



# Informe de Progreso 2019-2020

## Grupo CTL-TH Packaging

## Índice

<b>NUESTRO COMPROMISO</b> .....	<b>3</b>
<b>¿QUIÉNES SOMOS?</b> .....	<b>5</b>
<b>PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS</b> .....	<b>6</b>
<b>COVID-19 Y NUESTRO COMPROMISO</b> .....	<b>13</b>
<b>ESTRATEGIA Y GOBIERNO</b> .....	<b>14</b>
POLÍTICA .....	14
CÓDIGO ÉTICO.....	15
<b>METODOLOGÍA</b> .....	<b>16</b>
GRUPOS DE INTERÉS .....	17
Clientes.....	18
Empleadas/os.....	18
Proveedores.....	18
ANÁLISIS .....	19
EVOLUCIONANDO DE LOS PRINCIPIOS A LOS ODS .....	20
<b>INFORME DE PROGRESO</b> .....	<b>24</b>
DERECHOS HUMANOS .....	24
Principio 1.....	24
Principio 2.....	24
Objetivos de Desarrollos Sostenibles 3, 4, 5, 8, 10, 16 .....	24
POLÍTICAS.....	24
DIAGNÓSTICO, SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS.....	27
ACCIONES.....	29
NORMAS LABORALES.....	30
Principio 3.....	30
Principio 4.....	30
Principio 5.....	30
Principio 6.....	30
Objetivos de Desarrollos Sostenibles 1, 3, 4, 5, 8, 10, 16 .....	30
POLÍTICAS.....	31
DIAGNÓSTICO / SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS .....	34
ACCIONES.....	37
MEDIO AMBIENTE .....	38
Principio 7.....	38
Principio 8.....	38
Principio 9.....	38
Objetivos de Desarrollos Sostenibles 6, 7, 9, 11, 12, 13, 15, 17 .....	38
POLÍTICAS.....	39
DIAGNÓSTICO / SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS .....	41
ACCIONES.....	49
ANTICORRUPCIÓN.....	51
Principio 10.....	51
Objetivos de Desarrollos Sostenibles 10, 16.....	51
POLÍTICAS.....	51
DIAGNÓSTICO / SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS .....	52
ACCIONES.....	52
<b>COMPROMISO FINAL</b> .....	<b>53</b>

## Nuestro compromiso

Nos complace presentarles la renovación de nuestro compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, a través de este Informe de Progreso.

Desde el principio, siempre hemos tenido como prioridad convertir esta empresa en una organización con un gran sentido de la responsabilidad corporativa. En línea con esa idea, en 2014 nos adherimos al Pacto Mundial en apoyo a la implantación de los 10 principios.

En el Grupo CTL-TH Packaging, entendemos la RSE como un elemento intrínseco y fundamental a nuestra actividad como empresa.

El alcance de ese informe se circunscribe a las empresas CTL-TH Packaging, Tuboplast, CTL Packaging y CTL-TH Engineering.

Nuestra Visión: Ofrecer soluciones de packaging innovadoras y globales que creen identidad y distinción en nuestros clientes, sus consumidores/as y en la sociedad

El grupo CTL-TH Packaging procede a difundir el informe de progreso 2019 y con una periodicidad anual a través de la Web corporativa y web de la Red Pacto Mundial, de manera directa a la dirección de las empresas del grupo CTL-TH Packaging.



<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/41671#cop>



30 July 2014

H.E. Ban Ki-moon  
Secretary-General  
United Nations  
New York, NY 10017  
USA

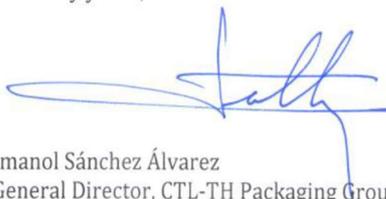
Dear Mr. Secretary-General,

I am pleased to confirm that CTL-TH Packaging S.L.U. supports the ten principles of the Global Compact on human rights, labour, environment and anti-corruption. With this communication, we express our intent to implement those principles. We are committed to making the Global Compact and its principles part of the strategy, culture and day-to-day operations of our company, and to engaging in collaborative projects which advance the broader development goals of the United Nations, particularly the Millennium Development Goals. CTL-TH Packaging S.L.U. will make a clear statement of this commitment to our stakeholders and the general public.

We recognize that a key requirement for participation in the Global Compact is the annual submission of a Communication on Progress (COP) that describes our company's efforts to implement the ten principles. We support public accountability and transparency, and therefore commit to report on progress within *one year* of joining the Global Compact, and *annually* thereafter according to the Global Compact COP policy. This includes:

- A statement signed by the chief executive expressing continued support for the Global Compact and renewing our ongoing commitment to the initiative and its principles. This is *separate* from our initial letter of commitment to join the Global Compact.
- A description of practical actions (i.e., disclosure of any relevant policies, procedures, activities) that the company has taken (or plans to undertake) to implement the Global Compact principles in each of the four issue areas (human rights, labour, environment, anti-corruption).
- A measurement of outcomes (i.e., the degree to which targets/performance indicators were met, or other qualitative or quantitative measurements of results).

Sincerely yours,



Imanol Sánchez Álvarez  
General Director, CTL-TH Packaging Group

## ¿Quiénes somos?

CTL-TH Packaging S.L. fue constituida en el año 1964 con sede social en Vitoria-Gasteiz (España). Somos una sociedad mercantil con forma de sociedad limitada, siendo nuestros accionistas Kaizaharra Corporación Empresarial (KCE), con participación mayoritaria, y Corporación Juan Celaya, S.L., con participación minoritaria.

Su órgano de gobierno es el Consejo de Administración de la sociedad y está presidido por Juan Ignacio López Gandásegui.

**Nombre de la entidad:** CTL-TH Packaging S.L.U

**Dirección:** Hermanos Lumiere 1, Miñano (Álava)

**Alto cargo:** Imanol Sánchez Álvarez

**Fecha de adhesión:** 30/07/2014

**Número de personas:** 600

**Sector:** Industria química / Fabricación de envases

**Actividad, principales marcas, productos y/o servicios:**

Diseño, desarrollo, producción y comercialización de envases tubulares flexibles de plástico y metaloplástico, tapones y componentes para dichos envases.

**Ventas / Ingresos:** 70.000.000 €

**Ayudas financieras significativas recibidas del gobierno:** 72.000 €.

**Países en los que está presente (donde la entidad tiene la mayor parte de su actividad) y mercados servidos:**

Francia, España, USA, Italia, Alemania, Reino Unido, Irlanda del Norte, Bélgica, Países Bajos, Suecia, Dinamarca, Portugal, Perú.



<http://www.tuboplastctl.com/>

## Premios y reconocimientos

El grupo CTL-TH Packaging se ha distinguido históricamente por ser una empresa orientada a la innovación tecnológica y de producto, al desarrollo y bienestar de sus personas y comprometida con la sociedad.

Por ello y a modo de ejemplo, resaltamos algunas menciones que hemos recibido como empresa en los últimos años.

<p>ETMA</p> <p>Mejor tubo de plástico</p> <p>Caudalie (tubo PCR con Wooden cap)</p> <p>2015</p>	 <p>European Tube Manufacturers Wooden cap Tube of the year 2015</p>
<p>ETMA</p> <p>Mejor tubo prototipo</p> <p>ESTube efectos holográficos</p> <p>2015</p>	 <p>European Tube Manufacturers ESTube Holographic Tube of the year – prototype 2015</p>

<p>Ciente Yanbal</p> <p>Premio “Very Important Partner 2015”</p> <p>2015</p>	 <p>Yanbal Very Important Partner Award 2016</p>
<p>ETMA</p> <p>Mejor tubo prototipo</p> <p>ESTube "Be Unique" impresión digital offset con serializacion (decoración, número &amp; QRCode único en cada tubo)</p> <p>2016</p>	 <p>European Tube Manufacturers ESTube Digital Offset Tube of the year – prototype 2016</p>

<p>Provincia de Álava</p> <p>Premio de la empresa más innovadora (categoría empresa media y grande)</p> <p>2016</p>	
<p>Mutualia</p> <p>Empresa con trayectoria ejemplar en sus políticas y métodos de prevención de Riesgos Laborales</p> <p>2017</p>	
<p>Feria de Packaging Innovación en Madrid</p> <p>IPA Awards premia a CTL-TH Packaging en las categorías de Innovación y Sostenibilidad en el Envase</p> <p>2017</p>	

