

Texlimca S.A.

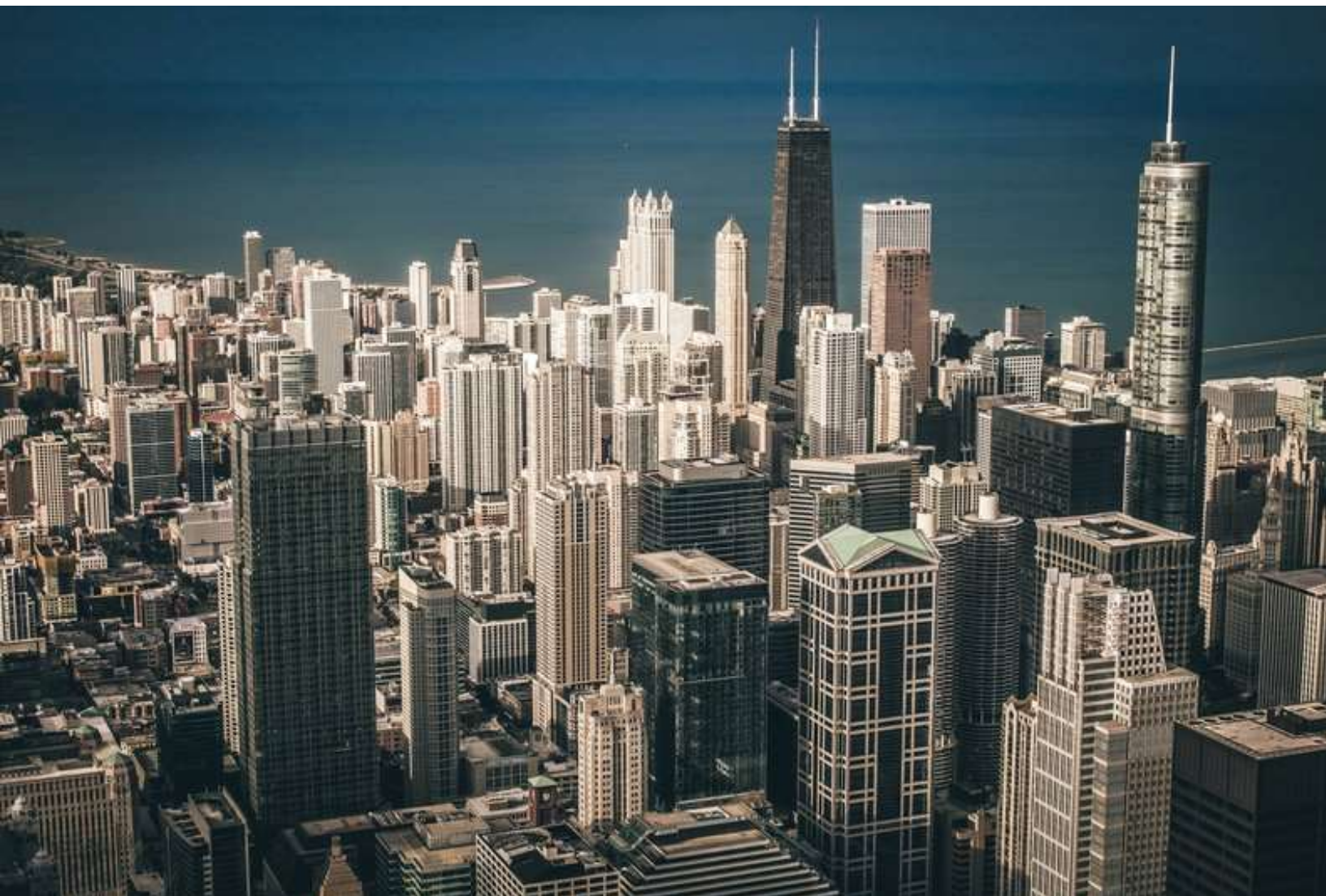
INFORME DE PROGRESO 2017



Texlimca, S.A.
C/ Partida Materna, 16
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 2 de noviembre de 2018

Estimado/as Señore/as,

Nos complace presentarles nuestro informe de progreso 2017, como miembro de la Red Española del Pacto Mundial, iniciativa de la que formamos parte desde hace ya más de 6 años.

Con nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa, queremos mostrar nuestras preocupaciones y en consecuencia, nuestras aportaciones en materia ética, social y principalmente medioambiental en aras de colaborar por una sociedad mejor y un entorno más sostenible.

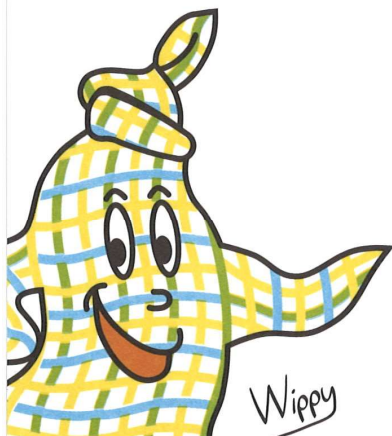
Nuestra organización aunque participa del ciclo ambiental, por la actividad que desempeña, ha apostado por dar un paso adelante en defensa de los intereses generales del sector y del Medio Ambiente a través del tejido asociativo, poniendo en valor ante los distintos estamentos políticos y sociales la importancia y necesidad del sector textil, su post-consumo y su recuperación y reciclaje dentro de una Economía Circular.

La transparencia en la actividad, la ética en las relaciones comerciales, la mejora en las condiciones laborales, el avance por la igualdad de género, el apoyo a la formación, la búsqueda de alianzas con proveedores y las acciones de mecenazgo, son algunos de los principios que aplicamos en el seno de nuestra organización.

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

Pedro Fco. Andrés Oliver

Persona de contacto

Juan Carlos Aranda

Número total de empleados

40

Sector

Otros

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.

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 Martinez 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 aceite vegetal usado.

Ventas/Ingresos

4.642.325€

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

0€

Resultados Económicos

Otros grupos de interés. En la pestaña “Otra información” se podrá detallar la información de los 10 Principios para 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 y asemejados a Clientes, pues su tratamiento empresarial es idéntico, salvo el flujo del producto desde la perspectiva de aprovisionamiento.

Entes privados:

-Asociaciones sin ánimo de lucro: asemejados a Proveedores en cuanto a su tratamiento si bien provee a la organización de valor añadido.

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 mejor perspectiva
-Transparencia: comunicamos e informamos con claridad sobre nuestra actividad

Texllmca, S.A.			
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE 2017 (Euros)			
	Nota	31/12/2017	31/12/2016
	Memoria		
OPERACIONES CONTINUADAS			
Importe neto de la cifra de negocios		4.442.325,44	4.383.235,21
Ventas		4.637.019,08	4.356.458,87
Prestaciones de servicios		6.305,30	6.806,34
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación		-40.804,62	34.314,39
Aprovisionamientos	12	-2.482.425,99	-2.465.540,73
Consumo de materias primas y otras materias consumibles		-2.252.101,87	-2.247.878,54
Trabajos realizados por otras empresas		-210.324,92	-217.861,99
Otros ingresos de explotación		45.795,79	38.318,81
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		27.720,99	27.733,84
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio		9.249,00	2.726,82
Ingresos Excepcionales		12.776,71	4.788,67
Gastos de personal	12	-1.924.278,73	-989.635,98
Sueldos, salarios y asistidos		-767.279,00	-725.380,23
Cargas sociales		-258.999,79	-234.149,75
Otros gastos de explotación	12	-980.027,27	-823.857,63
Servicios exteriores		-612.460,92	-748.753,68
Tributos		-10.387,55	-9.608,31
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales		-151.951,36	-63.908,79
Gastos Excepcionales		-5.138,84	-1.380,83
Amortización del Inmovilizado		-96.020,31	-96.697,34
Deterioro y resultado por enajenaciones del Inmovilizado		5.853,24	3.140,83
Resultados por enajenaciones y otras		5.853,24	3.140,83
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN		92.568,86	87.443,87
Ingresos financieros		2,66	157,37
De valores negociables y de créditos del activo inmovilizado		2,66	157,37
De terceros		2,66	157,37
Gastos financieros		-16.794,80	-18.857,18
Por deudas con terceros		-16.794,80	-18.857,18
Diferencias de cambio		6.879,70	992,09
RESULTADO FINANCIERO		-10.912,14	-17.417,81
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		81.656,72	70.025,86
Impuestos sobre beneficios	11	-21.842,97	-18.493,19
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS		60.013,45	51.574,87
RESULTADO DEL EJERCICIO		60.013,45	51.574,87

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

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

-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. “Si haces lo que siempre has hecho, no llegarás más lejos de los que siempre has llegado”.

Indique qué criterios ha seguido para seleccionar los Grupos de Interés

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 TEXTILMCA S.A.

PERIODO: Desde el 1-1-2017 al 31-12-2017

EXCLUSIONES: Ninguna

PAISES:

A.-Prestación de Servicio: España y Portugal

B.-Comercialización de productos y subproductos :

-Europa: España, Portugal, Rusia, Lituania, Mónaco, UK, Francia , Ucrania.

-América: Cuba, Chile.

-África: Túnez, Togo, Senegal , Emiratos Árabes, Burkina Faso.

-Asia: Turquía, Japón.

C.-Aprovisionamientos productos y materias primas:

-Europa: Portugal, Bélgica, España, Francia.

-América: Chile, EEUU

-África: Túnez, Islas Mauricio

-Asia: Pakistán, China y Japón

¿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

15-11-2017

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

año calendario

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

anual

Noticias varias

<http://www.easdalcoi.es/es/el-alumnado-crea-ropa-de-diseno-a-partir-de-piezas-de-segunda-mano/>

<http://wippy.es/noticia.php?id=20171213123119>

<https://www.diarioinformacion.com/alacanti/2018/09/04/san-vicente-destina-ong-locales/2058990.html>

<http://www.elperiodicodeaqui.com/noticias/lateral/151391>

<https://www.levante-emv.com/horta/2018/01/21/silla-destina-fondo-social-paliar/1668973.html>

<http://ecofira.feriavalencia.com/la-firma-reciclaje-textil-texlimca-acoge-la-reunion-del-comite-organizador-ecofira/>

<https://www.levante-emv.com/horta/2018/03/22/texlimca-godella-dona-2100-/1694496.html>

<https://tvdenia.com/tag/texlimca/>

<http://www.coneixercanals.com/canals/texlimca-lliura-lajuntament-1-775e-per-22-190kg-roba-recollida-2017/>

<http://ecofira.feriavalencia.com/zona-demo/>

<http://iresiduo.com/noticias/espana/generalitat-valenciana/17/08/04/gobierno-valenciano-analiza-problematica-gestion>

<https://www.efeverde.com/noticias/hiperconsumo-reciclaje-riesgo-ecologico-ropa-usada/>

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

No se presta servicio, ni se produce. Sólo se dispone de algún proveedor de materia prima.

