimizar la contaminación y los residuos que se puedan generar por el desarrollo de las actividades.

Por tanto, sus objetivos primordiales consisten en:

- Prevenir la contaminación
- Reducir el consumo de recursos naturales
- Reducir las emisiones y residuos
- Asegurar el tratamiento más sostenible de sus residuos

Dichos objetivos fueron extendidos en junio de 2015 aprovechando la auditoria de certificación, a sus instalaciones de Galicia, abarcando así todo el alcance de actividad de la organización.

Asimismo, y por la misma actividad que desarrolla TEXLIMCA S.A., se favorecen los objetivos antes indicados al valorizar productos recuperados, desechados por las industrias y sociedad que son auditados externa e internamente cada anualidad.

Objetivos

Como punto de partida para mejorar su impacto con el medio Ambiente, el 5 de abril de 2016 procedió a calcular su Huella de CO2, inscribiéndose en el programa aprobado por Real Decreto 163/2014, de 14 de marzo, por el que se crea el registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono del MAPAMA.

Como **acción** se pretende evaluar de nuevo nuestro impacto de CO2 del ejercicio 2015-2016, el cual se llevará a cabo durante el 2017. La finalidad no es otra que poder disponer de un histórico de al menos cuatro

años con el fin de aplicar medidas de reducción y adquirir el sello de CALCULO+REDUZCO.

Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de CO₂ del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

La organización:

TEXLIMCA, S.A


Ha inscrito su huella de carbono en la sección a) de Huella de carbono y de compromisos de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, con los siguientes datos:

Año de cálculo	2014
Alcance	1 + 2

Límites de la organización incluidos en el cálculo

Se incluyen las actividades relacionadas con la recogida selectiva, corte de trazo, clasificación de ropa y las labores administrativas desarrolladas en los edificios, instalaciones y vehículos gestionados por TEXLIMCA, S.A.

y se le otorga el derecho al uso del siguiente sello:

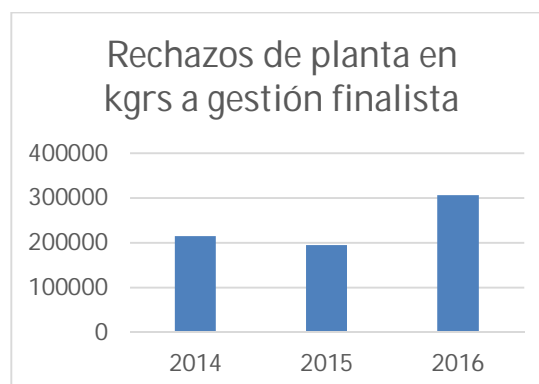


Valvanera Ulargui Apellido
Directora General
Oficina Española de Cambio Climático
Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

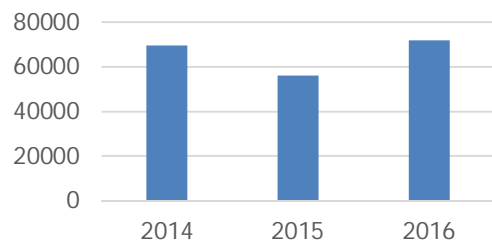
Fecha de inscripción: 05 - 04 - 2016
Código: 2015_00_a240

Indicadores Relacionados

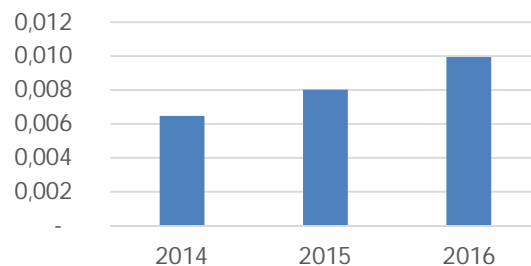
Actualmente la entidad dispone de 14 indicadores relacionados con los consumos y generaciones de la actividad. En este sentido se estará en lo dispuesto a los objetivos de medioambiente de la organización, así como también al resultado de la cuantificación del CO2. Mostramos los más relevantes:



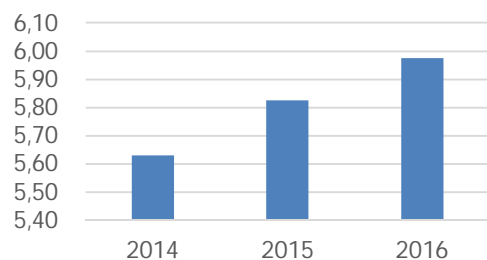
Consumo de gasoil anual en litros



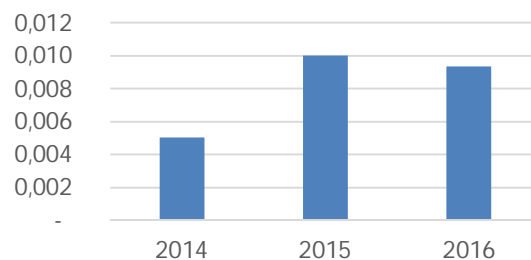
kgrs plastico film desechado por kgr de ropa clasificado



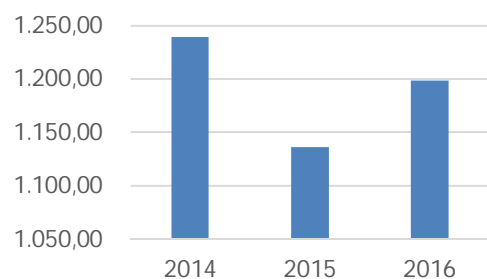
M3 de agua uso sanitario consumidos por trabajador



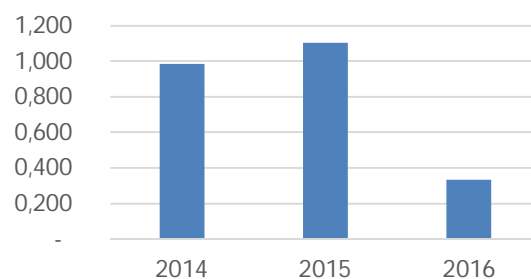
kgrs cartón desechado por kgr de ropa clasificado



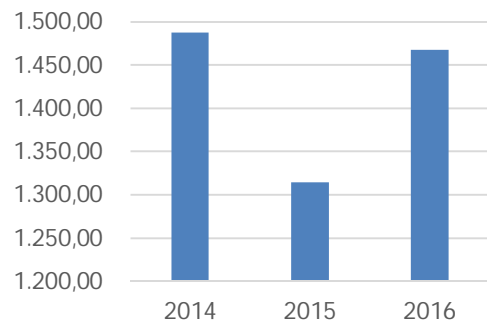
KW de luz consumidos por trabajador



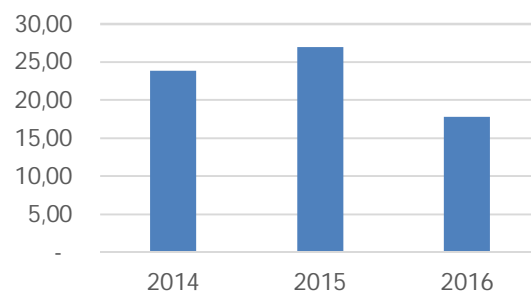
kgrs restos madera desechado por palet nuevo adquirido

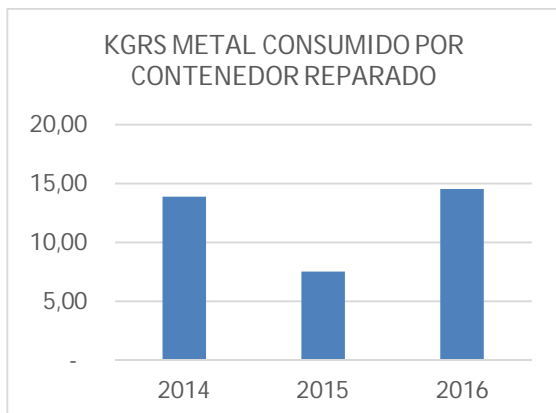
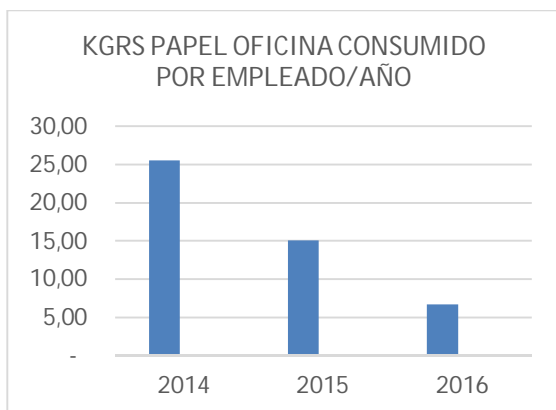