<p>Fundación Laboral San Prudencio</p> <p>Empresa reconocida por su esmerado trabajo, su calidad, su buen hacer, su aportación a la sociedad y porque son auténticos modelos a imitar en la provincia de Álava</p> <p>2017</p>	<p><b>BUENAS PRÁCTICAS DE ORGANIZACIONES ALAVESAS</b></p>								
<p>ETMA</p> <p>Formes de Luxe</p> <p>Mejor Partnership Innovador</p> <p>2017</p>	<p><b>PREMIO « FORMES DE LUXE » 2017</b></p> <p>CTL-TH PACKAGING gana el premio « Formes de Luxe 2017 » por su ESTube Thalgo - Prodige des Océans.</p> <p>Por 19ª vez en su historia, la revista Formes de Luxe ha celebrado el mejor partnership innovador entre una marca y un proveedor de packaging. Seleccionado por un jurado de expertos, el ESTube Thalgo fue presentado ante 600 profesionales del sector del packaging y elegido como ganador de la categoría tubo 2017.</p> <p>El trofeo se entregó a CTL y THALGO en la feria de Luxepack Mónaco el 3 de Octubre.</p>								
<p>Ecolleste</p> <p>Certificado de Reciclaje Solidario</p> <p>2017</p>	<p><b>Certificat de recyclage solidaire - Année 2017</b></p> <p>CTL PACKAGING 8 route de Saint-Pourçain - 03110 CHARMEIL</p> <p><b>1109 kg de déchets collectés au cours de l'année</b></p> <p><b>Bénéfices environnementaux du tri des papiers de bureau (815 kg) :</b></p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>1146 kg de bois économisés (8 arbres env.)</td> <td>39280 litres d'eau économisés</td> <td>8352 kWh économisés</td> <td>30 kg de CO2 évités</td> </tr> </table> <p><small>Source des données utilisées pour cette estimation : <a href="http://www.bonnes-pratiques.fr/rapport">http://www.bonnes-pratiques.fr/rapport</a></small></p> <p><small>ECOLLESTE - Antennes de REZAY, Rue de Océanologie, 2, Valley Pines, 03000 CHATELAIN LE VIEUX - SIRET : 770 504 546 00011 - Tel : 04 70 95 44 10 - Email : <a href="mailto:ecolleste@ecolleste.fr">ecolleste@ecolleste.fr</a></small></p>					1146 kg de bois économisés (8 arbres env.)	39280 litres d'eau économisés	8352 kWh économisés	30 kg de CO2 évités
1146 kg de bois économisés (8 arbres env.)	39280 litres d'eau économisés	8352 kWh économisés	30 kg de CO2 évités						
<p>IPA Awards</p> <p>Innovacion y Sostenibilidad en el Envase</p> <p>2017</p>	<p><b>IPAAWARDS</b> INSPIRATIONAL PACKAGING</p>								

	<h1>Informe Progreso 2019</h1>	Código	Sin
		Versión	2019
		Página	10 de 53

<p>EcoVadis</p> <p>CTL-TH Packaging, empresa entre el 5% de las empresas mejor valoradas por EcoVadis en nuestro sector.</p> <p>2018</p>	
<p>Estée Lauder</p> <p>Supplier Excellence Award New Packaging Innovation</p> <p>2018</p>	
<p>HP Indigo</p> <p>Inkspiration Awards – Tubos Flexibles</p> <p>2018</p>	
<p>EcoVadis</p> <p>CTL-TH Packaging, empresa entre el 5% de las empresas mejor valoradas por EcoVadis en nuestro sector.</p> <p>2019</p>	

<p>ETMA</p> <p>Categoría de Prototipo por nuestro enfoque sostenible en el ESTube</p> <p>2019</p>	
<p>HP Indigo</p> <p>Inkspiration Awards – Tubos Flexibles</p> <p>2019</p>	
<p>Cliente: Puig</p> <p>Reconocimiento evaluación EcoVadis</p> <p>2019</p>	
<p>MORE</p> <p>Tuboplast, empresa comprometida con la economía circular.</p> <p>2019</p>	

<p><b>MORE</b></p> <p>CTL, empresa comprometida con la economía circular.</p> <p>2019</p>	
<p><b>PRS Green Label</b></p> <p>Tuboplast. Por su contribución activa a un sistema de gestión de agrupación de circulación de pallets y su reutilización.</p> <p>2019</p>	
<p><b>EcoVadis</b></p> <p>CTL-TH Packaging, empresa entre el 5% de las empresas mejor valoradas por EcoVadis en nuestro sector.</p> <p>2020</p>	

## COVID-19 y nuestro compromiso

### Nota de prensa

El fabricante de envases CTL-TH Packaging se ha sumado a la lucha contra el Covid-19 proporcionando tubos flexibles en tiempos muy ajustados para envasar soluciones hidroalcohólicas. Ha puesto sus plantas de Vitoria, Barcelona y Vichy (Francia) a trabajar en la producción de estos suministros, con el fin de proporcionar packaging a los fabricantes de geles higienizantes dando respuesta a la urgencia de la demanda



<https://newsfragancias.com/beautylovers/industria-de-belleza-unida-para-luchar-contra-el-coronavirus/>

### Nuestro compromiso con la sociedad frente la COVID-19

CTL-TH Packaging se ha sumado a las iniciativas para luchar contra el coronavirus. Por ese motivo se ha realizado una campaña de donación de 10.000 geles hidroalcohólicos.

En primer lugar, para agradecer a toda la plantilla su esfuerzo y dedicación en estos duros meses, se han regalado un tubo de hidrogel a todos los trabajadores de las empresas del grupo (CTL-TH Packaging, CTL Engineering, CTL Packaging, Tapser y Tuboplast).

En segundo lugar, 9.000 unidades se han entregado a Protección Civil y Cruz Roja que realizarán un reparto equitativo entre las poblaciones de Barcelona y País Vasco.

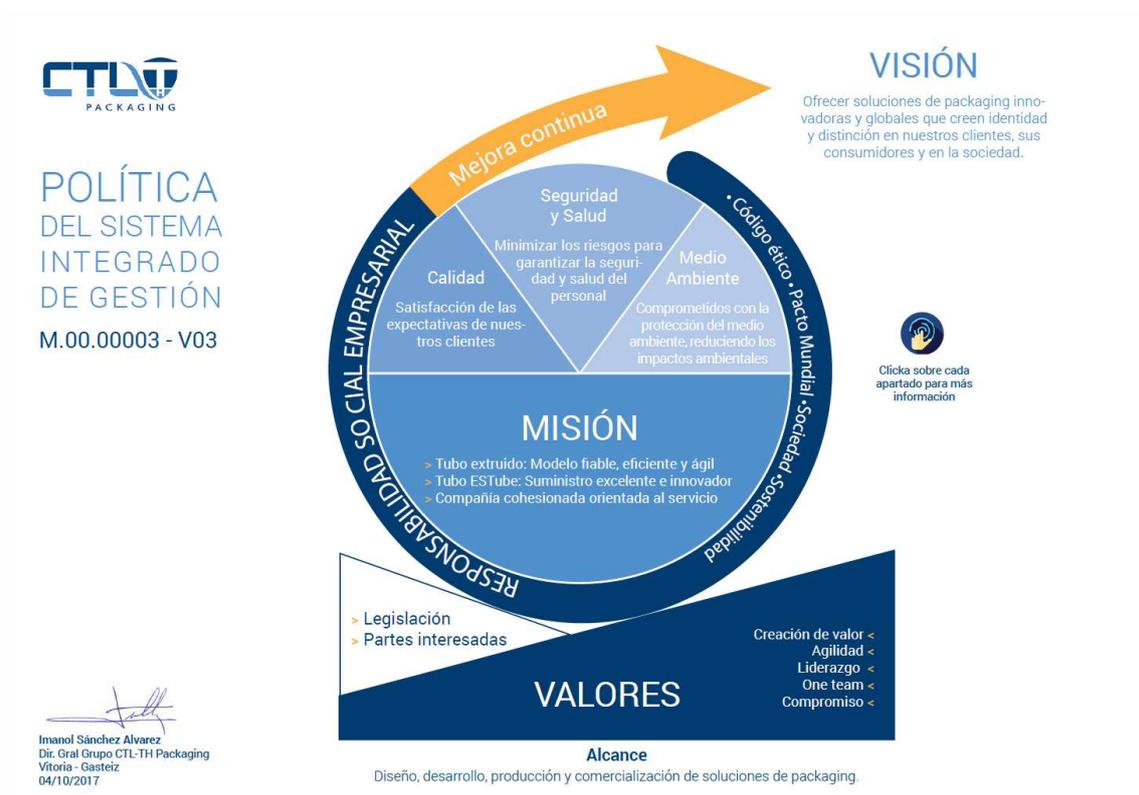


## Estrategia y gobierno

### Política

En el marco del actual Plan Estratégico de la empresa 2017-2021, nuestra POLÍTICA integra tanto los elementos de visión, misión y valores con las expectativas de nuestros grupos de interés en cuanto a responsabilidad ética, social y medioambiental.

Además de los aspectos vinculados a la estrategia de negocio, se han establecido como objetivos de primer nivel, trabajar para lograr una organización cohesionada y con clara orientación al cliente, en la que los aspectos de la transparencia, información, participación y compromiso de las personas sean líneas clave de trabajo en los próximos años.



[http://www.tuboplastctl.com/newweb/wp-content/uploads/2018/03/Politica-CALIDAD\\_esp\\_interactivo-1.pdf](http://www.tuboplastctl.com/newweb/wp-content/uploads/2018/03/Politica-CALIDAD_esp_interactivo-1.pdf)

## Código Ético

El grupo CTL-TH Packaging ha definido e implantado un Código Ético de empresa.

Todas las personas que pertenecen al Grupo CTL-TH Packaging se comprometen a respetar en todas sus actividades los derechos fundamentales de las personas y las libertades públicas reconocidas por los acuerdos nacionales e internacionales, estableciendo la obligación de desempeñar todas sus actividades con pleno respeto a la dignidad humana.