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

Si, de materia prima

¿Su entidad tiene un alto impacto medioambiental?

No, sino al revés. Nuestra organización desarrolla una actividad necesaria para la sostenibilidad con triple impacto: económico, social y medioambiental.

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:

1°.-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.

2°.-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 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.

5º.-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.

6º.-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

7º.-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

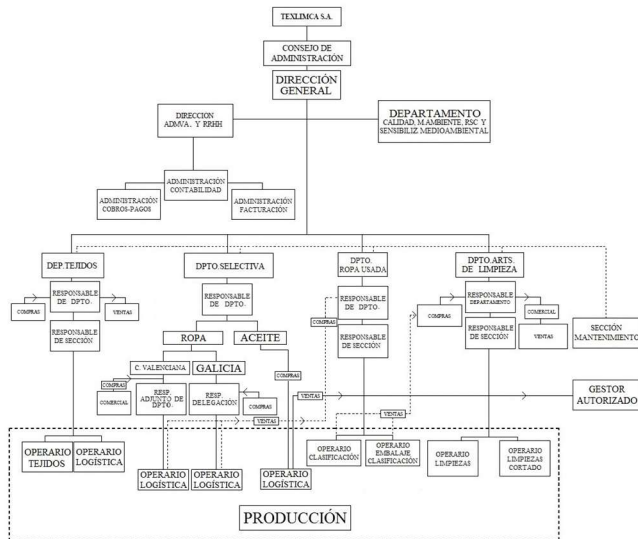
-R-21. EVALUACIÓN DE ASPECTOS SIGNIFICATIVOS 8º.-

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.

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 Martinez 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.



supervisar la toma de decisiones ordinarias y el control en la gestión de la implantación de todos los compromisos que TEXTIMCA 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 TEXTIMCA 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.)

TEXTIMCA S.A. participa activamente ostentando la presidencia y secretaria de ASIRTEX la cual está actúa en los campos de actividad que los ODS identifica como 11,12 y 13. Por otra parte, integra la iniciativa de UN Global Compact denominada Caring for Climate, fruto de la preocupación de la entidad por las cuestiones medioambientales del planeta. En este sentido y según la estrategia de la organización, TEXTIMCA S.A. está alineada con los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (ODS) y concretamente con el 1,8,11,12 y 13.

MÁS INFORMACIÓN

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: Dña. Mª Dolores Peretó Martinez.
- 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 responsable de tales organizaciones, se encarga de



TEXLIMCA EN CIFRAS

PRINCIPALES MAGNITUDES

Infraestructuras

- 10.000 m2 de instalaciones
- Más 15 vehículos
- Más de 1.750 contenedores gestionados
- 2 plantas autorizadas de gestión

Productos

- Más de 6.500.000 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

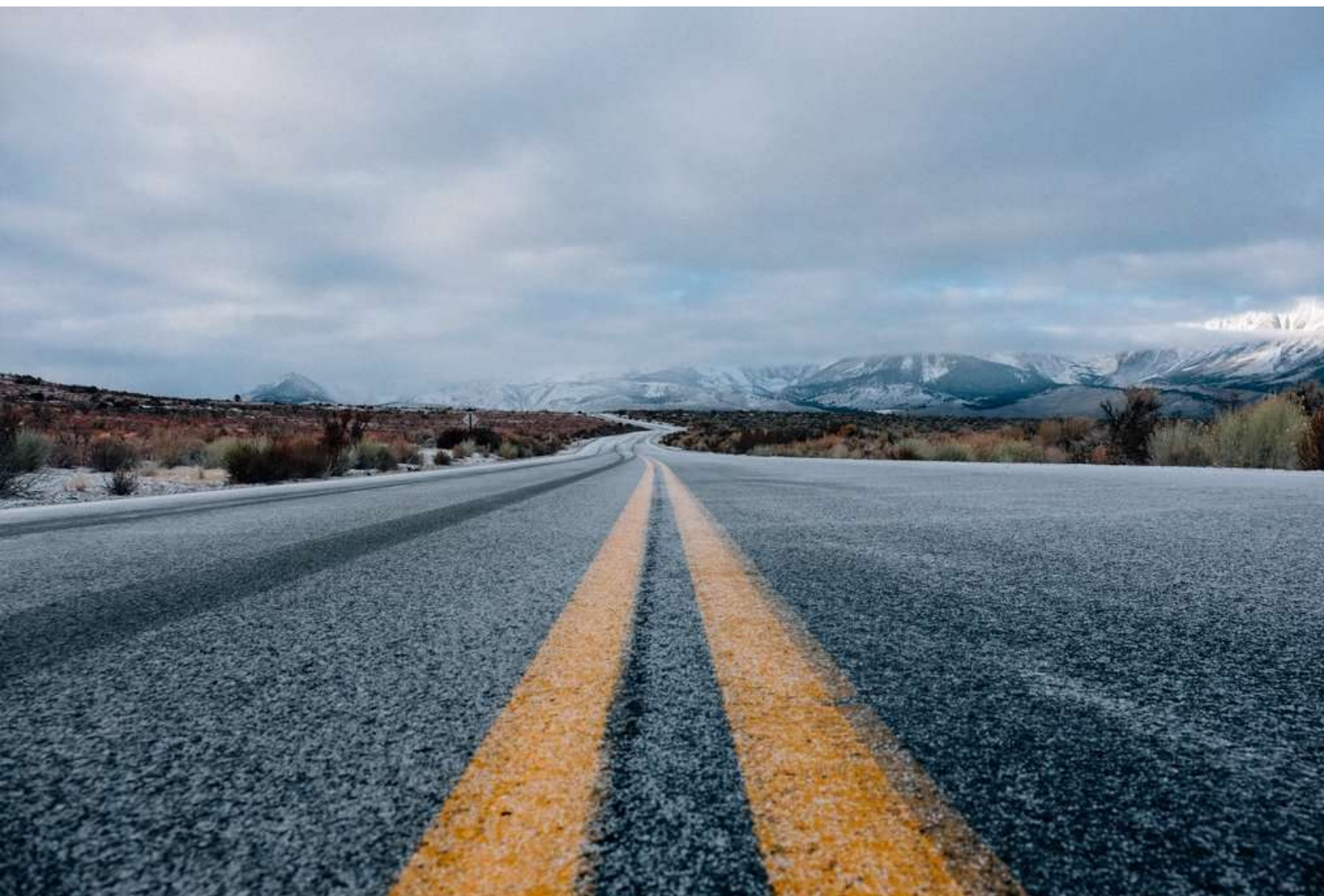
- Más de 250.000€ en retornos económicos sociales y municipales durante el 2017

Medioambiente

- 21,50 T de reducción de emisiones CO2
- Mas de 200.000€ ahorrados a las corporaciones locales en tasas de vertedero

Personas

- Una plantilla con el 90% indefinida
- Cumplimiento de la LISMI superior al 2%



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



5

Desafíos u Oportunidades contemplados

MEDIOAMBIENTE



6

Desafíos u Oportunidades contemplados

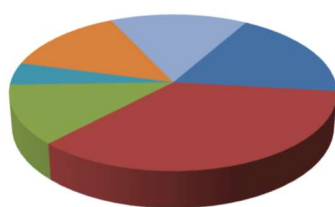
ANTICORRUPCIÓN



3

Desafíos u Oportunidades contemplados

Políticas aplicadas por grupos de interés



- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Accionistas
- Administración
- Comunidad



OBJETIVOS Y POLÍTICAS ALINEADAS LOS ODS



361

CLIENTES



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

La mejora continua en nuestros productos y servicios debe ser una constante. Es una oportunidad para 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»

POLITICA EMPRESARIAL

“Texlimca S.A. es una organización abastecedora de productos y servicios, tanto para entidades públicas como privadas, provenientes de las actividades inherentes a la recuperación textil.

La dirección de Texlimca S.A. se compromete a la mejora continua en la gestión empresarial y económica de la sociedad, así como también en el desempeño de su Sistema Integrado facilitando para ello los medios materiales y humanos necesarios para el cumplimiento de las siguientes responsabilidades:

- Cumplir con la legislación vigente en cada momento y con aquellos requisitos adicionales que pueda suscribir voluntariamente.
- Prevenir y minimizar la contaminación y los residuos que se puedan generar por el

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.

- Apostar por la mejora continua de nuestros productos y servicios para satisfacer los intereses de las partes interesadas, estableciendo estrategias y planes de acción periódicos, utilizando como marco de referencia el contexto de la organización.
- Analizar las oportunidades y los riesgos derivados de este contexto, y llevar a cabo los planes de mitigación de los mismos, para la consecución de los fines empresariales.
- Comunicar y hacer entender este compromiso dentro de la organización, así como también al resto de agentes económicos con los que interactúa dentro de su cadena de suministro.
- Revisar y adecuar esta política para evitar su obsolescencia y actualizar la misma a las circunstancias cambiantes de cada momento bajo las bases culturales de la organización.
- Integrar dentro de la estrategia aquellos aspectos sociales, laborales, éticos y ambientales mediante la ejecución de una gestión transparente y siendo socios y apoyando al Pacto Mundial de Naciones Unidas”

Objetivos

Para lograr la calidad total, la compañía fijó como principales objetivos:

-Reuniones de Equipo: Mayor seguimiento de las necesidades del cliente: como **acción** se realizaría una adecuada promoción de reuniones de seguimiento

-Servicio de Atención al cliente: Optimizar la velocidad de respuesta ante sugerencias de: clientes comerciales , clientes Institucionales y ciudadanía.

Como **acción**, se establecían tres tipos de niveles de consultas y tiempos .Asimismo, se hacía necesario una mejora en la atención telefónica e idiomas.

-Reducir las reclamaciones: intentar paliar aquellas reclamaciones y/o No conformidades sobre cuestiones administrativas o de gestión.

-Sistemas de Gestión de Calidad, Auditorías y Gestión de Incidencias: Superar las auditorías de Calidad. Para ello y como **acción** se pretendió dar formación.

-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 sociales. R-76 ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN CLIENTES

- 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 2017 se han generado sólo 1, estando dentro del parámetro de aceptación.