M3 de gas consumidos por vehiculo



KGRS METAL DESECHADO POR CONTENEDOR REPARADO





Herramienta de seguimiento

Como herramienta se utilizan los mismos parámetros que los usados en la UNE EN ISO 14001. Entre estos

- formación y prácticas medioambientales
- adquisición de vehículos de eficiencia energética adecuada Euro 6
- búsqueda de productos y formatos alternativos con menor impacto ambiental, etc...

Asimismo, y para valorar la significancia o importancia de estos aspectos se utiliza el R-21 EVALUACIÓN DE ASPECTOS SIGNIFICATIVOS

Uso de nuevas tecnologías respetuosas con el medioambiente

Para una adecuada sostenibilidad debemos mejorar nuestros equipos e instalaciones.

Introducción

Se busca una adquisición adecuada de maquinaria, equipos y vehículos de forma que sean tecnológicamente y medioambientalmente más eficientes con el fin de reducir los impactos ambientales:

- Equipos informáticos bajo consumo
- Alumbrado de bajo consumo (LED)
- Vehículos Diesel con consumos no superiores a 6l/100
- Sistemas de difusión y ahorro de aguas sanitarias
- Gas frente a Gasoil....

Se estará a lo dispuesto en los indicadores de Medio Ambiente, así como en la **política de compras** de la organización.

Objetivo

Como objetivo se pretende que el responsable del sistema de gestión se implique con el departamento de compras con el fin de que todas aquellas que impliquen un consumo eléctrico, energético o de generación de emisiones, ruido, etc., sean lo más respetuosas en materia ambiental posible, valorando dichos criterios como prioritarios.

Una de **las acciones** realizadas ha sido iniciar el cambio del ERP para un ahorro de los consumos de papel

Indicadores Relacionados

Se estará a los mostrados anteriormente

Buenas prácticas medioambientales internas y externas de la organización

Para una adecuada sostenibilidad debemos concienciar

Introducción

Durante el 2016 y en base a las medidas ambientales preventivas entre el personal de TEXTIMCA S.A. no se ha producido ningún accidente con repercusión ambiental.

Por otra parte, todavía no está tramitado el expediente de actualización de la instalación para su adaptación a la Ley 22/2011 entre otras, por causas exclusivamente imputables a la Conselleria de Medi Ambiente de la Comunitat Valenciana, quienes llevan un retraso considerable en la tramitación de expedientes.

se han -Imprimimos a dos caras los documentos masivos de información, bien sean para su presentación y/o archivo -Reutilizamos todas aquellas hojas, todavía útiles, como papel de notas.

PPIO 7 Y 9:	N.º HORAS SENSIBILIZACIÓN M.AMB/ N.º HORAS TOTAL		
	2014	2015	2016
HORAS SENS.M.AMB	25	50	26
HORAS TOTAL FORM	603	1066	147
Porcentual s/TOTAL	4%	5%	18%

CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN			
	2014	2015	2016
N.º NIÑOS	2144	1713	595
N.º ADULTOS	0	70	90
TOTAL	2.144	1.783	685



ANEXO GRI-G4 CORE/COMPREHENSIVE

Para completar la información del Informe de Progreso, a continuación, se detallan los siguientes indicadores de G4.

ESTRATEGÍA Y ANÁLISIS

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.

Si. Pag 6.

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

G4-3 - Nombre de la organización.

Texlimca S.A.

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

A.-Prestación de Servicio: -España y Portugal

B.-Comercialización de productos y subproductos: -

B.1. Europa: España, Portugal y Francia

B.2. América: Cuba, Chile

B.3. África: Túnez y esporádicamente en Senegal y Burkina Faso

B.4. Asia: Japón

G4-11 - Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.