El Código Ético del Grupo CTL-TH Packaging tiene como firme objetivo establecer las pautas, valores y principios por los que ha de regirse el comportamiento de las personas de la organización, en lo que respecta a las relaciones de la empresa con los grupos de interés, tanto en lo que se refiere a la actividad laboral de la empresa con la plantilla, como a sus relaciones con Cliente, proveedores/as y colaboradores/as externos/as, accionistas, instituciones públicas y privadas, y la sociedad en general.

Este Código Ético se basa en la definición de la Misión, Visión, Valores y Principios definidos por el Grupo CTL-TH Packaging, y constituye una guía de actuación para asegurar un comportamiento adecuado en el desempeño profesional de las personas que forman parte de la plantilla.

Asimismo, exigirá a proveedores/as, Cliente y empresas externas, con las que mantenga relaciones comerciales, que respeten estos principios, y establecerá este requisito como un criterio más para su selección y para el mantenimiento de las relaciones comerciales.

El Código Ético determina pautas específicas de actuación en las siguientes áreas de contenidos:

1. Derechos Fundamentales
2. Respeto a las personas
3. Igualdad de oportunidades y no discriminación
4. Seguridad y salud
5. Protección y cuidado de la marca, de la imagen y de la reputación corporativa
6. Respeto al medio Ambiente
7. Consumo de alcohol y drogas
8. Orden y limpieza en el lugar de trabajo
9. Patentes y derechos de autor
10. Blanqueo de capitales
11. Sobornos, regalos y atenciones
12. Utilización de los activos de la empresa
13. Conflicto de intereses
14. Relaciones con el Cliente
15. Relaciones con proveedores/as y colaboradores/as
16. Cumplimiento de la norma



<http://www.tuboplastctl.com/newweb/wp-content/uploads/2018/05/Código-ético.pdf>

## Metodología

A fin de ratificar nuestro compromiso, el grupo CTL-TH Packaging ha establecido y definido los asuntos más significativos a incluir en el presente Informe de Progreso de la siguiente manera:

Hemos comenzado seleccionando los **grupos de interés** de mayor impacto para nuestra actividad.

En un segundo momento, para cada uno de los principios, hemos revisado las situaciones en cuenta a **políticas**, estableciendo un **diagnóstico y seguimiento** y definiendo **acciones**.

Desde 2018, hemos integrado los contenidos de los **Objetivos de Desarrollo Sostenibles** (ODS) en nuestra política y memoria.

## Grupos de interés

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 directamente 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 nos permite anticipar posibles riesgos u oportunidades y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

El Grupo CTL-TH Packaging ha elaborado el siguiente Informe de Progreso seleccionando los grupos de interés más relevantes de su entidad e identificado los desafíos más significativos para los grupos de interés seleccionados así que sus necesidades y expectativas

De todos los grupos de interés identificado (Accionistas, Agentes, Asociaciones, Centros de formación, Centros tecnológicos, Competencia, Fundaciones, Regulador, Sindicatos, Sociedad y comunidad), se evaluarán en el presente informe los 3 Grupos de mayor impacto en la definición de nuestras políticas de gestión y de desarrollo corporativo: **Clientes, Empleadas/os, Proveedores.**

A continuación, se definen los sistemas establecidos para recopilar las necesidades y expectativas, así como los riesgos identificados para cada uno de estos 3 Grupo de Interés y que nos permiten definir los elementos para la redacción del presente informe.

## Clientes

La recogida de sus necesidades y expectativas se realiza a través de:

- 1) Nuestros compromisos con el **Códigos de Conducta o Ético** de nuestro cliente.



- 2) **Plataforma EcoVadis** a la cual nos hemos adherido para dar visión a nuestro cliente de nuestros compromisos en términos de RSE.
- 3) **Visitas, auditorías, reuniones y business review** con nuestro cliente que afectan a aspectos de calidad, medio-ambiente, prevención y RSE.
- 4) **Vigilancia activa** que realizamos (web de Cliente, revistas, ferias, ...)

## Empleadas/os

La recogida de sus necesidades y expectativas se realiza a través de diversos foros como las reuniones periódicas de comunicación con las personas, encuestas de satisfacción o clima laboral, reuniones con la representación de la plantilla y con los/as delegados/as de prevención.

Durante este último año 2019, tras la aprobación de un nuevo Plan estratégico de empresa, uno de los puntos fuertes de la misión es "Consolidar un modelo de compañía cohesionado y orientado a un extraordinario servicio al cliente".

## Proveedores

La recogida de necesidades y expectativas se realiza a través de foros de actividad o del sector en los que participamos conjuntamente, sugerencias directas integradas en nuestro sistema de gestión de la calidad a través del registro de incidencias, no conformidades así como auditorías a proveedores/as, a través de las visitas, auditorías de calidad, medio-ambiente, prevención y RSE así como reuniones de sensibilización (Business Review,...) y finalmente en base a la vigilancia activa que realizamos (web de proveedores/as y competencia, revistas, ferias, ...)

## ANALISIS

### POLÍTICAS

Documentos formales plasmados por escrito que definen los valores, herramientas y mecanismos de prevención y control, de los riesgos detectados en el diagnóstico.

De esta forma se regula la comunicación y las relaciones entre la empresa y sus grupos de interés.

### DIAGNÓSTICO / SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

El diagnóstico nos permite realizar un análisis de la relación entre los grupos de interés y de nuestra empresa en relación con los temas contenidos en los 10 principios.

Debemos hacer un análisis de los riesgos con indicadores que nos permitan lanzar acciones con sus objetivos por cada principio.

De esta forma se permiten conocer qué políticas y acciones debe hacerse por cada Principio y qué objetivos debe marcarse.

El seguimiento nos permite, a través de los indicadores pertinentes, proporcionar las herramientas para controlar el cumplimiento de las políticas y ayuda a detectar fallos en el sistema de gestión para su posterior mejora.

### ACCIONES

Una vez formalizadas las políticas necesarias y realizado el diagnóstico, las acciones nos servirán para instrumentalizar dichas políticas.

Las acciones ayudarán a la entidad a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar los riesgos detectados. Las acciones están planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

## ***Evolucionando de los Principios a los ODS***

En las memorias anteriores, hemos trabajado exclusivamente con los 10 principios de la declaración de las Naciones Unidas.

<b>Declaración</b>	<b>Principio</b>	<b>Nº</b>
<b>Derechos Humanos</b>	Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.	<b>P1</b>
	No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.	<b>P2</b>
<b>Normas Laborales</b>	Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva.	<b>P3</b>
	Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	<b>P4</b>
	Apoyar la erradicación del trabajo infantil.	<b>P5</b>
	Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.	<b>P6</b>
<b>Medio Ambiente</b>	Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.	<b>P7</b>
	Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	<b>P8</b>
	Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.	<b>P9</b>
<b>Lucha contra la Corrupción</b>	Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.	<b>P10</b>

Desde 2018, estamos integrando en esta memoria los conceptos derivados de los 10 principios, pasando a un nuevo formato que se integra en la estructura actual de los ODS.

Hemos decidió centrarnos en aquellos ODS dónde tenemos más impacto como empresa.

 <p><b>3</b> SALUD Y BIENESTAR</p>	<p>El Objetivo 3 pretende mejorar la salud y el bienestar de la población para reducir la mortalidad y el número de enfermedades. Las pymes pueden contribuir promoviendo hábitos de vida saludables entre los empleados o contando con sistemas de seguridad y salud laboral. Las pymes del sector alimentario o sanitario pueden tener un impacto mayor.</p>
 <p><b>4</b> EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	<p>El Objetivo 4 pretende garantizar una educación de calidad a todas las personas, promover la capacitación técnica y profesional necesaria para acceder a un empleo y potenciar una educación basada en el desarrollo sostenible. Las pymes pueden contribuir a través de capacitación técnica a los empleados de forma periódica y formación en ámbitos relacionados con la sostenibilidad.</p>
 <p><b>5</b> IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<p>El Objetivo 5 busca alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres en todo el mundo a nivel laboral, social, político y económico y acabar con la discriminación por motivo de género. Las pymes pueden realizar un plan de igualdad, aumentar el porcentaje de mujeres en puestos directivos y/o elaborar planes de conciliación.</p>
 <p><b>6</b> AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</p>	<p>El Objetivo 6 pretende garantizar el acceso universal a agua potable y a servicios de saneamiento e impulsar una gestión sostenible del agua, para mejorar su calidad y ahorro. Las pymes pueden contribuir eliminando residuos y productos tóxicos que contaminen el agua o controlando el consumo de agua y su reutilización en la compañía.</p>
 <p><b>7</b> ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p>	<p>El Objetivo 7 pretende garantizar el acceso de las personas a energía asequible, aumentar el uso de energías renovables y fomentar la eficiencia energética. Las pymes pueden apostar por utilizar la energía renovable en sus actividades e impulsar medidas para reducir el consumo de energía en la organización.</p>