PI-02	Nº DE SACS MENORES=DOS O MENOS			
	2014	2015	2016	2017
SAC	0	2	3	1

-N.º DE NO CONFORMIDADES/N.º DE INCIDENCIAS TOTALES=1. Ha habido una reducción considerable respecto al 2016. El ratio se encuentra dentro del parámetro de aceptación.

PI-02/03	Nº DE DESVIACIONES/TOTAL INCIDENCIAS =100%			
	2014	2015	2016	2017
SAC/INC	109%	164%	300%	38%

-REDUCIR EN UN 20% LAS NO CONFORMIDADES DE CLIENTES: En el 2016 se han mantenido las SAC vinculadas a clientes, y aunque no se han reducido, están por debajo del umbral de ejercicios anteriores.

PI-02/03	SAC'S CLIENTES			
	2014	2015	2016	2017
SAC	16	6	5	5

Seguimiento y Herramientas

-Reuniones de Equipo: en este aspecto se ha mantenido la tendencia del pasado ejercicio mejorando la comunicación a través de reuniones periódicas, especialmente del equipo de dirección. Se han incorporado al calendario de reuniones, otras nuevas cada lunes, de planificación semanal con todos los responsables de departamento.

-Servicio de Atención: Se han mejorado los tiempos de resolución en general, especialmente en el departamento de Recogida Selectiva y Admon.

-Reclamaciones: Se han minimizado las reclamaciones administrativas al supervisar el trabajo antes de cursar las órdenes administrativas. En cuanto a la atención telefónica actualmente es multilingüe en Castellano, Valenciano, Inglés y Alemán.

Todavía no se ha incorporado la persona de administración por relevo.

-En cuanto al Sistema de Gestión (SGI) se ha ido adaptando a la nueva norma ISO: 2015 con el fin de superar con éxito las próximas auditorías de certificación. Para ello se ha dado nueva formación al responsable del departamento de Calidad y Medio Ambiente.

-En cuanto a las encuestas de satisfacción no se han realizado adecuadamente. Es un factor al que se le debe encontrar una mejoría.

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.

Introducción

La transparencia de nuestra actividad ya no se utiliza como herramienta diferenciadora respecto del resto de concurrencia, sino como una obligación en un sector con tanta opacidad que necesita de una revisión y confianza global de todos sus grupos de interés.

La parte más visual de nuestro desarrollo ha sido y es la recogida selectiva de prendas usadas en vía pública mediante el uso de contenedores. Esta actividad no exenta de polémica , generada en su mayoría por información sesgada, por la práctica poco ortodoxa de ciertos operadores y por concepciones tradicionales

obsoletas, han generado un rechazo social con el que trabajar contracorriente.

Nuestro desafío es aumentar nuestra notoriedad y poner en valor a lo mercantil , como la opción más profesional y eficaz , ordenando y homogeneizando este servicio público de gestión de residuos.

Objetivos

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

-Apoyar procesos sinérgicos: Ayto-Empresa-Entidad social local. La **acción** consistía en la búsqueda de sinergias colaborativas entre determinados grupos de interés . Es necesario gratificar la colaboración ciudadana a través de un retorno directo o indirecto, con el fin de concienciar y sensibilizar las buenas prácticas.

-Eliminar cualquier imagen social en el mobiliario urbano. La **acción** consistiría en la retirada de toda imagen social de los contenedores, dado que es una actividad de gestión de residuos y esto sólo puede confundir más a la ciudadanía.

- 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

PPIO 5 :	FONDOS DESTINADOS A ACC.SOCIAL/VOLUMEN VTAS			
	2014	2015	2016	2017
Porcentual s/TOTAL	2,8%	4,1%	5,8%	5,2%

Se encuentra por encima del 5% del total ventas.

Seguimiento y Herramientas

Se ha seguido en la línea del pasado año 2016, acordando con los Ayuntamientos nuevos destinos para nuestra colaboración económico-social con entidades de ámbito local, las cuales en muchos de ellos han ido cambiando cada anualidad para beneficiar al máximo número posible de entidades. Asimismo, se han mantenido las sinergias con otras entidades como la FAAVV (Federación de Asociaciones de Vecinos de Valencia) , la Escola D’Art i Superior de Diseny de Valencia/Alcoi (EASD), IVAS (Instituto Valenciano de Acción Social), IBS Padre Rubinos, etc..aunque no se han alcanzado fórmulas colaborativas con nuevas entidades. Salvo en dos ayuntamientos donde ha habido una exigencia expresa municipal, se ha retirado todas la imágenes sociales de los contenedores. Finalmente no se llevó a cabo el monográfico del PMNU en redes sociales, el cual se efectuará en el próximo ejercicio.

Se ha realizado una extensa colaboración con ASIRTEX para el desarrollo de determinadas acciones encaminadas a :

- Denuncia de posibles abusos y errores por parte de la Administración Pública en licitaciones
- Comunicación pública sobre las prácticas mercantiles de las entidades sociales
- Participación en congresos y sinposiums relacionadas con la transparencia de la actividad
- Reuniones políticas de alto nivel para homogeneizar y poner en valor al sector

GRUPO DE INTERÉS

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

TEXLIMCA S.A. cumple aquellas medidas de seguridad y salud laboral que la ley exige en cada momento y así se constata 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 y especialmente de salud laboral.

Adicionalmente y fruto de las exigencias en materia de calidad y medio ambiente, 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

La compañía fijó los siguientes objetivos para el 2016 que se han mantenido durante el 2017:

-Mejorar **en materia de prevención**. Para ello y como **acción** se ha querido 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

Durante el 2017, se han realizado jornadas relativas al PRL . No se ha aumentado la formación en esta materia, debido al aumento de horas de formación en otros campos, que ha producido una pérdida de porcentual respecto de años anteriores, suponiendo sobre la total formación impartida un 8% por trabajador. La misma ha versado en este 2017 sobre manejos de carretillas elevadoras , accidentes in itinere, manipulación de cargas , uso de equipos de trabajo y EPI'S en desplazamientos en bicicleta (debido al uso particular por parte de los operarios como elemento de transporte habitual a la empresa, dada la proximidad al casco urbano).

Asimismo se ha efectuado formación en riesgos generales para las nuevas incorporaciones. 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 incluidos aquellos trabajadores de Empresa de trabajo Temporal que prestan sus servicios en la organización. En este sentido se observa una reducción importante en el n° de accidentes con baja, que en este caso aunque imputables a uno de nuestros centros de trabajo, fue con personal de ETT.

	ANALISIS DE LA SINIESTRALIDAD			
	2014	2015	2016	2017
Accidente con baja	1	1	4	1
Accidente sin baja	6	2	8	10
Plantilla media	23,79	23,26	34,58	40
Días de baja	7	91	222	17
% días sobre total jornadas	0,13%	1,76%	2,89%	0,19%
% bajas sobre total empleados	4%	4%	12%	3%

-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 que se ha reducido al 3% entrando dentro de los parámetros de aceptación.

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

Se observa que estamos dentro del parámetro de aceptación, con un 0,19%, el más bajo de cualquiera de nuestros registros históricos y dentro del umbral de aceptación.

-N.º HORAS DE FORMACIÓN EN MATERIA DE PRL SOBRE EL TOTAL FORMACIÓN: En el 2017 ha descendido el número de horas de formación en esta materia por debajo del 8% por tanto fuera de los parámetros de aceptabilidad del 10%.

PPIO 1:	N.º HORAS FORMACION PRL/ N.º HORAS TOTAL			
	2014	2015	2016	2017
HORAS PRL	40	135	15	25
HORAS TOTAL FORM	603	1066	147	320
Porcentual s/TOTAL	7%	13%	10%	8%

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

CALIFICACIÓN INFORME INVASSAT	
2017	
GRUPO:	D
NIVEL:	1
GRAVEDAD:	L

Como cada año, 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. Se ha realizado un total de dos simulacros, uno de ellos con carga real.

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. Un trabajador formado es un trabajador motivado y eficaz.

Introducción

En nuestro sistema 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 dirección, de los responsables de departamento o del responsable del sistema de gestión. 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 del entorno.

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 más equitativo del crédito formativo contrastado en el R-13 y/o otra formación no dependiente de este..

-**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 en el resto de formación.

-**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. Se tendrá en cuenta como indicador, el papel consumido en oficinas.

-**Mejorar la formación general** ante nuevas necesidades, especialmente para nuevas incorporaciones y/o promociones para el desarrollo del trabajo habitual.

Indicadores

La formación realizada por la empresa en el 2017 fue muy superior en cómputo de horas totales a la efectuada en el 2016:

TOTAL FORMACIÓN	
2017	HORAS
Formación Pedagógica	20
Internacionalizac. Empresa	40
Implantación ISO	40
Selectiva PRL Carretillas	2
PRL	23
Sensibilización M.Amb	30
Manejo dispositivos	1
Mecánica	8
Wordpress	20
Canva	20
ISO	40
Capacitación puesto	80
TOTAL	320
Plantilla Media	40
PROMEDIO HORAS	8

Si bien es cierto que la misma se ha destinado a formar principalmente a las nuevas incorporaciones, mayoritariamente mandos intermedios, que han absorbido un porcentaje muy elevado sobre el total. En aquellos casos en los que se ha realizado a través del crédito de formación, indicar que se ha consumido al 100%, esto es, 3.482€.

PPIO 5 Y 7:	Nº HORAS EN ACC.SOCIALES Y M.AMB / HORAS TOTALES			
	2014	2015	2016	2017
HORAS				
SENS.S.SOCIAL	1	1	21	30
HORAS TOTALES	0	0	147	320
Porcentual s/TOTAL	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	14%	9%

Un total de 320 horas en formación que nos da un indicador de

-G4-LA9:Promedio de horas de formación anuales por empleado, desglosado según cuadro anterior.