100%

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

-Auditoria Económica y Contable

-Auditoría salud y seguridad (PRL)

-Auditoria calidad y medioambiente

-Auditoria en Protección de datos (LOPD)

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

C/ Partida Materna 16-46600 Alzira (Valencia)

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

TEXLIMCA reviste la forma de sociedad mercantil desde el 7 de mayo de 1973. Primero como sociedad limitada y posteriormente como sociedad anónima. Es

una empresa de origen familiar cuya propiedad recaía en una familia de industriales locales los cuales fueron ampliando y diversificado sus actividades, constituyendo un entramado 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 posee parte de la sociedad. 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 en ocasiones se consulta a miembros externos no ejecutivos que ocupan la dirección general de otras empresas del grupo.

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. Comuníquese todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).

38 empleados con contrato indefinido:

-8% MUJERES

-92% HOMBRES

8 empleados con contrato a través de ETT:

-12% mujeres

-88% hombres

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: $\ddot{Y}Y^*$ ostente un cargo en el órgano de gobierno; $\ddot{Y}Y^*$ participe en proyectos o comités; $\ddot{Y}Y^*$ realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; $\ddot{Y}Y^*$ 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). Asimismo es socia fundadora de ASIRTEX (Asociación Ibérica de Reciclaje Textil) y la presidencia y secretaria son ocupados por miembros de TEXTLIMCA 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 TRAJOS 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 ACEITE VEGETAL USADO Y SU ALMACENAMIENTO.

MARCAS:

-WIPPY
-TEXCEL

G4-13 - Comuniquen 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: * cambios en la ubicación de los centros, o en los propios centros, tales como la inauguración, el cierre o la ampliación de instalaciones; * cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración de capital (para las organizaciones del sector privado); y * 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 materia accionarial. Sólo destacar el incremento de la plantilla fija en un 65% aprox. por conversión de eventual a indefinida.

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.

TEXTLIMCA S.A. participa de la iniciativa de UN Global Compact denominada Caring for Climate, fruto de la preocupación de la entidad por las cuestiones ambientales del planeta. Alinearse con determinados aspectos de los ODS

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

G4-9 - 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.

ESTRUCTURA: 46 en entre propios fijos y subcontratados.

VENTAS: 4.363.265€

PATRIMONIO NETO: 1.675.472€

PASIVO CORRIENTE: 1.252.559€

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 preceptiva 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 brókeres internacionales.

ASPECTOS MATERIALES

G4-17 - a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. 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.

N/A

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.

ACTIVIDADES: Se ha tenido en cuenta la totalidad de actividades realizadas por TEXTIMCA S.A. que no de las empresas participadas por esta

PERIODO: Desde el 1-1-2016 al 31-12-2016

EXCLUSIONES: Ninguna

PAISES:

A.-Prestación de Servicio: -España y Portugal

B.-Comercialización de productos y subproductos: -

B.1. Europa: España, Portugal y Francia

B.2. América: Cuba, Chile

B.3. África: Túnez y esporádicamente en Senegal y Burkina Faso

B.4. Asia: Japón

C.-Aprovisionamientos productos y materias primas:

C.1. Europa: Portugal, Bélgica y Francia

C.2. América: EE. UU.

C.3. Asia: Pakistán, China y Japón

C.4. África: Islas Mauricio

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

N/A. Son los mismos que en la entidad

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

No ha habido reformulación, si bien en esta ocasión se ha utilizado un formato libre, mejorando la coherencia de la información e indicadores, obviando aquellos

objetivos ya cumplidos o poco significativos.

G4-20 - Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material. Hágalo de la siguiente manera: * Indique si el Aspecto es material dentro de la organización. * 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: — 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 — 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.

G4-23 - 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 como inicialmente se hizo.

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

1.-Materialidad: Para la determinación de la materialidad se han valorado por la dirección los posibles impactos alineados con los 10 principios:
-Aspectos sociales (Derechos Humanos y Laborales)
-Aspectos Ambientales (Medio Ambiente)
-Aspectos Económicos (Anticorrupción)

Entendiendo que los contenidos presentados en este documento cubren la totalidad de aspectos recomendados por el PMNU. En aquellos casos en los que no existe hito o información al respecto se ha obviado su registro, entendiendo que no es representativo.