	<p>El Objetivo 8 busca impulsar el crecimiento de la economía de forma que beneficie a todas las personas, a través de empleo de calidad. Las pymes pueden mejorar las condiciones laborales de los empleados, como salarios, vacaciones u horarios, o contratar a jóvenes desempleadas/os.</p>
	<p>El Objetivo 9 busca impulsar un mayor nivel de industrialización a través del uso de tecnología, la innovación y la investigación. Las pymes pueden impulsar la digitalización en la organización, pensar en nuevos servicios y productos innovadores que supongan nuevas oportunidades de negocio o invertir en proyectos de investigación.</p>
	<p>El Objetivo 10 busca la inclusión social y laboral de las personas más vulnerables, para reducir la brecha de riqueza entra las personas ricas y pobres. Las pymes pueden impulsar la inclusión de las personas con discapacidad a través de la accesibilidad en edificios u ofreciéndoles oportunidades laborales o contratar a personas en riesgo de pobreza.</p>
	<p>El Objetivo 11 busca que las ciudades y los pueblos sean sostenibles, reduciendo la contaminación, con servicios de transporte públicos y accesible y con espacios verdes. Las pymes pueden impulsar la movilidad sostenible con vehículos de empresa eléctricos o híbridos e impulsar el uso del transporte público entre empleados.</p>
	<p>El Objetivo 12 pretende impulsar un uso sostenible de los recursos naturales, como el agua, los alimentos, la electricidad o los desechos, a través de la reducción, el reciclado y la reutilización de estos por parte de las empresas y el consumo responsable por parte de la población. Las pymes pueden empezar a diseñar su estrategia de sostenibilidad para prevenir, reducir, reciclar y reutilizar los recursos que utilicen.</p>
	<p>El Objetivo 13 pretende poner freno a uno de los problemas más graves que sufre el planeta actualmente, el cambio climático, que amenaza la fauna y flora del planeta y provoca fenómenos meteorológicos extremos como la desertificación de terrenos, sequías o huracanes con mayor intensidad y frecuencia. Las pymes pueden calcular la huella de carbono de su organización y empezar a tomar medidas para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero.</p>

	<p>El Objetivo 15 pretende proteger el medioambiente, principalmente las tierras, los bosques y las montañas e impulsar una mayor protección de la flora y fauna. Las pymes pueden implementar sistemas de gestión ambiental en su organización e impulsar la formación de los empleados o Cliente en cuestiones relacionadas con el medioambiente.</p>
	<p>El Objetivo 16 busca promover el respeto a los derechos humanos, la reducción de la corrupción en todas las organizaciones y garantizar la paz. Las pymes pueden elaborar su propio Código Ético, para definir los valores de la organización y prevenir la corrupción o formar a los empleados en derechos humanos.</p>
	<p>El Objetivo 17 busca que se creen alianzas entre las instituciones públicas, las empresas, la sociedad civil y las universidades para buscar soluciones conjuntas a los retos de la Agenda 2030. Las pymes pueden empezar a buscar a socios/as clave para crear alianzas que les permitan contribuir a los ODS al mismo tiempo que beneficios en clave de negocio o reputación.</p>

## INFORME DE PROGRESO

### Derechos Humanos

#### Principio 1

P1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

#### Principio 2

P2

Las empresas deben asegurar de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

#### Objetivos de Desarrollos Sostenibles 3, 4, 5, 8, 10, 16

Dentro del principio de los Derechos Humanos, se han identificado los siguientes ODS relacionados con la actividad del Grupo CTL-TH Packaging.



## POLÍTICAS

Nuestra política y objetivos están alineados con el apoyo y el respeto a la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente.

La organización ha redactado e implantado un Código Ético en nuestra empresa. Dicho Código Ético se ha actualizado y revisado en 2019, adaptándolo a una mayor participación por parte de la representación de los trabajadores/as.

Disponemos de un sistema de gestión integral interno que incorpora las políticas, reglamentos y procedimientos internos relacionados con la calidad del producto, los controles de verificación y procesos de fabricación de acuerdo con estándares internacionales.

Nuestro sistema de gestión, además de recoger los procedimientos y procesos de trabajo relacionados con la organización, las personas que la componen y sus interrelaciones, también determina los estándares en relación con nuestro producto y con nuestra cadena de suministro.

Existen procedimientos integrados en nuestro sistema de gestión vinculados a las políticas, reglamentos y procesos internos relacionados con la calidad, los Recursos Humanos, la organización, el servicio al Cliente y los Proveedores/as: "P.00.00015 - Seguimiento Código Ético y Funciones del Comité Ético y Protocolo de denuncia al código ético"

Asimismo, respecto de las **Empleadas/os**, mantenemos dentro del documento general de gestión interna, todos los procesos y procedimientos de selección de personal, contratación, acogida, relaciones laborales, gestión de conflictos, promoción, evaluación objetiva del rendimiento, etc. como también hemos reflejado la configuración de nuestra organización interna, la distribución por áreas y funciones.



En el grupo CTL-TH Packaging, basamos nuestra política de seguridad y salud, en la prevención de los daños, vigilancia de la salud y en la mejora de las condiciones de trabajo.

Eliminamos o minimizamos los riesgos para la seguridad y salud de las personas y de las partes interesadas que actúan en nuestras instalaciones.

Para hacer un seguimiento y control de nuestra gestión en este campo, pasamos regularmente una auditoría de Sistema de gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo basada en la OHSAS18001, estando certificados desde 2009 y de manera continua. En 2020, nos certificaremos con la ISO45001.



En base a esa misión y nuestros nuevos Valores de la compañía, hemos lanzado diferentes iniciativas para elevar los niveles de compromiso e implicación de las personas con los objetivos de la empresa.

Tenemos un plan de formación anual para toda la plantilla realizado en base a un diagnóstico de necesidades.

En el apartado de servicio al **Cliente** y los procesos relacionados con el Grupo de Proveedores recogemos las pautas relacionales con estos grupos de interés, en cuanto al flujo de trabajo, atención genérica y personalizada, control del servicio y de asistencia técnica, resolución de incidencias y medición de su impacto, etc.

Como empresa, nuestros equipos profesionales mantienen una relación constante con el cliente para atender sus necesidades y problemáticas.

Damos asistencia técnica para ayudarles en la interacción entre el Packaging y su producto.

En materia de calidad, atendemos a sus quejas y solicitudes para tratar las no conformidades de manera justa.

En caso de desarrollo propio, proponemos un asesoramiento técnico para trabajar en conjunto la solución requerida y también sesiones de formación.

Para nuevos proyectos, ofrecemos a nuestro cliente la posibilidad de asistir en nuestras fabricas a la realización de muestras o BAT para garantizar un producto en adecuación con sus planes.

Recogemos en los procedimientos de evaluación de nuestros **Proveedores**, cómo se integran en nuestro sistema de gestión, la realización de controles, incluidos los de RSE y satisfacción sobre calidad, servicios, operativa, etc.

La herramienta fundamental en la que se basa nuestra relación con las/os proveedoras/es desde un punto de vista diferente a la propia transaccional es la Revisión del Negocio (Business Review), donde además de dichos aspectos transaccionales se hace siempre un recordatorio de nuestras políticas, así como se despliegan unos objetivos anuales de mejora en todos los apartados recogidos. Por ejemplo, se explicitan la no aprobación de violaciones de códigos éticos (incluyendo sobornos etc...), o la valoración de cumplimiento de medidas medioambientales.

Hemos procedido a implantar la política de compras formal y acorde a los principios de la RSE a nuestro sistema de gestión actual, teniendo en cuenta también el sistema de control del grado de cumplimiento diseñado.

## DIAGNÓSTICO, SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS



Podemos afirmar que el grupo CTL-TH Packaging cumple estrictamente con las normas legales en esta materia, ya que, de manera permanente, las empresas están sometidas al control público de la administración, y también de los medios internos de la empresa (departamento de RR.HH. y representación de las trabajadoras/es) que garantizan el cumplimiento de las normas citadas, así como el cumplimiento de las normas éticas de nuestro Cliente.

Para velar por el cumplimiento del Código ético, resolver incidencias o dudas sobre su interpretación y adoptar las medidas adecuadas para su mejor cumplimiento, se ha creado el Comité de aplicación y seguimiento del Código Ético. Dicho comité tiene como misión el promover la difusión y aplicación de los principios éticos, en todas las actividades que realice la empresa. Estará compuesto por la representación designada por las Direcciones Generales.



### Porcentaje de denuncias al código ético o administrativas tratadas en el Grupo



Año	CTL-TH Engineering	CTL Packaging	Tuboplast	Total
2017 Res.	Sin	Sin	Sin	Sin
2018 Res.	Sin	Sin	100%	100%
2019 Res.	Sin	100%	Sin	Sin
2020 Obj.	100%	100%	100%	100%

Durante el ejercicio 2019, se ha registrado un caso o denuncia, que se ha investigado en tiempo y forma por parte de la Comisión al efecto, por acusaciones de acoso, abuso o intimidación en el lugar de trabajo.



En relación con las **Empleadas/os**, dentro de esas iniciativas de transformación, en el año 2017 pusimos en marcha un proceso de Encuesta Laboral, con el objetivo de medir el compromiso y la implicación de las personas en la empresa, con la participación directa de gran parte de la plantilla de la compañía, y a raíz de esta información, hemos iniciado un proceso que nos llevó a un diagnóstico y plan de acciones para los años 2018 y 2019. En 2019, en particular dentro del área de inyección de tapones, se desarrollaron iniciativas para dotar de más autonomía a los operarios de fabricación.