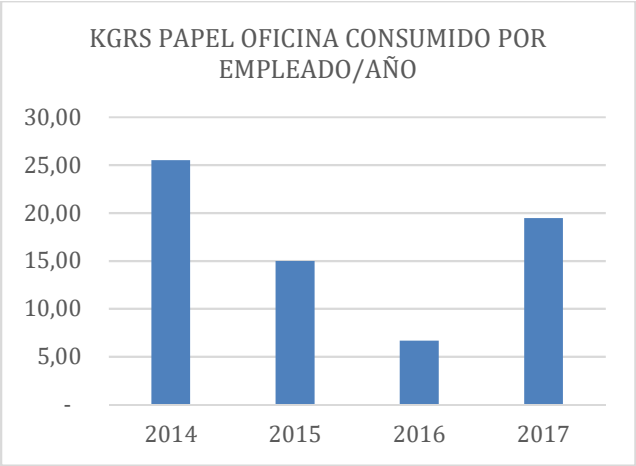
-El 2017 tiene un % inferior al 1% de formación, esto es, 0.4% sobre el total jornadas. Queda fuera pues de los parámetros de aceptación: =Nº DE HORAS FORMACIÓN/Nº HORAS TOTALES>=1%

-CONSUMO DE PAPEL/Nº EMPLEADOS OFICINAS. Fruto de la formación y sensibilización en medio ambiente. Se utiliza este indicador para el personal de oficinas. Adicionalmente se potencia la impresión a doble cara y la reutilización de papel todavía usable. Se está en lo dispuesto en los indicadores de medio Ambiente. Es decir: =CONSUMO DE PAPEL/Nº EMPLEADOS OFICINAS. El resultado de reducción ha sido negativo, con un incremento importante pasando de una ratio de 6, 67 kilos en 2016 a 19,63 kilos en 2017. La motivación puede venir por los periodos de aprovisionamiento imputados a cada ejercicio que no por un consumo real. Esto se vislumbrará en el próximo ejercicio.

Seguimiento

La formación se ha adaptado en base a un cuestionario de evaluación previo que se ha trasladado al R-12. En el 2017 se ha incrementado el número de cursos impartidos y con ello el nº de horas promedio por trabajador, si bien la realidad es que se han concentrado en su mayoría en ciertos mandos

intermedios para su adaptación y/o mejora al puesto de trabajo por nueva incorporación y/o promoción.. La parte correspondiente a la RSE tampoco se ha desarrollado este año quedando pendiente para el próximo ejercicio.



Consultar resto de indicadores de medioambiente en pag 47

Herramientas

Las herramientas utilizadas las proporciona el mismo SGI de que dispone TEXTIMCA S.A. Ya disponemos de mecanismos de evaluación para estos aspectos formativos, los cuales son evaluados.

Inserción de personas con discapacidad (LISMI)

Potenciar el empleo de personas con determinadas limitaciones o circunstancias especiales es una obligación 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	nº TRABAJADORES S/LISMI/TOTAL EMPLEADOS			
	2014	2015	2016	2017
Total Empleados	23	23	38	40
Nº emplaceados LISMI	1	1	1	1
Porcentual	4%	4%	3%	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 ha mantenido el acuerdo con el IVAS (Instituto Valenciano de Acción Social), dependiente de la Conselleria de Igualdad y Políticas Inclusivas. Dicho acuerdo que impulsa el trabajo de determinados colectivos de capacidades distintas se ha mantenido y se ha mejorado, aumentado la externalización de la producción en su Centro Especial de Empleo.

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

	EVOLUCIÓN DE LA PLANTILLA			
	2014	2015	2016	2017
Media Empleados Fijos	23,79	23,26	34,58	40
Media Empleados Temporales	0	0	0	0
Empleados ETT	16	17	8	8
Empleados a 31-12	23	23	38	40
Empleados ETT 31-12	16	17	8	8
TOTAL	39	40	46	48

En este sentido la evolución de la plantilla se ha mantenido en líneas generales aumentando en dos el nº de trabajadores de la empresa.

-En cuanto a la diversidad de la plantilla por nacionalidades se concluye que TEXTIMCA dispone de un 39% de plantilla de procedencia no nacional:

NACIONALIDAD PLANTILLA INDEFINIDA				
	2014	2015	2016	2017
Española	87%	87%	63%	65%
Marroquí	4%	4%	32%	30%
Ecuatoriana	4%	4%	3%	3%
Lituana	4%	4%	3%	3%

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

GENERO DE LA PLANTILLA				
	2014	2015	2016	2017
Hombre	83%	87%	92%	90%
Mujer	17%	13%	8%	10%

Por la tipología de trabajo a desarrollar, con un índice muy elevado que requiere esfuerzo físico, así como por el corte conservador y arraigado en la cultura empresarial, la proporción masculina sobre la femenina es desequilibrante. En este sentido se están realizando esfuerzos por la aplicación máxima de una paridad, especialmente en los procesos técnicos y administrativos.

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.
- Generar alguna división productiva propia que revista una forma de **Centro Especial de Empleo o si cabe como Empresa de Inserción**.

Seguimiento

Se realizó un planteamiento de diversificación de actividades con el fin de generar nuevas sinergias colaborativas durante el 2016 del que no hubo respuesta. Tampoco se ha recibido durante este 2017.

Se han iniciado las gestiones para la posible apertura de un CEE con el SERVEF (Servicio Valenciano de Empleo y Formación), de quien dependen estas competencias.

Falta de información a los empleados

La comunicación debe fluir en sentido ascendente y descendente en el seno organización. Comunicar es Informar y ello da sentido y razón al trabajo individual y colectivo.

Introducción

La información es necesaria para dar coherencia y sentido al trabajo que una persona desempeña. La información adecuadamente canalizada y filtrada puede suponer una motivación para el desarrollo e implicación laboral. Disponemos de un kit formativo de bienvenida para nuevos empleados.

Objetivos

Distinguimos dos líneas facilitadoras:

- Nuevas incorporaciones: Existe un kit informativo de bienvenida, formado por el uniforme y EPIS laborales, así como un manual y un circuito rápido de la instalación en la que desarrollará la actividad. La información/formación de carácter general con la finalidad de situar al empleado en el nuevo entorno y por ende en la posición que deberá ocupar correrá a cargo de su encargado/responsable directo e irá en función del cargo a desempeñar el que vaya de 3 a 30 días.
- Información transversal : es aquella que debe de proveerse a un empleado, departamento o incluso a la organización entera por circunstancias ordinarias o excepcionales tales como cambios, nuevas normas o

medidas, beneficios y obligaciones, y en general aquella que sea necesaria, sea en sentido ascendente o descendente.

Herramientas

Para el desarrollo de estos objetivos la organización dispone de varios paneles en los que se informa sobre reuniones, cambios, nuevas normas, etc y en general de cualquier aspecto de interés general.

Adicionalmente cada responsable de departamento deberá explicar a las personas a su cargo aquellas cuestiones de relevancia que emanen de departamentos superiores o dirección. La explicación conllevará “una debida justificación “ que la motive. Las reuniones semanales con dirección podrán

conllevar cambio de directrices.

Seguimientos

Aunque la empresa dispone de una metodología ante nuevas incorporaciones de trabajadores se debe actualizar la misma a la realidad cambiante de la organización.

En este sentido se debe elaborar un nuevo Manual de Bienvenida.

Asimismo y con el fin de refrendar aquella información relevante, se llevará registro de la misma para que adopte un canal formal dentro de la organización.

GRUPO DE INTERÉS

PROVEEDORES/CADENA DE SUMINISTRO



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 para poder trabajar con nosotros.

Introducción

TEXTILMCA S.A. no exige la inclusión de criterios de responsabilidad social entre sus proveedores de bienes y servicios, pero si valora la existencia de los mismos en la evaluación anual que realiza en aplicación de la norma UNE-EN ISO 9001/14001.

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 o cualquier otra práctica que evidencie la aplicación buenas prácticas en materia de RSE

No se dispone de un **código ético** escrito, pero fruto de sus compromisos voluntarios a los que se ha adherido como el de ASIRTEX, debe cumplir los que en esta se han establecido, haciéndola suya:

CÓDIGO ÉTICO Y BUENAS PRÁCTICAS DE LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN IBERICA DE RECICLAJE TEXTIL

El Código Ético y de Buenas Prácticas, tiene como finalidad explicitar el compromiso ético, alineado con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, tanto de la asociación como de todas las empresas y entidades que son socios de la misma.

Los firmantes de este código consideramos que el desarrollo de nuestra actividad se basa en la integridad, como una conducta honrada, de buena fe y responsable en todos los ámbitos de nuestro desempeño profesional.

La inobservancia o falta de cumplimiento de cualquiera de los siguientes principios podrán suponer la pérdida de la condición de socio.

Los miembros asociados nos comprometemos a:

1. Cumplir la legislación vigente en cada territorio dónde llevamos a cabo nuestra actividad, disponiendo

de todos los requisitos exigidos tanto en el ámbito nacional, autonómico y local, así como de las preceptivas autorizaciones que sean de aplicación como gestores de residuos.

2. Desarrollar nuestra actividad con responsabilidad, bajo un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente, haciendo nuestros los objetivos de mejora en la eficiencia energética, desarrollo de tecnologías respetuosas, conservación de los recursos naturales y reducción de la huella de CO2 siguiendo los principios indicados en las Estrategias 2020 y futuras de la Unión Europea, en materia de residuos y medio ambiente.

3. Incentivar a los ciudadanos a un uso responsable de los residuos que genera bajo el principio emanado de la Directiva Marco de Residuos (DMR) de “quien contamina paga” y fomentar una mayor sensibilidad de la población, hacia la protección del medio ambiente.

4. Proporcionar a nuestros empleados un entorno laboral saludable y seguro, promoviendo aquellas medidas de mejora en la prevención de riesgos laborales y de fomento de la salud en el trabajo. Asimismo incentivar la formación e iniciativas de nuestros empleados en materia de responsabilidad medioambiental y el intercambio de conocimientos entre los trabajadores del sector.

5. Respetar la libre competencia evitando aquellas prácticas que supongan un abuso o restricción ilícita de la competencia. Asimismo nos comprometemos a denunciar y dar a conocer a la opinión pública aquellas prácticas engañosas, fraudulentas o maliciosas, que lleven a la obtención de ventajas inapropiadas en el mercado.

6. Garantizar la transparencia de la actividad de reciclaje textil a la sociedad y de manera especial en aquellos subsectores, que tienen un vínculo directo con los ciudadanos como es la recogida selectiva en la vía pública. Por ello los asociados de este subsector nos comprometemos a:

— Garantizar que todo el mobiliario urbano/contenedores situados en la vía pública tengan una información que permita identificar con claridad la empresa que presta el servicio.

- Mantener los contenedores en perfecto estado, de tal manera que no produzcan un rechazo estético en la vía pública.
- Impulsar acciones de responsabilidad social corporativa, indicando con la denominación de “colaborador” la entidad social que es objeto de esa acción social por parte de la empresa.
- Respetar las obligaciones emanadas de la ocupación de vía pública de tal manera que todo el mobiliario urbano contará con la correspondiente autorización por el organismo público competente.
- Insertar en el mobiliario urbano/contenedores el logo de “buenas prácticas” de la Asociación como expresión del cumplimiento de este código.