Esta materialidad ha tenido en consideración la misión, la visión, los valores de la organización, los impactos significativos, los indicadores y la actividad propia y su influencia en el entorno**.

***Participación de los grupos de interés: se han tenido en cuenta aquellas sugerencias realizadas en nuestro entorno, aunque no se ha sometido a formulario.*

2.-Contexto de sostenibilidad: Este informe lo contempla especialmente por nuestra actividad económica, entendiendo el mismo como un concepto con triple vertiente: social, económica y medioambiental.

3.-Exhaustividad: Toda la información contenida en este informe ha sido obtenida en base a informes e indicadores internos.

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

G4-24 - Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.

Clientes, Empleados, Proveedores, Administración, Comunidad/Sociedad Civil, Medioambiente

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

TEXLIMCA S.A. , como empresa de modestas dimensiones, 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 informar sobre hechos relevantes, dotando a la organización de

agilidad en la respuesta y flexibilidad para adaptar los documentos de la organización:

1º.-TRABAJADORES: Además de las reuniones periódicas en el seno de cada departamento, diálogos de ámbito informal y grupos departamentales de WhatsApp, se dispone de mecanismos de comunicación según especificaciones del procedimiento PI-05 COMUNICACIÓN INTERNA/EXTERNA Y PMA-01 IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS, 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 general o departamental, 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) y para cualquier materia.
- R-68 PARTE DE INCIDENCIAS/COMUNICACIONES: Con el fin de facilitar la comunicación operativa-interna dentro de la organización sobre cuestiones exclusivamente inter-departamentales (comunicación horizontal y vertical)
- R-12 PLAN DE FORMACIÓN Y R-13 REGISTRO DE FORMACIÓN de los trabajadores
- IP-01 BUENAS PRACTICAS MEDIOAMBIENTALES: Sugerimos fórmulas de ahorro energético, consumo y salud entre nuestra plantilla para uso personal y profesional.

2º.-CLIENTES: Se realiza un seguimiento continuado de las necesidades de clientes, midiendo el grado de satisfacción de los mismos a través de las visitas periódicas, reuniones, redes sociales y encuestas por parte del personal comercial responsable del área geográfica y línea de actividad, en base al procedimiento PC-01 EL CLIENTE-VENTAS:

- R-76 CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE CLIENTES-Ayuntamientos: anualmente se realizan encuestas de satisfacción remitidas o bien on-line entre los distintos

responsables técnicos de los municipios y ciudades en donde prestamos servicio de recogida selectiva.

Paralelamente, realizamos visitas periódicas durante cada ejercicio para conocer las necesidades de los entes públicos atendidos, recogiendo peticiones y sugerencias, con el fin de incorporarlas al servicio.

-En cuanto a las sugerencias de otros clientes pertenecientes a los departamentos de LIMPIEZAS y TEJIDOS, las atendemos de forma personal anotando en formato estandarizado por el personal comercial, cualquier sugerencia para poder dar respuesta a la misma en el menor tiempo posible.

3°.-PROVEEDORES: Anualmente se realiza un análisis de proveedores, según el procedimiento PC-02 LAS COMPRAS Y SU GESTIÓN y PC-03 EL PRODUCTO, LA PRODUCCIÓN Y SU GESTIÓN, Las líneas de comunicación vienen dadas mediante reuniones periódicas presenciales o consultas puntuales: -haciendo una valoración anual en su totalidad R-14 EVALUACIÓN DE PROVEEDORES, incorporando aspectos relacionados con la RSC y posteriormente -emitiendo un listado de homologación de los mismos R-15 LISTADO DE PROVEEDORES ACEPTADOS a los departamentos implicados y al resto de delegaciones. Las peticiones que puedan emanar de TEXTILIMCA S.A. se analizan personalmente con cada uno de ellos. Ante cambios en el servicio, precio y/o condiciones, se realizan reuniones con los proveedores de forma puntual, con el fin de clarificar los nuevos escenarios, siempre que se trate de proveedores habituales. Ante nuevas propuestas, son solicitadas al menos 2 o 3 ofertas similares en base a unos estándares mínimos de garantía. En función del volumen del contrato decide el responsable del departamento o bien y para cantidades elevadas, la misma dirección y/o el consejo de administración.