Al nivel de Seguridad y Salud, controlamos la eficiencia de nuestra política a través de un indicador estratégico que consiste en valorar a través de un índice valorar los números de incidentes reales o potenciales y la gravedad real o potencial que podrían haber ocurrido en la empresa:



## Tasa de Gravedad de incidente

Año	CTL-TH Engineering	CTL Packaging	Tuboplast	Total
2017 Res.	0,035	0,086	0,478	0,260
2018 Res.	0,041	0,106	0,338	0,222
2019 Res.	0.000	0,267	0,287	0,268
2020 Obj..	0.000	0,300	0,264	0,268



## Número de horas en formación o acciones de sensibilización en materias de Seguridad y Salud

Año	CTL-TH Engineering	CTL Packaging	Tuboplast	Total
2017 Res.	29	407	116	552
2018 Res.	16	600	250	866
2019 Res.	12	303	165	694
2020 Obj.	50	600	1000	694

En relación con el **Cliente**, el riesgo de no hacer encuestas de satisfacción nos puede llevar a diagnósticos erróneos y acciones equivocadas y no comunicar sobre nuestra estrategia cuanto RSE un riesgo de una mala valoración.

En relación con los **proveedores**, el riesgo es el no cumplimiento indirectamente con los Derechos Humanos y los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, porque alguno de nuestros grupos de interés no cumple a su vez con aquéllos, como consecuencia de nuestra falta de verificación, control y/o seguimiento de algunos/as que son proveedores/as de materias primas, que no conllevan presencia en nuestra empresa. Sin embargo, debemos poner de manifiesto que la empresa realiza un control de las condiciones contractuales que tienen los/as trabajadores/as de dichas empresas subcontratistas.

Se valoran dichos proveedores anualmente dentro del sistema de calidad e incluyendo controles vinculados con los derechos humanos detectados durante las auditorías que se les realizan. Esto se realiza a través de auditorías a proveedores/as, a los/as cuales se les transmite el código ético del grupo CTL-TH Packaging.

Actualmente, nuestra clasificación de proveedores/as se basa en la revisión anual de su aporte de material completo, con la calidad convenida y en la fecha acordada. Se ha

	<h1>Informe Progreso 2019</h1>	Código	Sin
		Versión	2019
		Página	29 de 53

añadido el criterio de RSE dentro de la evaluación de los proveedores (Business Review), quedando pendiente el análisis de los datos.

## ACCIONES

ACCIONES	Grupo de interés
 Información sobre el protocolo de denuncia al código ético.	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input checked="" type="checkbox"/> Proveedores
 Formación interna sobre el concepto y el alcance de la RSE.	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
 Revisión de las evaluaciones de riesgos de los puestos de trabajo para incorporar todos los aspectos relativos a la seguridad y salud de las personas	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Cliente <input type="checkbox"/> Proveedores
 Inversiones extraordinarias para adecuación de máquinas con mayor riesgo para la salud y seguridad de las personas trabajando en dichas máquinas.	<input checked="" type="checkbox"/> Plantilla <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
 Establecimiento de nuevo sistema de medición y de captación de las necesidades del Cliente	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
 Establecimiento de reuniones periódicos con los/as proveedores/as (Business Review) para que sean partícipes de nuestros objetivos estratégicos.	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Clientes <input checked="" type="checkbox"/> Proveedores
 Programa de empoderamiento de las personas, comenzando por una unidad productiva (unidad de inyección).	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
 Plan para la mejora del BIENESTAR de las personas	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
 Poner al cliente en el centro de nuestra organización: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor conocimiento de nuestras cuentas, de su negocio y de sus necesidades.</li> <li>- Plan de trabajo exhaustivo a nivel comercial y marketing para estructurar nuestro enfoque al cliente.</li> </ul>	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
 Uso de nuevas herramientas para centrarnos en las necesidades y expectativas de nuestro Cliente. <ul style="list-style-type: none"> <li>- CRM</li> <li>- Encuesta de Satisfacción (nueva política)</li> <li>- Comunicación de nuestra estrategia de desarrollo Sostenible para involucrar a nuestros clientes.</li> </ul>	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
 Conocimiento de las necesidades de los/as consumidores/as finales en cuanto a sus necesidades y expectativas en el Packaging y especialmente en el tubo para poder aportar de manera proactiva a nuestro Cliente un mayor conocimiento del mercado.	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores

En verde, las acciones realizadas el año anterior

## Normas Laborales

### Principio 3

P3

Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

### Principio 4

P4

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

### Principio 5

P5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

### Principio 6

P6

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

## Objetivos de Desarrollos Sostenibles 1, 3, 4, 5, 8, 10, 16

Dentro del principio de las Normas Laborales, se han identificado los siguientes ODS relacionados con la actividad del Grupo CTL-TH Packaging.



## POLÍTICAS

En relación con las **Empleadas/os**, tenemos un convenio de empresa propio, que fomenta las relaciones entre la organización y las personas, el cual soporta la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, y en el que se contemplan las jornadas de trabajo establecidas, calendario, la remuneración de las trabajadoras/es y los beneficios sociales

Además, en cada contrato de trabajo reflejamos las horas de trabajo convenidas, la remuneración en función de la categoría de trabajo o puesto de trabajo correspondientes y los beneficios sociales a los que tiene acceso toda persona de la compañía. También hacemos referencia a las condiciones recogidas en el pacto de empresa general, como referencia para el Grupo Empleados



Mantenemos reuniones periódicas mensualmente con el Comité de Empresa, así como cada vez que las circunstancias aconsejan la consulta al grupo de interés de los Empleados más allá de las exigencias legales mínimas.

- Asambleas con el Comité de Empresa. Actas de reunión y Memorandos con los acuerdos adoptados.
- Reuniones anuales con la dirección con la Plantilla para información y comunicación de los principales temas relativos a la marcha de la empresa
- Reuniones con responsables. Informes de seguimiento y evaluación.
- Sistemas de comunicación colectivos: tabloneros de anuncios, correo corporativo, intranet, etc.
- Incorporar la política RSE formalmente dentro de los sistemas de gestión y protocolos de comunicación interna para fomentar su apoyo por parte del grupo de interés Empleados, en colaboración con la Empresa.

El convenio o acuerdo de condiciones laborales de CTL-TH Packaging S.L.U, se consensua y acuerda con el comité de empresa. El Comité de empresa verifica junto con RRHH que en todo momento se cumple el citado acuerdo de empresa, así como las condiciones de RSE relacionadas con los principios, y en caso de incidencia se realiza una comunicación interna, que queda registrada a modo de Acta (contenido de la incidencia, resolución, responsables, etc.).

Las actas de reunión y todos los acuerdos adoptados de común acuerdo con el Comité de Empresa se recogen en una base de datos interna y además se comunican de manera global a toda la Plantilla, pasando a integrar las normas internas de la Empresa.

Del mismo modo se mantienen varias vías de comunicación directa con las personas, conocidas por todo el personal, que se incorpora a la organización en el momento de su acogida: reuniones directas con la/el responsable y con el comité de empresa, correo electrónico interno, memorandos, reuniones colectivas con la Dirección y Asambleas de trabajadores/as. No restringimos el tiempo de reunión conforme marcan los mínimos legales relacionados con la negociación colectiva, sino que invertimos el necesario para gestionar adecuadamente cada circunstancia.

Las contrataciones en la compañía, tanto nacionales como internacionales se rigen por la normativa vigente en la Unión Europea, sobre la edad mínima para el acceso al mercado laboral, es decir 18 años. Omitimos la posibilidad de realizar contratos de trabajo con personas de más de 16 años con autorización de su representante legal.

Fomentamos una política tendente al mantenimiento de una plantilla estable en la que actualmente menos del 2% de las personas de la organización, se encuentran en una situación de eventualidad.

Disponemos de una política general y formal sobre conciliación familiar para las personas, quedando pendiente su identificación y registro.



Como política, fomentamos el trabajo en interno y evitamos subcontratar a empresas externas trabajos que la competencia suele contratar a terceros.

También permite mantener un conocimiento alto y nivel de educación, no sólo en nuestra empresa, pero en la sociedad y el entorno dónde están ubicadas nuestras diferentes empresas.

- Formulación de nuestras tintas y colorantes
- Fabricación del 80% de nuestros tapones
- Metalización de nuestros tapones.
- Fabricación de nuestros clichés de impresión
- Impresión de nuestras propias láminas.