7. Actuar lealmente con los miembros de la Asociación, participando activamente en sus fines y proyectos, compartiendo conocimientos y experiencias y respetando la confidencialidad en la información y los acuerdos tomados en caso de que fuera solicitado por la Junta directiva de la Asociación y/o Asamblea General.

8. Contribuir al conocimiento del sector informando verazmente de la actividad desarrollada en caso de ser solicitada por cualquier organismo encargado de la elaboración de informes de sostenibilidad, memorias públicas y estadísticas de la evolución en el reciclaje textil.

9. Promover el conocimiento y buena imagen de la Asociación en todos los ámbitos reseñados anteriormente

10. Este código ético compromete a todos los socios de ASIRTEX en sus decisiones y acciones y es de obligado cumplimiento para todos sus miembros tanto de manera institucional como personal. Todos los miembros que se incorporen a formar parte de ASIRTEX deberán aceptar expresamente los criterios de actuación establecidas en el presente código.

Objetivos

Los objetivos sobre la observancia de este principio son:

-Consolidar Relaciones a l/p: Incentivar el acercamiento a la cadena de suministro para conocer

las prácticas empresariales de nuestros colaboradores, consolidando las relaciones comerciales a largo plazo.
 Como **acción**, durante el ejercicio 2017 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: TEXLIMCA 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 POLITCAS DE RSE/N.º TOTAL PROVEEDORES >=10%

PC-02	Nº DE PROVEEDORS RSC/Nº TOTAL PROVEEDORES			
	2014	2015	2016	2017
PROV.RSC	12	14	18	21
TOTAL				
PROVEED	305	300	312	332
%	3,9%	4,7%	5,8%	6,3%

Pese a su incremento respecto del ejercicio 2016, motivado por el aumento y difusión de estas prácticas en el seno empresarial, no se llega al umbral mínimo de aceptación marcado, debido entre otras a la tipología de proveedor existente en el sector.

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.

Dentro de la evaluación de proveedores, se ha incrementado en 5 puntos el peso específico para la aplicación de la fórmula de homologación de proveedores.

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 vinculado a la recuperación de productos textiles está muy atomizado y no se caracteriza como de altas exigencias en el cumplimiento de los requisitos legales.

Especialmente y dentro de los subsectores que son proveedores de materias primas, son los gestores-clasificadores de ropa (gestores de residuos en su mayoría R-12 o R-13), recogedores de ropa (transportistas profesionales de residuos) y recuperadores, aquellos que menos requisitos cumplen en el desempeño de sus obligaciones.

Por el contrario, otro tipo de proveedores de servicios en general (transportistas, empresas de mantenimiento, etc..) si suelen ceñirse con mayor rigurosidad a las normas.

Con el fin de paliar dicha situación se conformó ASIRTEX (Asociación Ibérica de Reciclaje Textil) quién defiende la legalidad de las practicas de sus asociados y persigue todas aquellas fuera de la norma, entre otras cosas.

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. Dicho número no ha fluido demasiado durante el 2017 debido principalmente a lo señalado en la introducción.

Indicadores y Herramientas

N/A

Seguimiento

ASIRTEX ya dispone de varios asociados representantes de todos los subsectores aunque todavía no en número suficiente.

GRUPO DE INTERÉS

ADMINISTRACIÓN



Contratos transparentes con la Administración Pública

Se hace necesaria una regulación sectorial y un cambio de concepción de la Administración local frente al mismo. Debe conceptuarse como una actividad de gestión de residuos en donde confluyan empresas mercantiles y sociales en igualdad de condiciones.

Introducción

La actividad de recogida selectiva de ropa usada y su posterior gestión se encuentra olvidada por los poderes públicos.

Esto se ha generado por:

- Una ausencia de regulación legal acorde con la situación de mercado y generación actual.
 - Una falta de voluntad en el entendimiento de esta fracción por parte de la Administración Local.
 - La gran presión de los lobbies sociales que pretenden monopolizar estos servicios públicos al encontrar un nicho económico de mercado.
 - Una politización en la toma de decisiones municipales que priorizan más a la imagen pública que a la eficiencia en los servicios.
 - Unas herramientas jurídicas/administrativas más beneficiosas para las entidades sociales que realizan prácticas mercantiles.
- Empíricamente, todo lo anterior se ha materializado en:
- Una inadecuada colaboración ciudadana llena de suspicacias y dudas especialmente acrecentada cuando es una mercantil la que efectúa este tipo de servicios.
 - Una aumento exponencial en la cuota de mercado, de las organizaciones sociales en este sector
 - Una falta de criterios de transparencia en la contratación de estos servicios o si cabe, una

predilección por basarlos en criterios de índole social e incluso bajo reserva.

-Una falta de exigencia técnica en los procedimientos de concurrencia pública o fundamentados principalmente en cuanto a mercantiles ordinarias se refiere, en criterios estrictamente económicos.

Con esta praxis, la Administración Local sólo fomenta y prolonga un error de concepto sobre la fracción, haciendo un flaco favor a la ciudadanía. Esta falta de transparencia pone en evidencia en muchos de los casos la verdadera intencionalidad en su concesión, esto es por motivos recaudatorio o bien de imagen social que en ningún caso medioambiental.

Objetivos

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 este no tan nuevo residuo doméstico, que ahora mismo ya por si constituye más del 6% del total urbanos.

Se pretende de manera conjunta a través de asociacionismo empresarial :

- **Velar por la transparencia** en la contratación pública y la igualdad de oportunidades entre los concurrentes (sean empresas sociales o mercantiles ordinarias) en los que predominen criterios basados en la eficiencia.

- **Presentar, explicar e implicar a la sociedad sobre el alcance de esta fracción y la realidad** del sector fomentando un consumo responsable.

- **Comunicar e Informar a la Administración** sobre las magnitudes en cuanto a generación y posterior gestión que ayudaría a la realización de estudios y fijación de objetivos agregados.

- **Defender los intereses del mercantilismo** frente al tercer sector

Como **acción** para todo lo anterior se elaboró un estudio agregado en el año 2016 el cual fue presentado en diferentes foros públicos, así como también a las diferentes AAPP competentes en la

materia. Las magnitudes ahí descritas han generado ciertas dudas y por ende reflexiones sobre la importancia de esta actividad sectorial.

Indicadores

N/A

Seguimiento y Herramientas

Se ha participado en diferentes foros al respecto:

- Feria Internacional de Soluciones Medioambientales-ECOFIRA
- Participación en la Jornada temática sobre el residuo textil-ECOFIRA
- Presentación ante la Conselleria de Medi Ambient GVA
- Presentación ante la Consellería de Economía Sostenible GVA

Desinformación de la Administración Local

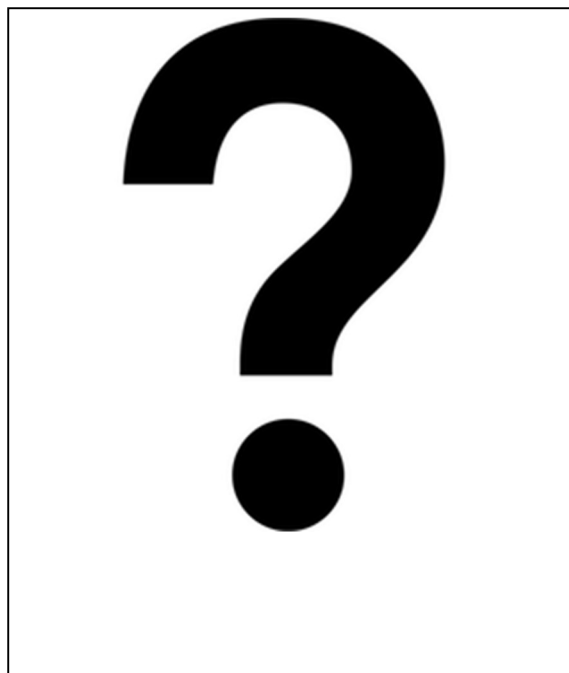
Una Administración desinformada es una mala gestora de servicios y una cómplice de sus errores entre sus ciudadanos y vecinos.

Introducción

La fracción textil o ropa usada, ha tenido un enfoque tradicionalmente social, debido a la escasez de recursos que hace años sufrió la sociedad civil. El escenario cambio sustancialmente cuando España se fue desarrollando como economía y el consumo continuado fue modificando la realidad .

Actualmente y debido al ultra-hiperconsumo se ha perdido todo sentido que considere a las mismas como una herramienta de solidaridad, pues apenas el 1% del volumen total recuperado tiene dicho fin, al no existir más demanda al respecto. Según la actual legislación europea y nacional, la ropa usada es un residuo domiciliario.

No obstante lo anterior, popularmente todavía se sigue pensando erróneamente que las prendas depositadas en contenedores son destinadas a tal fin. Salvo la forma jurídica que revisten las entidades, no existe una diferencia entre la gestión efectuada por las empresas sociales y las mercantiles.



Objetivos

La Administración Local se empeña en seguir vinculando la fracción textil con la gestión social de la misma, debido a la “tradición “ y especialmente a determinados condicionantes sociales de ámbito local que presionan a los diferentes grupos políticos en su toma de decisiones.

Desde los departamentos jurídicos no conocen la realidad del sector, ni la creciente actividad económica de las entidades sociales en el ejercicio de sus funciones.

Por tanto se hace necesario:

-Impulsar legislación y regulación al respecto: Es necesario que esta fracción de residuo quede regulada por ley de forma que todos los agentes implicados participemos bajo las mismas condiciones, y en donde se prime criterios de eficiencia , reciclado y trazabilidad.

-Homogeneizar el servicio a nivel nacional: La **acción** consistiría en constituir un Sistema Integrado de Gestión o sistema alternativo que regulara la prestación del servicio con criterios de eficiencia.

- **Informar a Responsables políticos y técnicos sobre la realidad de la fracción: la** La **acción** consistiría en dar charlas informativas tanto a COSITAL (Colegio de Secretarios, Interventores y Tesoreros de la Admon. Local), FEMP, y resto de foros de la administración local en donde se exponga y explique la realidad.

Indicadores Relacionados

N/A

Seguimiento y Herramientas

Se ha comenzado a participar en distintos foros con la finalidad de comunicar las necesidades expuestas. Se pretende seguir ahondando allá donde sea necesario para corregir las desviaciones que actualmente se están produciendo en la contratación de la administración local.

GRUPO DE INTERÉS

COMUNIDAD/CIUDADANIA



Invertir en las generaciones del futuro

El compromiso de la sociedad con la sostenibilidad debe ir más allá de la responsabilidad actual. Como parte de la misma, es nuestra obligación colaborar con ella.