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 ofreciendo el presente informe anual bajo demanda.

5°.-COMUNIDAD/SOCIEDAD CIVIL: TEXTILIMCA S.A. es consciente de la desinformación existente entre la sociedad respecto del área de actividad de recogida selectiva textil. En este sentido y con el fin de dar transparencia a la misma, todo el proceso del servicio es detalladamente explicado en la web, así como en todas aquellas actividades inherentes que se prestan en los municipios (entrevista de radio, prensa, jornadas de sensibilización...) En todos ellos se aboga por dar difusión del compromiso con el PMNU. Asimismo, se hace uso de las redes sociales para comunicar y recoger aquella información de interés público:

Facebook (<https://es-es.facebook.com/textlimca>) , Youtube

(<https://www.youtube.com/channel/UCIRX64iC-EVYn4RScpzlyIA>)

y Twitter (<https://twitter.com/wippy2>)

Son despachadas todas las peticiones de entrada por las distintas vías de comunicación, (Redes Sociales, mail, teléfono, carta, etc..) atendiendo y explicando verbalmente o por escrito cualquier sugerencia. Existe un teléfono público para tales menesteres.

6°.-ONGs y ASOCIACIONES COLABORADORAS: Se mantiene contacto directo con las organizaciones con las que colaboramos compartiendo valor. Periódicamente, realizamos encuentros para cambiar impresiones e intentar canalizar esfuerzos y destinos de los fondos destinados a ACCIÓN SOCIAL

7°.-MEDIOAMBIENTE: El proceder de la entidad obedece a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de sostenibilidad y Economía Circular, esto es, en la Ley 22/2011 de 28 de julio de Residuos y Suelos Contaminados. Adicionalmente ajustamos nuestra actividad a compromisos voluntarios en esta materia:

-Listado de legislación y cumplimiento de la misma. R-09 SEGUIMIENTO DE REQUISITOS AMBIENTALES - R-08 CHECK LIST LEGISLACIÓN. De todo lo anterior emanan

las distintas acciones en pro de la mejora continua que TEXTIMCA S.A. incorpora dentro de sus objetivos anuales en este ámbito como, entre otros, la minimización de aquellos aspectos significativos

-R-21. EVALUACIÓN DE ASPECTOS SIGNIFICATIVOS 8º.- ADMINISTRACIÓN LOCAL Y AUTONÓMICA Se realiza un seguimiento continuado con la administración local mediante visitas reiteradas, así como se incorpora a nuestro sistema cualquier información de relevancia mediante el:

- R-06 COMUNICACIONES EXTERNAS. La triple vertiente colaborativa (económica, medioambiental y social) con las mismas, hace necesaria realizar un seguimiento y supervisión de la actividad y servicio prestado

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 considerado aquellos criterios que tienen o pueden tener influencia en el seno de la actividad empresarial. En este sentido, sustantividad y representatividad en 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/público en general como usuario final de alguno de nuestros productos y servicios.

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.

n/a

PERFIL DE LA MEMORIA

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

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

Juan Carlos Aranda

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.

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

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.

GRI-G4 CORE

G4-29 - Fecha de la última memoria (si procede).
24-11-2015

GOBIERNO

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.

TEXTIMCA reviste la forma de sociedad mercantil desde el 7 de mayo de 1973. Primero como sociedad limitada y posteriormente como sociedad anónima. Es

una empresa de origen familiar cuya propiedad recaía en una familia de industriales locales los cuales fueron ampliando y diversificado sus actividades, constituyendo un entramado empresarial que actualmente se conoce como el Grupo Martínez Cano. (MARTINEZ CANO GESTIÓN, REELCAN, CLEAR PET, MARTINEZ CANO CANARIAS, PLASCAN, RENECAN....) A principios de los años noventa en TEXLIMCA se incorporó al accionariado, el entonces equipo de dirección. 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 tales eventos, en

ocasiones también se consulta a miembros externos no ejecutivos.

ÉTICA E INTEGRIDAD

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

Arraigada cultura empresarial y códigos de buenas prácticas conductores



Network Spain
WE SUPPORT