Finalmente difundiremos esta política redactada por escrito a todo el personal de la compañía, a través de los medios de comunicación internos habituales, así como a los demás grupos de interés

El Grupo CTL-TH Packaging ha desarrollado una serie de beneficios sociales dirigidos específicamente al grupo de interés **“Empleadas/os”**, mejorando su calidad de vida, así como la percepción que este grupo de interés tiene de la organización:

P3	P4	P6
Sesiones de comunicación	Becas para la formación de hijos/as de trabajadores/as	Priorizar la promoción interna
Organización de reuniones de información para todo el personal sobre dieta y sueño	Horarios adaptados para mujeres embarazadas que trabajan en 3 turnos.	Trabajos con personas disminuidas psíquicas para apoyar su inserción laboral
Visita a la Empresa de familiares	Instalación de una sala que promueve el descanso.	Visitas de centros escolares para ver la empresa
Concurso dibujo hijas/os empleadas/os en Navidad	Complemento de bajas por enfermedad	Colaboración con centros de formación para las prácticas del alumnado en la empresa
Campaña de donación de sangre en las instalaciones de la empresa durante el tiempo de trabajo	Días de ausencia de hijas/os, padres/madres y cónyuges hospitalizados/as	Programa de formación en alternancia entre empresa y centro de formación profesional para reincorporación de jóvenes en el mundo del trabajo.
Médico y enfermero presentes en las instalaciones	Flexibilidad horaria que permita la conciliación familiar	
	Fundación Laboral San Prudencio con diversos servicios de apoyo	
	Comedor subvencionado	
	Transporte subvencionado	
	Contrato de Relevó	
	Plan de Pensiones	
	Seguro de Enfermedad	
	Seguro de Vida	
	Salarios competitivos en el sector	

En relación con los **proveedores**, en nuestros regulares y mediante nuestro código ético, hacemos hincapié en la no aprobación fundamentalmente de los principios P4 (*apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción*), P5 (*apoyar la erradicación del trabajo infantil*) y P6 (*apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación*).

## DIAGNÓSTICO / SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

En relación con las **Empleadas/os**, contamos con un procedimiento formal para la gestión del desempeño y la evaluación de las personas en base a sus competencias, potencial y/o proyección profesional y personal, lo cual debe dar respuesta a las expectativas del crecimiento profesional de las personas, así como a la cobertura de las necesidades futuras por la organización de la empresa.

No tenemos riesgo de contratación de menores en edad legal. Verificamos en cada contratación con la identificación de la persona y con la realización de un reconocimiento médico inicial que todas las personas nacionales e internacionales de la compañía cumplen con la mayoría de edad en el momento de formalizar la relación laboral.



En el Grupo CTL-TH Packaging, seguimos trabajando por integrar en nuestros sistemas de trabajo, formas que no sólo eviten posibles situaciones de discriminación por razón de sexo, sino que garanticen y fomenten la igualdad real y efectiva de todo el personal.

Somos conscientes de que la igualdad es un valor fundamental, y debe ser asumido día a día por todas las personas que forman parte de nuestra comunidad; trabajar desde la perspectiva de la igualdad en el trato, es imprescindible para que el clima laboral sea positivo, mejorando la competitividad de la Organización. Es, por tanto, responsabilidad de todas las personas de la empresa, que este principio se cumpla.

Con el fin de reforzar el seguimiento y evaluación del Plan de Igualdad, se han establecido los indicadores que detallamos a continuación, con su objetivo correspondiente.

## Tuboplast, CTL-TH Engineering, CTL-TH Packaging (España)



**Número de mujeres y hombres con reducción y porcentaje de mantenimiento de su puesto de trabajo habitual, siempre que haya carga de trabajo.**

**P6**

Año	2018 Res.	2019 Res.	2020 Obj.	2021 Obj.
<b>Resultados</b>	Diagnostico	50%	55%	100%



**Número de mujeres y hombres que reciben un plan de carrera personalizado después de reincorporarse de un periodo de reducción y/o excedencia**

**P6**

Año	2018 Res.	2019 Res.	2020 Obj.	2021 Obj.
<b>Resultados</b>	Diagnostico	60%	60%	100%



**Número de mujeres que han accedido a puestos de Responsabilidad, como resultados de la promoción y/o de la creación de nuevos puestos**

**P6**

Año	2018 Res.	2019 Res.	2020 Obj.	2021 Obj.
<b>Resultados</b>	Diagnostico	0%	0%	50%



**Grado de satisfacción de la plantilla con la implementación del Plan de Igualdad (encuesta)**

**P6**

Año	2018 Res.	2019 Res.	2020 Obj.	2021 Obj.
<b>Resultados</b>	Diagnostico	Sin realizar	A definir	7/10

## CTL Packaging (Francia)



**Índice de igualdad mujer / hombre**  
Objetivo legal 75/100

**P6**

Año	2018 Res.	2019 Res.	2020 Obj.	2021 Obj.
<b>Resultados</b>	Not Aplicabel	84/100	84/100	84/100



En termino de comunicación, de manera anual, se facilitan las cuentas de la empresa a la representación de los/as trabajadores/as con explicación detallada de las mismas, respondiendo a cuantas preguntas se formulan.

Dichas cuentas son públicas y registradas en el foro Mercantil.

Adicionalmente y de forma trimestral, se facilita igualmente un informe detallado sobre la evolución de la empresa, aspectos comerciales y de Cliente, contratación de personas, así como cuentas provisionales de cada trimestre.

En materia de comunicación, a raíz de la encuesta laboral del año 2017, y con el apoyo de un comité de comunicación recientemente creado, se identificó un riesgo importante para cumplir con los objetivos del plan estratégico. Existe una falta de comunicación transparente y continua con las personas, que garantice el retorno de su opinión hacía la dirección, a fin de fomentar un intercambio constructivo.

En relación con los **Proveedores** y **Clientes**, no hemos verificado si dichos Grupos de Interés cumplen correctamente con estos principios y en particular si apoyan la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o coercitivo.

Aunque hemos difundido la información a nuestra cadena de suministro sobre buenas condiciones de trabajo y ausencia de trabajo forzoso a través de nuestro código ético, no tenemos un sistema de comprobación de correcta comprobación de su cumplimiento.

En relación con los **proveedores** que trabajan en nuestras instalaciones, el sistema controla el cumplimiento de este principio. Se realizan auditorías en las que se controla el cumplimiento de este principio a proveedores/as.

	<h1>Informe Progreso 2019</h1>	Código	Sin
		Versión	2019
		Página	37 de 53

## ACCIONES

ACCIONES		Grupo de interés
	Constitución de una comisión de trabajo para desarrollar el plan de igualdad de género.	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
	Desarrollar de las acciones derivadas del Plan de Igualdad. Como acciones resaltables <ul style="list-style-type: none"> <li>- mejorar el nivel de capacitación profesional de mujeres en los procesos de fabricación</li> <li>- mejora de los horarios y sistemas de trabajo, para conciliar las necesidades familiares con las obligaciones profesionales.</li> <li>- sensibilización en el campo de la igualdad de género a responsables y trabajadores/as en general.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
	Desarrollar nuevas líneas de comunicación e información con las personas, incluyendo el retorno de su opinión hacia la dirección. Plan de Comunicación centrado en un intercambio de información transparente y de comunicación entre las personas y la dirección.	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
	<b>Incorporación de la parte social al Comité Ético</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Cliente <input checked="" type="checkbox"/> Proveedoras/es
	Incrementar de manera moderada y realista nuestro nivel de implantación de políticas de RSE.	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
	<b>Actualización del protocolo de acoso sexual en la empresa</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
	Conocer las expectativas de 2/3 del cliente más sensibilizadas en este campo de la RSE, para ver cómo responder al reto de ser proveedor/a más reconocido/a en este campo.	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
	<b>Realizar informaciones a nuestra cadena de suministro sobre nuestro Código Ético.</b>	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input checked="" type="checkbox"/> Proveedores

En verde, las acciones realizadas el año anterior

## Medio Ambiente

### Principio 7

P7

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

### Principio 8

P8

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

### Principio 9

P9

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

## Objetivos de Desarrollos Sostenibles 6, 7, 9, 11, 12, 13, 15, 17

Dentro del principio de Medio Ambientales, se han identificado los siguientes ODS relacionados con la actividad del Grupo CTL-TH Packaging.



## POLÍTICAS

El Grupo CTL-TH Packaging está comprometido con la protección del medio ambiente, reduciendo los impactos ambientales y todo ello juntamente con el cliente, proveedores/as y partes interesadas.

Nuestro sistema de gestión está certificado por la norma ISO 14001 en las empresas del grupo y como empresas certificadas, todas nuestras políticas y procedimientos internos están orientadas a la protección del medio ambiente a lo largo de toda la cadena de producción, suministro y gestión de residuos.

Dentro de nuestro sistema de gestión ambiental conformado por un procedimiento general, varios procesos, registros y documentación de seguimiento, incluimos los siguientes aspectos de seguimiento medioambientales: Gestión de Recursos Naturales, Control de Contratistas-Subcontratistas, Gestión de Residuos, Gestión de Residuos Peligrosos, Comunicación Ambiental, Identificación Evaluación Aspectos Ambientales, Identificación Evaluación Requisitos Legales y Emergencia Ambiental y capacidad de respuesta.

Nuestra estrategia y política ambiental ha sido elaborada en base a un análisis exhaustivo de nuestros Grupos de Interés. A raíz de ese análisis, y para cumplir con Nuestra Política Ambiental, se han definido 5 ejes de trabajo claves.

<b>Legislación</b>	Vigilar, Evaluar, Aplicar y Cumplir
<b>Proveedores/as</b>	Comprometer, Sostenibles, Evaluar
<b>Empleados</b>	Formar, Evaluar, Concienciar
<b>Procesos productivos</b>	Reducir emisiones, Usar recursos naturales de manera sostenible, Minimizar, Valorizar y Reciclar residuos
<b>Diseño</b>	Desarrollar materias primas, productos y procesos teniendo en cuenta el Ciclo de Vida.