Introducción

La relación de TEXTILMCA S.A. con la sociedad se canaliza a través de acciones de gestión municipal, información, transparencia y colaboración económica-social.

Aunque articulada en varias áreas de negocio, Textilmca entiende que su garantía de éxito depende, en el caso de la recogida selectiva, del compromiso ciudadano quienes en última instancia son los verdaderos clientes/usuarios de los servicios que presta Textilmca.

Una sensibilización ciudadana, una acción positiva en la gestión ambiental de los residuos urbanos y una contribución económico-social de ámbito local, es el valor añadido que aporta nuestra organización en pro de las generaciones futuras.

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)

-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

Durante el 2017 se realizaron las siguientes **acciones**:

-Se incrementó la carga de trabajo destinada a CEE con lo que este pudo generar más empleo.

-La plantilla fija está estabilizada y los puestos generados en el 2017 se han aumentado en nº de dos hasta tener una estructura fija de 40 personas.

-Debido a las circunstancias del mercado y a la pérdida de margen comercial y rentabilidad, nos hemos visto forzados a reducir el porcentaje de aportación destinado a acción social.

- Realizar más jornadas de sensibilización ambiental entre los centros escolares (min 500 alumnos/año). En este sentido se ha incrementado el volumen en casi un 6% respecto del 2016, cumpliendo el objetivo marcado.

-En cuanto a la mejora del aprovechamiento y la gestión de los residuos tratados, no se ha podido optimizar durante el 2017, sino todo lo contrario, dado que se está perdiendo aprovechamiento en su reutilización y los usos industriales cada día son más residuales.

Indicador

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

PPIO 5 :	FONDOS DESTINADOS A ACC.SOCIAL/VOLUMEN VTAS			
	2014	2015	2016	2017
Porcentual s/TOTAL	2,8%	4,1%	5,8%	5,2%

Observamos una ligera caída respecto del 2016 que se sitúa en el 5,2% motivado por la acción de ajuste en algún ayuntamiento.

-N.º DE PERSONAS PARTICIPADAS EN ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN

Salvo la forma jurídica que revisten las entidades, no existe una diferencia entre la gestión efectuada por las empresas sociales y las mercantiles.

Objetivos

Debemos :

-Apoyar cualquier iniciativa que apoye el principio de quien contamina paga que sea capaz de dotar de medios económicos a un sistema homogéneo que invierta entre otras en sensibilización ciudadana. La **acción** será colaborar asociativamente para conseguirlo.

-Eliminar cualquier imagen social del mobiliario urbano. La **acción** consistiría en la unificación de dicho criterio para todos los operadores nacionales.

- Comunicar más y mejor en medios de comunicación para que los ciudadanos conozcan la realidad y se desvincule esta fracción de aspectos sobre las que se apoyan muchas entidades para hacer actividad mercantil. Como **acción** deberemos participar en todas aquellos medios de comunicación

Indicadores Relacionados

N/A

Seguimiento y Herramientas

A través de ASIRTEX se está participando en diversos foros nacionales para la adecuación y organización sectorial.

Al parecer se prevee un cambio legislativo que contemplará la obligatoriedad municipal de una recogida separada obligatoria de esta fracción. Se está colaborando con distintos medios de comunicación para clarificar la realidad necesaria.

CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN

	2014	2015	2016	2017
Nº NIÑOS	2144	1713	595	611
Nº ADULTOS	0	70	90	110
TOTAL	2.144	1.783	685	721

Con un incremento cercano al 6%

Desinformación del ciudadano/consumidor

Un cliente desinformado es un comprador equivocado. La falta de información puede ocasionar un rechazo de nuestro servicio.

Introducción

La fracción textil ha tenido un enfoque tradicionalmente social el cual ha ido cambiando paulatinamente a medida que ha habido un desarrollo económico en el país que ha incrementado poco a poco su consumo reduciendo su concepción al mero residuo.

Pero este concepto se le resiste a la gran mayoría de ciudadanos, quienes piensan que sus prendas usadas deben de tener un enfoque social a través de su donación/caridad.

Este enfoque deja de tener sentido cuando hablamos del fast-fashion, generado por el ultra-hiperconsumo de moda. Los precios pagados por prendas nuevas, la facilidad por cambiar o reponer las mismas, las miles de colecciones que se lanzan semanalmente son algunos de los factores que están cambiando el concepto, la pérdida de valor y el arraigo personal por la ropa usada, dado que además su durabilidad es cada vez menor.

La realidad del sector obliga a explicar la situación a la ciudadanía para que sea consciente de la magnitud del problema y no confunda la donación de ropa con una acción de ámbito social.

Alianzas entre asociaciones y empresas

Fomentar el asociacionismo entre entidades que defiendan intereses comunes y transversales.

Introducción

Durante el año 2016 se constituyó ASIRTEX, asociación empresarial cuyo acrónimo significa Asociación Ibérica de Reciclaje Textil y que tiene como finalidad la defensa de la actividad frente a todos sus grupos de interés.

Conformada por empresas españolas y portuguesas de actividad principal el reciclaje textil.

- Recuperadores de materiales textiles
- Recicladores textiles
- Recogedores de ropa usada
- Clasificadores de ropa usada
- Productores de trapos de limpieza

Objetivos

La existencia de esta Asociación tiene como objetivos:

a) Integrar a todas las empresas que en el ejercicio de su actividad, sea del contexto que sea, se dediquen -en cualquier ámbito y forma-, al reciclaje textil, generando el fortalecimiento de la cohesión entre los asociados, fomentando la colaboración y la conciencia de sector agrupado en la Asociación.

b) Ostentar y defender los intereses comunes de las empresas asociadas del sector, para el reconocimiento público de la mismas en todos los ámbitos, ya sean públicos o privados, velando por el interés general de la actividad, fomentando el sustento y la defensa de la recuperación, el reciclaje y la reutilización de productos textiles recuperados en especial, poniendo en valor ante la Administración las empresas del sector de reciclaje textil en su actividad profesional vinculada al desarrollo sostenible.

c) Impulsar un marco regulatorio que garantice el buen funcionamiento y la transparencia de las empresas del sector. Formular, asesorar y negociar con la Administración la elaboración, desarrollo, aplicación y modificación de cuantas disposiciones pueda dictarse que afecten de forma general al sector

y al bienestar de la comunidad, promoviendo el consumo proveniente del reciclaje.

d) Mejorar la imagen social de las empresas ante la ciudadanía respecto al sector empresarial de organizaciones sociales, además de impulsar y divulgar la calidad de los trabajos de los asociados, de forma que trascienda a las empresas destinatarias y a la opinión pública en general, coordinando y unificando la actuación de sus miembros, de forma compatible con el reconocimiento y máximo respeto de la esfera de la autonomía propia de cada una de las empresas asociadas.

e) Garantizar un sistema de igualdad en los contratos públicos respecto a otro tipo de organizaciones empresariales; de manera especial en el ámbito de las corporaciones locales.

f) Dinamizar las sinergias colaborativas como fuente de obtención de fondos públicos tanto nacionales como de la Unión Europea en I+D+i. Firmar convenios de colaboración con universidades, centros de investigación o entidades análogas con la finalidad de promover la investigación y el estudio de la materia objeto de la Asociación.

g) Implicar a toda la cadena de valor del producto textil, especialmente a las grandes firmas, en su responsabilidad bajo los principios de “quien contamina paga” y de “responsabilidad ampliada del productor” y de todas aquellas que puedan emanar en el futuro.

h) Tener presencia internacional para la defensa de los intereses de la asociación.

i) Servir de canal de interlocución con la Administración en general, así como con todos los partidos políticos y demás instituciones nacionales e internacionales con respecto a cualquier tema o cuestión relacionada con el reciclaje textil.

j) Establecer canales de comunicación y colaboración con las autoridades independientes del reciclaje o cualquier otra relacionada con la materia, sea cual sea su ámbito territorial, fomentando la coordinación y colaboración más estrecha entre Asociaciones de naturaleza similar, cualquiera que fuera su ubicación.

k) Firmar convenios de colaboración con empresas proveedoras de servicios y productos para las personas asociadas.

l) Recopilar, resumir y distribuir la documentación e información en el campo de actividad de la Asociación y en su seno.

m) Definir con carácter divulgativo, los contenidos aconsejables de los distintos niveles de actividad de las empresas que incrementen el posicionamiento y la notoriedad de los miembros de la asociación, mediante la organización de cursos, seminarios, conferencias y cualquier manifestación de trabajo en común.

n) Los demás que se deriven de los intereses de la actividad y en general favorecer toda realización encaminada a hacer progresar la tecnología, la

sostenibilidad, la calidad, la legislación, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la expansión del reciclaje textil.

Herramientas y Seguimiento

Una vez conformada la asociación, se ha comenzado una intensa labor institucional que se ha puesto de relieve en todas las entrevistas y foros participados haciéndose eco de ello muchos foros medioambientales.

GRUPO DE INTERÉS

MEDIO AMBIENTE



Falta de medición de los residuos en CO2

Debemos conocer el impacto de nuestra actividad y del sector en el medio ambiente. Para poder 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 14001 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

Actualmente esto se aplica a todas las instalaciones en las que opera y en todo su alcance.

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.

Para el 2018 se calculará la de 2017 para comenzar a certificar la reducción de aquellos aspectos ambientales CO2 posibles de nuestra actividad.

Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de CO₂ del Ministerio de Agricultura y Pesca, 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	2015
Alcances	1 + 2
Límites de la organización incluidos en el cálculo	Se incluyen las actividades relacionadas con la recogida selectiva, corte de trapo, clasificación de ropa y los labores administrativos desarrollados en los edificios, instalaciones y vehículos gestionados por TEXLIMCA, S.A.

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



Valenere Ulagui Aparicio
Directora General
Oficina Española de Cambio Climático
Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente

Fecha de inscripción: 22-05-2018
Código: 2018_00_a061

Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de CO₂ del Ministerio de Agricultura y Pesca, 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	2016
Alcances	1 + 2
Límites de la organización incluidos en el cálculo	Se incluyen las actividades relacionadas con la recogida selectiva, corte de trapo, clasificación de ropa y los labores administrativos desarrollados en los edificios, instalaciones y vehículos gestionados por TEXLIMCA, S.A.

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

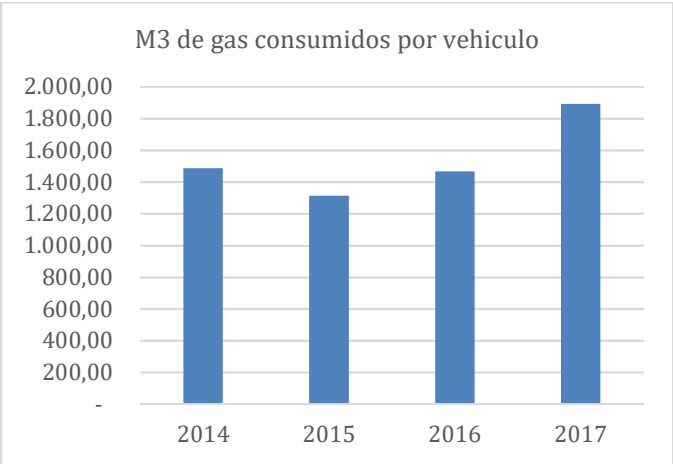
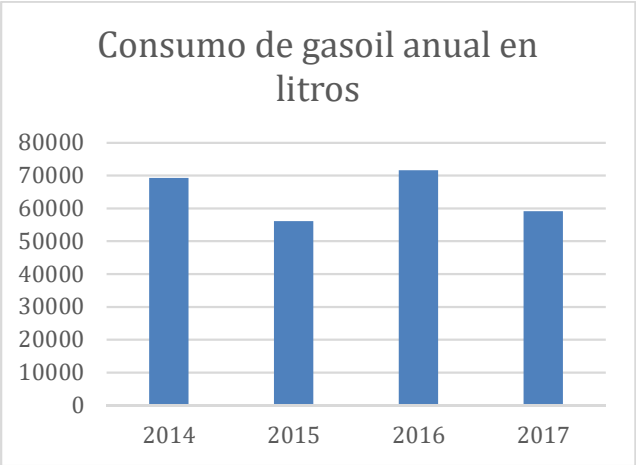
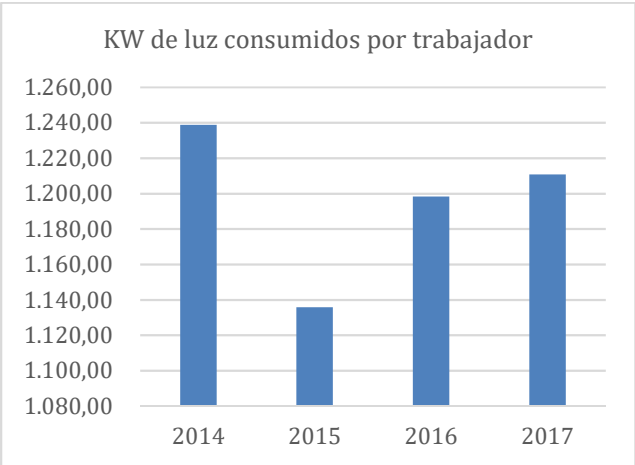
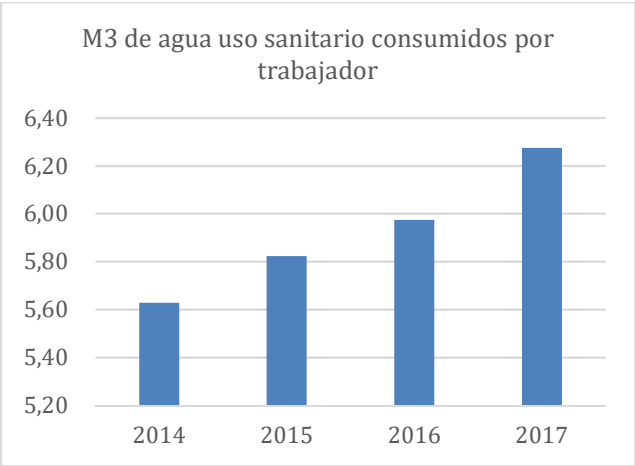


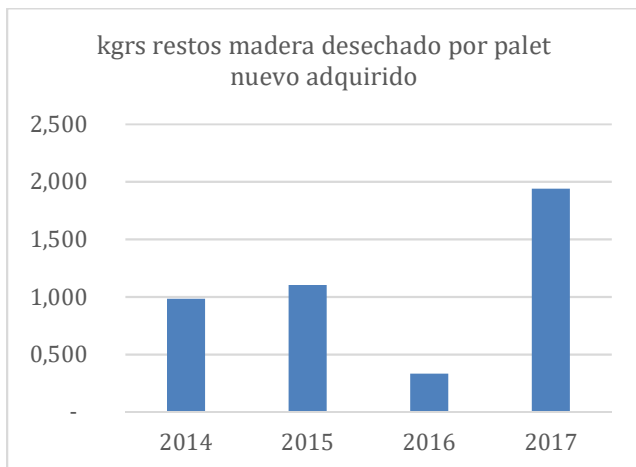
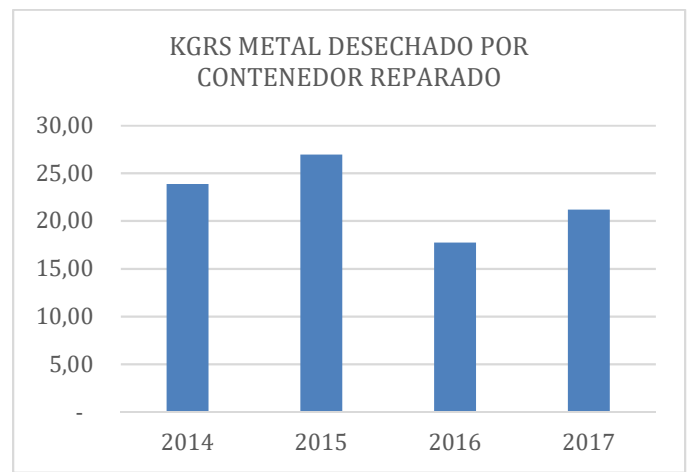
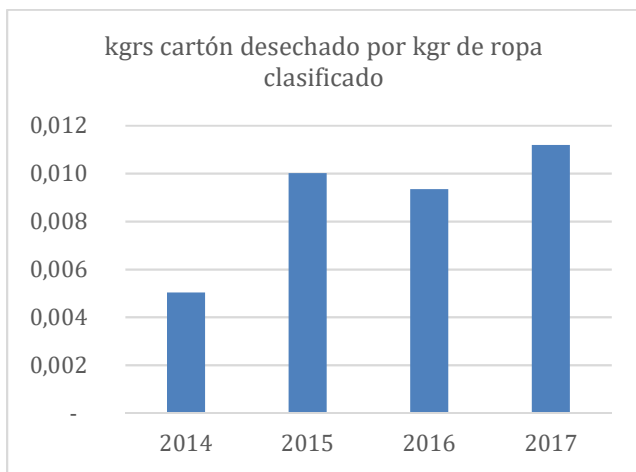
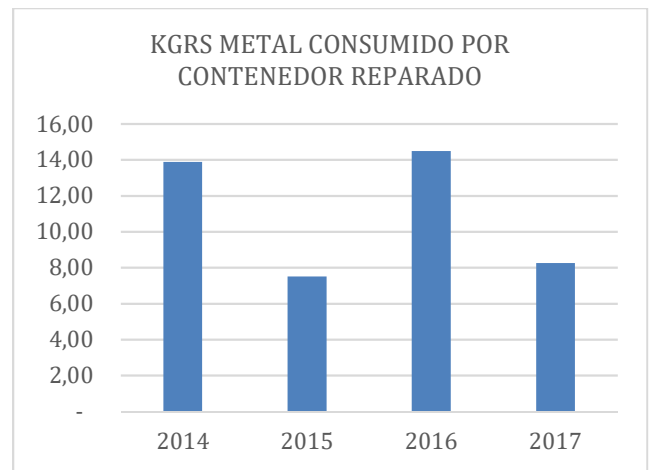
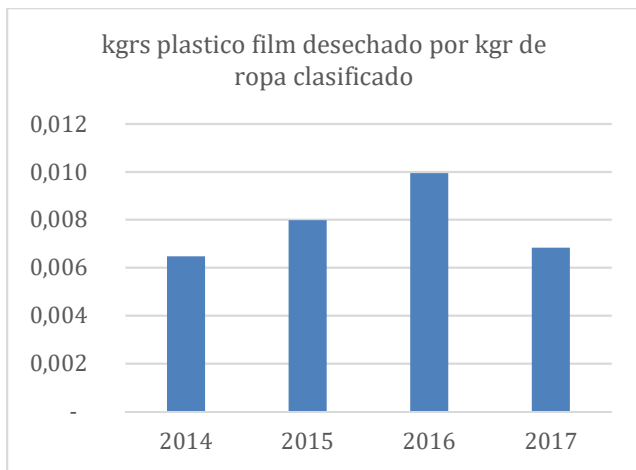
Valenere Ulagui Aparicio
Directora General
Oficina Española de Cambio Climático
Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente

Fecha de inscripción: 23-05-2018
Código: 2018_00_a062

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:





Seguimientos y Herramientas

Se han calculado las correspondientes huellas de CO₂ de los ejercicios 2015 y 2016, con ello podremos avanzar el programa CALCULO+REDUZCO, una vez cursada la huella CO₂ del 2017 en la próxima anualidad.

Otro input necesario seria conocer la cifra agregada del sector en aras de mejorar e informar las relaciones con la Administración.

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

Uno de los parámetros a la hora de realizar una nueva adquisición, como también un mantenimiento o reacondicionamiento de maquinaria y equipos deberá ponderar en criterios de sostenibilidad .

En este sentido maquinaria y especialmente vehículos se fundamentan en dichos criterios:

- 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 y Seguimiento

Como objetivo para el 2017 se pretendió mejorar la relación entre el dpto. de Calidad y M.Ambiente y el de compras para que en las mismas se aplique criterios de sostenibilidad.

Una de **las acciones** realizadas ha sido:

- Iniciar el cambio del ERP que implicará un ahorro de los consumos de papel, aunque todavía está en proceso.
- Aplicar un criterio de elección de vehículos comerciales con motorizaciones con emisiones inferiores a 150 (g/Km)² y sistemas Star-Stop.
- Renovar el parque de vehículos turismos, retirando aquellos que tengan más de 10 años.
- Replantear los sistemas de propulsión híbridos o eléctricos por delante de los de combustión.

Indicadores Relacionados

N/A

Buenas prácticas medioambientales internas y externas de la organización

Concienciar es apostar por un futuro mejor

Introducción

La concienciación ambiental entre los trabajadores es fundamental para un trabajo bien ejecutado, en un entorno más limpio en el que se optimizan los recursos y consumos, haciendo a la organización más eficiente.

Criterios como una buena separación en origen proporciona un reciclado de calidad de todas aquellos residuos/recursos que la organización genera. Una desconexión de los aparatos eléctricos cuando no son utilizados, conlleva un ahorro energético. Un grifo bien cerrado consume menos recursos naturales....

Objetivo y seguimiento

Es por ello por lo que como norma se ha establecido anualmente realizar :

-Internamente: sensibilización medioambiental de todos los trabajadores sobre aquellas cuestiones relacionadas, sean o no cotidianas, para su aplicación personal o profesional.

-Externamente: siguiendo la pirámide en la jerarquía de la gestión de residuos y en aras de fomentar la prevención en su generación y la sensibilización de las generaciones futuras, se impartirán anualmente jornadas a los escolares de los centros educativos sitios en los municipios en donde prestamos servicio.

Durante el 2017 y en base a las medidas preventivas entre el personal de TEXLIMCA S.A. no se ha producido ningún accidente ambiental.

En cuanto al seguimiento del 2017 se evidencia una reducción en la cantidad de horas de sensibilización internas, pero un repunte en el número de jornadas impartidas externamente.

PPIO 7 Y 9:	Nº HORAS SENSIBILIZACIÓN M.AMB/ Nº HORAS TOTAL			
	2014	2015	2016	2017
HORAS SENS.M.AMB	25	50	26	30
HORAS TOTAL FORM	603	1066	147	320
Porcentual s/TOTAL	4%	5%	18%	9%

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 5.

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 :

-Europa: España,Portugal, Rusia, Lituania, Mónaco, UK, Francia , Ucrania.

-América: Cuba, Chile.

-África: Túnez, Togo, Senegal , Emiratos Árabes, Burkina Faso.

-Asia: Turquía, Japón.

C.-Aprovisionamientos productos y materias primas:

-Europa: Portugal, Bélgica, España, Francia.

-América: Chile, EEUU

-África: Túnez, Islas Mauricio

-Asia: Pakistán, China y 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. Comuniquen todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).

40 empleados con contrato indefinido:

-10% MUJERES

-90% HOMBRES

8 empleados con contrato a través de ETT:

-100% 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: $\ddot{Y}\ddot{Y}^*$ ostente un cargo en el órgano de gobierno; $\ddot{Y}\ddot{Y}^*$

participe en proyectos o comités; Y* realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; 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 TEXLIMCA S.A.

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

RECUPERACIÓN Y VALORIZACION DE RESIDUOS TEXTILES, TEJIDOS Y ROPA USADA.PRODUCCIÓN Y VENTA DE 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 - Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización; por ejemplo: * 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 cambio del vocal del consejo de administración D.Alfredo Peretó quien ha sido sustituido por Mª Doloeres Peretó Martinez.

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.

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. Asimismo está alineada con determinados objetivos 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: 48 en entre propios fijos y subcontratados.

VENTAS: 4.642.325 €

PATRIMONIO NETO: 1.735.486€

PASIVO CORRIENTE: 1.202.595€

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.

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. Se ha proseguido con los mismos desafíos del pasado 2016 reportando los resultados y se ha añadido alguno adicional.

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 introducción de tres desafíos adicionales en:

-Comunidad/Ciudadanía: Desinformación del consumidor

-Administración: Desinformación de la Administración Pública

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

PERIODO: Desde el 1-1-2017 al 31-12-2017

EXCLUSIONES: Ninguna

PAISES:

A.- .-Prestación de Servicio: España y Portugal

B.-Comercialización de productos y subproductos :

-Europa: España, Portugal, Rusia, Lituania, Mónaco, UK, Francia , Ucrania.

-América: Cuba, Chile.

-África: Túnez, Togo, Senegal , Emiratos Árabes, Burkina Faso.

-Asia: Turquía, Japón.

C.-Aprovisionamientos productos y materias primas:

-Europa: Portugal, Bélgica, España, Francia.

-América: Chile, EEUU

-África: Túnez, Islas Mauricio

-Asia: Pakistán, China y Japón

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

-Trabajadores: Falta de información al trabajador

La presentación , orden y descripción está dispuesta por grupos de interés tal y como la memoria anterior del 2016.

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 (Mambiente)
- 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.

Cientes, 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.

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 TEXTILMCA 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.

4º.-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.

5º.-COMUNIDAD/SOCIEDAD CIVIL: TEXTILMCA 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/textilmca>) , 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.

6º.-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

7º.-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).
15-11-2017

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.

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. (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

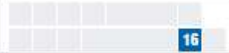
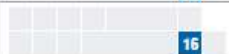
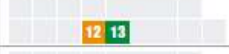
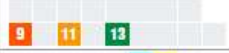
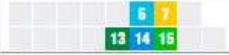
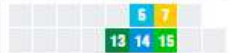
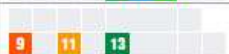
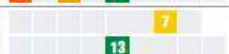
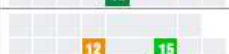
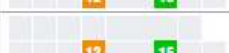
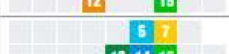



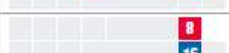
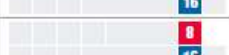
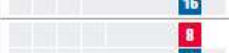

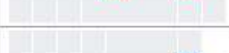
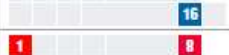

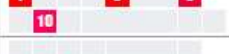
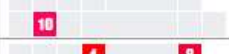

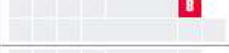

G4-56 - Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.

Arraigada cultura empresarial, códigos de buenas prácticas conductores y código ético de la asociación empresarial ASIRTEX a la que se ha adherido Texlimca



ANEXO CORRELACIÓN DE DESAFÍOS Y ODS

CORRELACIÓN DE LOS ELEMENTOS ANALIZADOS EN LOS INFORMES DE PROGRESO CON LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL Y LOS 17 ODS

Desafíos para la empresa	ODS	Principios
Administración		
Contratos transparentes con la Administración Pública		10
Tráfico de influencias en la contratación con la Administración Pública		10
Medioambiente		
Falta de medición de los residuos en CO2		8
Ausencia de tecnologías respetuosas con el medioambiente		9
Desconocimiento del impacto ambiental de la entidad		8
Identificación de los aspectos ambientales del entorno donde opera		8
Uso de nuevas tecnologías respetuosas con el medioambiente		9
Cálculo y compensación de los residuos en CO2		8
Optimizar el uso de papel en la entidad		7
Falta de control del volumen de materiales impresos		7
Conocimiento del impacto ambiental de la entidad		8
Empleados		
Apoyo al empleado para ejercer su derecho a la negociación colectiva		3
Contratación de mano de obra infantil		5
Falta de información a los empleados		3
Deterioro de la Paz Social en la entidad		3
Mejoras de RSE sobre la normativa laboral		4
Respeto de las cláusulas contractuales con los empleados		4
Conciliación familiar y laboral		4
Regular la aceptación de regalos		10
Incumplimiento del convenio colectivo		3
Mejora de la diversidad de la plantilla en la entidad		6
Discriminación por discapacidad		6
Falta de formación del empleado para el desarrollo de su actividad		1
Incertidumbre en el ambiente laboral		1
Aceptación de regalos que comprometan a la entidad		10
Estudio y aprovechamiento de las capacidades de los empleados		6

Desafíos para la empresa	ODS	Principios
Favorecer la competencia transparente entre entidades		10
Falta de compromiso del empleado con la entidad		1
Favoritismo en la contratación de empleados		10
Combatir los casos de soborno		10
Salud y seguridad en el lugar de trabajo		1
Combatir y erradicar todas las formas de extorsión		10
Realización de horas extras no acordadas		4
Información de las condiciones laborales en el proceso de contratación		6
Discriminación por raza		6
Igualdad de género		6
Accidentes laborales		1
Formación como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados		1
Identificación del empleado con la entidad		1
Discriminación por edad		6
Ausencia de evaluaciones de desempeño		6
Buen ambiente laboral		1
Contratar empleados en función de sus aptitudes profesionales		10
Combatir y erradicar todas forma de malversación		10
Impulsar la sensibilización en materia medioambiental		7
Inserción de personas con discapacidad (LISMI)		6
Discriminación por género		6
Competencia desleal		10
Generar oportunidades para jóvenes con talento		6
Promoción del valor de las personas en las organizaciones		1

Proveedores

Falta de colaboración continua con los proveedores		2
Contratar a proveedores de servicios que cumplan los Derechos Humanos		2
Contratar a proveedores que cumplan con criterios de RSE		2
Falta de criterios responsables en la selección de proveedores		2
Proveedores como aliados de RSE en la empresa		2
Realizar compras a proveedores que cumplan con los Derechos Humanos		2

Desafíos para la empresa	ODS	Principios
Desconocimiento de criterios de RSE por los proveedores	12 13 8	2
Cumplimiento de la normativa	8 16	10
Crear relaciones estables con los proveedores	12 8 16	1
Impactos en la reputación empresarial derivados de la relación con proveedores	12	1
Mejorar el conocimiento de los proveedores en materia de RSE	12 13 8	2
Evaluación de proveedores	12 8 16	2
Clientes		
Falta de conocimientos de los clientes en la utilización de productos y servicios	12	1
Información asimétrica con clientes	12 17	10
Valoración negativa de los clientes	12	1
Desinformación de los clientes	12	1
Transparencia en el ejercicio de la actividad con clientes	12 16 17	10
Falta de prospección al cliente	12	1
Formación para clientes	4 12	1
Acercar la RSE al consumidor final	4 12	1
Tratamiento óptimo de las bases de datos de clientes (LOPD)	12 16	1
Relación duradera con los clientes	12 8	1
Fomentar la calidad en la entidad a todos los niveles	9 12	1
Satisfacción del cliente	12 8	1
Etiquetado e información transparente al cliente	12 16	10
Blanqueo o lavado de dinero	16	10
Accesibilidad de los productos y servicios	1 2 9 12	1
Comunidad		
Alianzas entre asociaciones y empresas	17	5
Invertir en las generaciones del futuro	3 4 11	6
Acción social para la Comunidad	1 2 3 4 11	1
Socios		
Satisfacción de expectativas	16 17	1
Relación duradera con socios/accionistas	16 17	10

CORRELACIÓN DE LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

DERECHOS HUMANOS

NORMAS LABORALES

MEDIO AMBIENTE

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

- 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos
- 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
- 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva.
- 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.

- 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
- 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.
- 10 Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.





APOYAMOS
AL PACTO MUNDIAL

Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