Como ejemplos que demuestran nuestro compromiso con la mejora ambiental en sus desarrollos y gestión, destacaríamos los siguientes:

Aspectos	Acciones	Beneficios
<b>COVs (Compuestos Orgánicos Volátiles)</b>	Sustitución barnices catalíticos por UV (2008)	↓ 56% COV
	Sustitución de acetonas para limpieza de tintas (2010)	
<b>Consumo Eléctrico</b>	Sustitución de hornos térmicos por UV para el secado de tintas y barnices (2010)	↓ 2M kW/año
	Eco-concepción de moldes para tapones "light" (2009)	
<b>Consumo Materias</b>	Tapones Light ecodiseñados (2009)	↓ 540 T MP ↓ 100 T Perdidas ↓ 40% Aceite usado Por año y solo Tapones Light Ø50
	Tubo Low profile (2018)	
<b>CO<sub>2</sub></b>	Fabricación en plantas cercanas al cliente	↓ 3% CO <sub>2</sub> Para Cliente Francesa, si fabricación en Francia vs Fabricación España
	Sustitución sleeve en PET por sistemas integrado de protección (Tapones "SafeTop" - 2015)	↓ 8% CO <sub>2</sub> Vs Tapón con sleeve.
	Uso de Material Reciclado HDPE-PCR (2015)	↓ 9% CO <sub>2</sub> Vs Tubo con HDPE virgen
	Uso de Materia Prima Green en base a caña de azúcar (2015)	↓ 5% CO <sub>2</sub> Vs Tubo con HDPE virgen
<b>Fin Vida</b>	Innovación tubo 100% reciclable en Polipropileno (2010). Para integrar la economía circular	↓ 39% impacto CO <sub>2</sub> vs Tubo PE con Tapón PP para el impacto CO <sub>2</sub> del fin de vida potencial

## DIAGNÓSTICO / SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS



El Grupo CTL-TH Packaging controla sus consumos principales para determinar cuáles de ellos tienen un impacto significativo sobre el medioambiente.

**P8**

Los aspectos ambientales que se toman en cuenta y para los cuales se hacen seguimiento y mediciones en el grupo son los siguientes.

<b>Residuos No Peligrosos</b>	Papel, Carton, Madera, Pilas, Basuras, ...
<b>Residuos Peligrosos</b>	Baterías, Aerosoles, Electrónica, Absorbentes, Productos limpieza, disolventes, lodos, ...
<b>Consumos de Materias</b>	Barnices, PP, PE, Laminas, Tapones, Sleeve, ...
<b>Consumo Energía</b>	Agua, Luz, Propano, Butano, Gas, Gasoil
<b>Transportes</b>	Profesionales, expediciones, recepciones
<b>Ruidos</b>	
<b>Suelos</b>	Contaminación
<b>Vertidos al agua</b>	Aguas sanitarias / pluvial
<b>Emisiones atmosféricas</b>	CO, NOX, SO2, COT, ...
<b>Incidentes / Emergencias</b>	Incendios, Explosiones, Legionela, Gases,...

## Ejemplos de consumo



### Electricidad en Kw/h

Año	CTL-TH Engineering	CTL Packaging	Tuboplast	Total
2017 Res.	Incluido TH	7.438.154	10.312.483	17.750.637
2018 Res.	Incluido TH	7.500.619	10.241.978	17.742.597
2019 Res..	Incluido TH	7.456.718	9.510.898	16.967.616
2020 Obj.	Incluido TH	No significativo	No significativo	No significativo



### Gas Natural en Kw/h

Año	CTL-TH Engineering	CTL Packaging	Tuboplast	Total
2017 Res.	Incluido TH	0	1.208.932	1.208.932
2018 Res.	Incluido TH	0	1.353.914	1.353.914
2019 Res.	Incluido TH	0	1.242.251	1.242.251
2020 Obj.	Incluido TH	0	No significativo	NA



### Agua en m3

Año	CTL-TH Engineering	CTL Packaging	Tuboplast	Total
2017 Res.	Incluido TH	2.870	9.187	12.057
2018 Res.	Incluido TH	1.924	6.877	8.801
2019 Res.	Incluido TH	3.853	6.912	10.765
2020 Obj.	Incluido TH	No significativo	No significativo	NA



### Papel (Kg).

Año	CTL-TH Engineering	CTL Packaging	Tuboplast	Total
2017 Res.	Incluido TH	1.208	2.471	3.679
2018 Res.	Incluido TH	1.312	2.220	3.532
2019 Res.	Incluido TH	1.315	2.090	3.405
2020 Obj.	Incluido TH	No significativo	No significativo	NA



Debido a la diversidad de su impacto ambiental, cada empresa gestiona sus objetivos e indicadores según el procedimiento de valoración de impacto ambiental. Dichos impactos más relevantes son los que se tratan en los objetivos e indicadores que mostramos a continuación.

**P7**

## Objetivos Aspectos Ambientales Significativos 2018

### Tuboplast & CTL-TH Engineering

Tipo	Aspecto	Objetivo / acciones
Consumos	Disolventes limpieza	Formación y sensibilización trabajadores
Consumos	Energía	Sin acciones definidas
Residuos peligrosos	Trapos y papeles impregnados de contaminantes	Formación y sensibilización trabajadores Analizar opciones de trapos reutilizables
Emisiones atmosfera	Gas fluorado	Sin acciones definidas a corto plazo Largo plazo. Eliminar gases fluorados
Residuos No Peligrosos	Complejo laminado	Control de pérdidas
Residuos peligrosos	Líquidos acuosos limpieza	Sin acciones definidas
Consumo	Materias Primas	Control de pérdidas
Consumo	Gasoil	Sin acciones posible
Residuos peligrosos	Pilas botón	Retiradas del residuo muy esporadicas

### CTL Packaging

Tipo	Aspecto	Objetivo
Emisiones atmosfera	Gas fluorado	Sin acciones definidas a corto plazo
Consumo	Materias Primas	Control de pérdidas
Consumo	Embalajes	Sin acciones definidas

Transportes	Expediciones	Control de ocupación de los camiones
Residuos peligrosos	Disolventes Barniz	Control de pérdidas
Residuos peligrosos	Líquidos acuosos limpieza	Revisión frecuencia de limpieza



Desde 2017 y a raíz de su política ambiental para reducir los impactos ambientales de su actividad, el grupo CTL-TH Packaging ha definido cómo objetivo de reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> midiendo las emisiones CO<sub>2</sub>Eq.

P7

P8



## Impacto en el Calentamiento Global – Huella Carbono

HC (TCO <sub>2</sub> Eq)	Grupo			Tuboplast			CTL		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
<b>Scope 1</b>	285	346	555	257	333	448	11	12	107
<b>Scope 2</b>	312	312	313	0	0	0	312	312	313
<b>Scope 3</b>	12.203	12.961	11.511	8.326	10.242	7.960	3.847	3.695	3.385
<b>TOTAL</b>	<b>14.818</b>	<b>15.636</b>	<b>14.398</b>	<b>10.600</b>	<b>12.593</b>	<b>10.428</b>	<b>6.187</b>	<b>6.038</b>	<b>5.824</b>

El alcance (“scope”) de la medición de las emisiones, se ha definido de la manera siguiente:

<b>Scope 1</b>	Combustibles fósiles Emisiones de gases fluorados
<b>Scope 2</b>	Consumo eléctrico – Mix Eléctrico
<b>Scope 3</b>	Artículos como los embalajes, materias primas, artículos aprovisionados Residuos Transportes recepciones y expediciones Desplazamientos profesionales y personales Consumos de oficinas y de agua.



En relación con las **Empleadas/os** en concordancia con nuestra política, realizamos periódicamente formación, evaluaciones y concienciación a la adaptación de nuestras actuaciones internas a la normativa sobre medioambiente y a la reducción del impacto de nuestra actividad, adicionalmente a la formación inicial que todas las personas de nueva incorporación reciben al inicio de su relación laboral a través del Plan de acogida.

En concreto sensibilizamos a todas las personas mediante nuestros programas permanentes de reciclaje y separación de residuos en todas las áreas de la compañía y se orienta a la contención de los consumos no sólo como medida económica de ahorro sino también como aporte colectivo al favorecimiento del medio ambiente.

Utilizamos para ello cartelería específica, recipientes y contenedores adecuados a este efecto y una sala aislada e identificada para su utilización como contenedor de residuos peligrosos para las personas y/o para el medio ambiente.

 **Número de horas en formación o acciones de sensibilización en temas medioambientales**

Año	CTL-TH Engineering	CTL Packaging	Tuboplast	Total
<b>2017</b> Res.	29	200	3,5	101
<b>2018</b> Res.	16	0	7	23
<b>2019</b> Res.	0	0	0	0
<b>2020</b> Obj.	30	70	300	400

En relación con el **Cliente**, se ha desarrollado un prototipo para la medición de la huella de carbono de los productos fabricados.

En el futuro y con esa herramienta, el Grupo CTL-TH Packaging podrá asesorar a nuestro Cliente sobre soluciones de packaging para que el cliente pueda tomar decisiones objetivas sobre los productos más sostenibles que quiere desarrollar.

	<h1>Informe Progreso 2019</h1>	Código	Sin
		Versión	2019
		Página	46 de 53

## Desarrollo de Soluciones de Packaging Sostenibles



CTL-TH Packaging ha desarrollado soluciones de Packaging innovadoras y globales que crean identidad y distinción para sus **Cientes**, sus consumidores/as y la sociedad.

Su gama de producto actual ofrece una gama extendida de opciones que permiten al cliente tener a su disposición un producto de menor impacto ambiental.

## Tubo ESTube (Easy Supply Tube)

El Tubo ESTube ofrece ventajas considerables en cuanto a mejoras ambientales.



**Alanzas Economía Circular**

**Residuo altamente revalorizable**

**Mono Material 100% Reciclabre**

**Minimum Order Quantity**  
Series Cortas y ajustadas  
Con poco utillaje

**Stock Mínimo**  
Reduce Tubos Obsoletos

**Disminución pérdidas fabricación**

El tubo ESTube es una solución de packaging 100% polipropileno, una tecnología que se adelanta a las tendencias de reciclaje que tiene las ventajas siguientes



<b>100% mono material (PP)</b>	No perturba la cadena de reciclaje con otras mezclas de plásticos (tapones de PE, PVC...).
<b>Sin adhesivo</b>	El plástico reciclado no está contaminado y genera más valor.
<b>Polipropileno</b>	Revalorización óptima de la materia prima dentro de la economía circular frente al PE.
<b>Series cortas</b>	Ajustadas a las necesidades actuales de mercado sin generar más residuos y pérdidas.
<b>Cantidad ajustadas a las necesidades</b>	Reducción de transportes, stocks y obsoletos que generan residuos posteriores.
<b>Facilidad de llenado</b>	Temperaturas de soldado menor

## Tubos con Plástico PCR (Post Consumer Recycled)

La optimización en el uso de materias primas como el PE y PP en los envases debe venir acompañada de la introducción de materiales reciclados de post-consumo (PCR) y/o post-industrial (PIR). En el caso del Grupo CTL-TH Packaging, nos fijamos objetivos de incorporación de dichos materiales reciclados en nuestras gamas de tubos y tapones con los que poder ayudar a nuestro Cliente a lograr sus objetivos de sostenibilidad.



<b>Uso de PCR en</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tapones</li> <li>- Cabezas</li> <li>- Falda</li> </ul>	Participación en la economía circular
	Colabora con los objetivos reglamentarios sobre % de residuos de envases a reciclar: <ul style="list-style-type: none"> <li>- en 2025 &gt; 50 %</li> <li>- en 2030 &gt; 55%</li> </ul>

## Tubos con Plástico Green PE

La alternativa bio-basada más extendida a los plásticos de origen fósil es la alternativa procedente de la caña de azúcar.

Su transformación en el denominado polietileno verde permite un procesado similar a los materiales tradicionales, pero con una reducción en origen de la huella de carbono.



### Uso de Green PE

Origen Vegetal (Caña de Azúcar) en lugar de fósil.

Impacto Huella Carbono menor

En relación con nuestros **proveedores**, en los desarrollos de nuevos materiales, exigimos que cumplan con las normativas en vigor, tanto de naturaleza ambiental, como con los principios éticos de nuestra organización.

En este proceso de homologación, tomamos en cuenta y como criterio de selección, los criterios ambientales que tenemos identificados en la evaluación desde los aspectos ambientales definidos anteriormente (Residuos generados, Consumos de Materias y Energía, Transportes, Ruidos, Suelos, Vertidos al agua, Emisiones atmosféricas, ...)

	<h1>Informe Progreso 2019</h1>	Código	Sin
		Versión	2019
		Página	49 de 53

## ACCIONES

ACCIONES		Grupo de interés
	Realizar un prototipo de herramienta para la medición de la huella de carbono en los productos fabricados	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input checked="" type="checkbox"/> Proveedores
	Crear un pack de comunicación destinado a entender en interno y externo las acciones llevadas a cabo en terminos de sostenibilidad en el grupo CTL-TH Packaging.	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input checked="" type="checkbox"/> Proveedores
	<b>Objetivo estratégico 2020</b> Ofrecer soluciones de Packaging a nuestro Cliente para apoyarles en conseguir que se reciclen 50% de materiales de envases. A este fin desarrollar tubos que contengan 50% de PCR en nuestro catálogo de productos.	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
	<b>Objetivo estratégico 2020</b> Innovación en el desarrollo de sistemas de reciclaje internos para los desechos de plásticos generado en la fabricación de los tubos ESTube para 2020 (Post Industrial Recycle)	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input checked="" type="checkbox"/> Proveedores
	<b>Objetivo estratégico 2021</b> Ofrecer a nuestro Cliente un catálogo con opciones de productos con reducción de plástico.	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
	<b>Objetivo estratégico 2025</b> Ofrecer a nuestro Cliente un catálogo con opciones productos 100% reciclable.	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores
	<b>Objetivo estratégico 2025</b> Implantación del Ecodiseño sistemático en cada desarrollo.	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input checked="" type="checkbox"/> Proveedores
	<b>Objetivo estratégico 2025</b> Implantación de la herramienta de Análisis de Ciclo de Vida de los productos.	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input checked="" type="checkbox"/> Proveedores
	<b>Objetivo estratégico 2030</b> Conseguir que todos los productos de nuestro catálogo sean 100% reciclables.	<input type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores

En verde, las acciones realizadas el año anterior

Con respecto a la mejora del impacto ambiental determinado para la medición de la Huella de Carbono de la actividad se han determinado los aspectos más relevantes y ejes de trabajo correspondientes.

	Grupo	TH	CTL
Transporte	↑ tasa ocupación 	↑ Tasa ocupación 	↑ Tasa ocupación 
Consumos de materias primas	↑ Material Menos Impacto ↓ Material Más Impacto 	Perdidas ↓ 	Perdidas ↓ 
Desplazamiento particular al trabajo	NA	Plan de movilidad 	NA
Mix Eléctrico	NA	NA	Plantear opciones - Energía Verde - Consumos 

## Anticorrupción

### Principio 10

**P10**

*Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.*

### Objetivos de Desarrollos Sostenibles 10, 16

*Dentro del principio de Anticorrupción, se han identificado los siguientes ODS relacionados con la actividad del Grupo CTL-TH Packaging.*



## POLÍTICAS

Cumplimos con las normativas y legislaciones nacionales e internacionales orientadas al control y supresión de cualquier actuación relacionada con la corrupción manifestada en todas sus formas, incluidas la extorsión o el soborno.

Difusión de nuestra política RSE formal que recoge nuestras prácticas en materia de lucha contra la corrupción y verificación de su difusión a todos los grupos de interés, a través de los medios habituales de comunicación corporativa.

Como hemos indicado con anterioridad, hemos elaborado un código de conducta frente a la extorsión, el soborno o cualquier otro tipo de conducta corrupta que hemos difundido que hemos difundido a nuestros Grupos de Interés: **Empleadas/os**, y **Clientes** cuando lo requieren y a todos nuestros **proveedores**.

Mantenemos un cumplimiento estricto de la legalidad vigente, respecto de la normativa nacional e internacional de los países en los que operamos, respecto del control y abolición de cualquiera de las formas de corrupción que puedan darse, incluso la extorsión y el soborno.

En relación con los **proveedores**, en todo contacto con ellas/os se hace un recordatorio de nuestras políticas, así como se despliegan unos objetivos anuales de mejora en apartados como la no aprobación de violaciones de códigos éticos (incluyendo sobornos etc....).

## DIAGNÓSTICO / SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

Hemos realizado un diagnóstico para conocer las áreas internas y de actividad con mayor riesgo en materia de corrupción, con el resultado de que se localizan en la cadena de suministro de Proveedores, debido a los mercados con los que operamos y a su propia idiosincrasia.

No existe procedimiento de evaluación del grado de conocimiento, acerca de nuestros códigos de conducta y políticas contra la corrupción y el soborno, por parte de nuestros grupos de interés.

Para velar por el cumplimiento del Código ético, resolver incidencias o dudas sobre su interpretación y adoptar las medidas adecuadas para su mejor cumplimiento, se ha creado el Comité de aplicación y seguimiento del Código Ético y así que como un procedimiento específico y confidencial para la denuncia de situaciones relativas a la corrupción. Dicho comité tiene como misión el promover la difusión y aplicación de los principios éticos, en todas las actividades que realice la empresa. Estará compuesto por la Dirección General, las direcciones de RRHH y del SIG de cada empresa del Grupo, así como una representación de los Empleados.

## ACCIONES

ACCIONES	Grupo de interés
Difusión del Código Ético.	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input checked="" type="checkbox"/> Proveedores
Establecimiento de mecanismos de gestión a través de las denuncias que pueden realizar todos nuestros grupos de interés	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input checked="" type="checkbox"/> Clientes <input checked="" type="checkbox"/> Proveedores
Comunicar periódicamente el mecanismo existente de seguimiento de la política RSE orientado a promover la denuncia, gestión y reconducción de las posibles incidencias que puedan ocurrir en las relaciones con nuestros grupos de interés.	<input checked="" type="checkbox"/> Empleadas/os <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Proveedores

En verde, las acciones realizadas el año anterior

## Compromiso Final

A través de este Informe de Progreso, el Grupo CTL-TH Packaging manifiesta su voluntad e interés de seguir trabajando e impulsando las políticas y acciones de Responsabilidad Social Empresarial, colaborando con nuestros Grupos de Interés para entender y avanzar en las nuevas líneas de actuación que se abren con los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible.