

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**LAFTUR, S.A.L. - TSB ZARAGOZA**

CIF:A50467000

Polígono Industrial MALPICA. Calle, D Parcela. 73.

50016 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Laftur, s.al. ( TSB Zaragoza)

#### 02 - Dirección - CP - Población

Poligono Malpica, calle D, nº 73, 50016

#### 03 - Sector. Actividad

Operador Logistico. Integral

#### 04 - Año comienzo actividad.

1991

#### 05 - Número de personas empleadas

55

#### 06 - Persona contacto

Jesús Tomás Jiménez Marqués

#### 07 - E-mail contacto

[jesus.jimenez@tsbtrans.com](mailto:jesus.jimenez@tsbtrans.com)

#### 08.- Página web

[www.tsbzaragoza.com](http://www.tsbzaragoza.com)

### GENERAL

#### Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)
- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional,

## **educación, formación, etc)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

### **1.1 Información adicional**

Seguimos el modelo de gestión EFQM y esto nos permite tener una visión global de las necesidades y las influencias de la propia empresa. Establecemos relaciones con la sociedad, con nuestros proveedores y con los empleados/as. A título de ejemplo, tenemos establecido un sistema de formación con ESIC para el departamento Comercial y de Atención al cliente. Otro sistema de formación para mandos intermedios y globalmente a todo el personal en el entorno de la excelencia dirigido por el grupo Piquer y, además, con el departamento de formación de IAF.

## **2.- ¿Cree que las PYMES o pequeñas organizaciones pueden enfrentarse de forma individual a temas como los anteriores?**

Si

### **2.1. Información adicional**

Se puede enfrentar pero sus resultados serán mas lentos y menos intensos, que si contamos con la ayuda de asociaciones sectoriales o empresariales donde poder obtener información global. En nuestro caso, al formar parte de un grupo comercial obtenemos unas importantes sinergias en común. Somos miembros/as de ALIA, Fetraz, Cámara de Comercio de Zaragoza, ADEA y en el plano internacional, con LogCoop.

## **Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

## **3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?**

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

### **3.1. Información adicional**

Nuestra organización tiene integrados estos aspectos dentro de nuestra estrategia, ya que contamos con un equipo de RSC, que lleva a cabo acciones sociales, como por ejemplo la colaboración con ONG de distintas actividades sociales, como Equicentro, Fundación Rey Ardid, Fundación Centro Solidaridad de Zaragoza, Believe in art y Estrella de la Mañana. Seguimos el modelo de gestión EFQM y además, trabajamos bajo las consignas de la cultura Lean; en el primer caso, sociedad es uno de los aspectos que contempla como pilar el modelo. Por otra parte, en el caso de Lean, una de las principales consignas es la disminución del despilfarro.

## **4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?**

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

### **4.1. Información adicional**

En la actualidad aplicamos los recursos necesarios para acciones concretas, planificadas y presupuestadas. En el año 2017 se pusieron en marcha diferentes acciones dirigidas a la incorporación del personal de la empresa en los objetivos marcados en el RSA; sus comienzos fueron pobres pero en 2018 existió una mayor implicación del personal en proyectos concretos.

En 2018, hemos establecido acuerdos con fundaciones y empresas de colocación de personas en riesgo de exclusión social y hemos comenzado el camino de contratación, a fecha Julio 2018 se han incorporado dos personas.

En 2019 se ha creado un equipo RSC encargado de localizar nuevas acciones para nuestros grupos de interés, principalmente personal, Ayuda al colectivo de personas excluidas socialmente y medio ambiente.

En 2022 se ha realizado una fuerte inversión en la implantación de placas solares en las nuevas instalaciones.

## **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

### **5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.**

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

#### **5.1. Información adicional**

Tenemos identificados nuestros grupos de interés y marcamos unos sistemas de gestión concretos para cada uno de ellos:

Empleados/as: A través de las encuestas de satisfacción de clientes internos obtenemos informaciones relevantes de puntos de mejora y una vez puestos en práctica se identifican con un pictograma que hace alusión al origen de la propuesta.

Clientes/as: A través de las encuestas anuales de satisfacción de clientes externos, se distinguen entre clientes/as de logística integral o clientes que únicamente utilizan una de nuestras actividades.

Central del grupo: Con reuniones presenciales como mínimo mensuales y reuniones a través de videoconferencias al menos semanalmente (todos los lunes).

Delegaciones: Reuniones ad hoc y al menos una vez a la semana por videoconferencia (todos los viernes).

Proveedores: A través de encuestas de satisfacción y haciéndoles partícipes de nuestra visión.

Sociedad. A través de la presentación de nuevos proyectos en Asociaciones tanto sociales como empresariales.

Asesores externos: Con la participación directa en nuestra estrategia.

Organismos públicos: Participación en eventos y a través de nuestros asesores externos.

En el año 2023 queremos impulsar un sistema más intenso de captación de necesidades de nuestros clientes/as y empleados/as mediante las visitas presenciales de las personas trabajadoras de ATC, acompañad@s por las personas del Departamento Comercial.

### **6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?**

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

#### **6.1. Información adicional**

Llevamos 10 años adaptándonos a una cultura interna, a una metodología Lean.

Existen mecanismos para aplicar los resultados de satisfacción tanto de clientes internos como externos, que se aplican directamente a través de la mejora continua que nos permite estar en contacto continuo con algunos de nuestros grupos de interés y acercar postura en las necesidades de las dos partes.

En 2020 se compraron nuevas instalaciones y en el año 2021 creamos una bodega dentro de las instalaciones donde mantenemos reuniones con diferentes grupos de interés en un entorno gastronómico y relajado.

En el año 2022 la bodega gastronómica nos ha permitido difundir la excelencia de ciertas personas aragonesas a través del evento "Conversaciones con Personas Excelentes en la bodega de TSB Zaragoza" y, a su vez, dar a conocer a las personas profesionales de este sector.

### **Gobierno de la organización**

#### **7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?**

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

#### **7.1. Información adicional**

Todas las personas que se contratan en la empresa se deben alinear con los VALORES de la empresa ( Calidad, respeto, Honestidad y Compromiso). Así mismo en su incorporación como miembro/a de la plantilla conocen la MISIÓN y la VISIÓN. Cada persona trabajadora recibe en su bienvenida un protocolo de acogida y una formación específica de su puesto de trabajo, y es revisado periódicamente por los mandos intermedios de los que depende en función de las mejoras continuas que diariamente se pongan en marcha una vez analizados los indicadores.

#### **8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?**

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

#### **8.1. Información adicional**

Es una de las preocupaciones principales de la empresa; solamente pueden permanecer en la empresa las personas que están completamente alineadas con los valores de la misma, por lo que cada empleado se ha de autoevaluar en base a ello.

La cultura interna ( Lean) hace que los empleados/as sean conscientes de las repercusiones de los resultados de los indicadores. Todos ellos participan en una herramienta propia llamada PIM ( panel de indicadores mensuales ) PAM ( plan de acción de mejora) es una herramienta horizontal que permite la transparencia total de las desviaciones que se producen de los indicadores de cada proceso y de las acciones que

ellos mismos o sus compañeros han propuesto para mejorarlos.

En diciembre de cada año se informa a todos los empleados/as y colaboraciones más cercanos sobre los objetivos del año siguientes,

Los objetivos anuales se incorporan a proyectos trimestrales cuyo desarrollo son propietarios/as los mandos intermedios de cada departamento y división.

Para que la información sea fluida y actual, se puso en marcha un sistema de comunicación mediante pantallas digitales en cada una de las instalaciones que se revisan mensualmente.

## **Plan de Responsabilidad Social**

### **9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?**

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

#### **9.1. Información adicional**

El plan de reducción de la huella de carbono tenemos un plan aplicado al transporte intermodal con el tráfico internacional con los países del Benelux, Reino Unido y norte de Alemania.

El año 2019 pusimos en marcha un plan que recogía las inquietudes de la empresa y de sus empleados/as.

En 2018 hemos tenido un crecimiento importante en la implicación de las personas en los proyectos sociales.

En 2020 nuestra estrategia de RSC está marcada por las metas que la empresa ha asumido como propias dentro de los objetivos 4-8-9 y de las ODS.

En 2020 hemos comenzado de una forma sistemática a la configuración de un sistema de donaciones a entidades no lucrativas de Aragón.

En 2021/2022 hacemos hincapié hacia la salud mental y el bienestar físico de las personas trabajadoras, y para ello, creamos nuestra 7ªS (tomando como referencia las 5ªS del método Lean) Salud y Seguridad. Para ello, hemos creado un gimnasio que nos ayuda a prevenir posibles accidentes en el día a día laboral.

### **10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?**

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

#### **10.1. Información adicional**

En huella de carbono tenemos unos objetivos controlados y facilitados por "lorry rail" a través de la cual se realiza el tráfico intermodal. El resto de objetivos del Plan de Responsabilidad se fijan valores mínimos.

En el año 2022 ya hemos sido capaces de conseguir la huella de carbono que trasladamos a cada uno/una de nuestros clientes/as, que así nos lo solicitan.

## **CLIENTES**

## **Satisfacción de cliente**

### **11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?**

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

#### **11.1. Información adicional**

Anualmente se realizan encuestas de satisfacción de clientes externos dirigido al menos a un número que signifique no menos del 85% de la facturación.

Mensualmente se entregan a los clientes unos KPI,s que contempla tanto la calidad de entrega como las incidencias que han sucedido en este periodo. Se acompaña de un Plan de Acciones mejora para cada una de las desviaciones que se observen sobre los compromisos adquiridos tanto en plazos de entrega como en incidencias.

El algunos casos estas evidencias van acompañadas de un bonus/malus consensuadas sobre el nivel de los ratios obtenidos en los periodos fijados.

Se crearon equipos Kaizen donde incorporamos una persona trabajadora del equipo comercial, un directivo de almacén, otro/a de administración, Gerencia y el propio cliente/a, donde examinamos posibles mejoras, tanto del servicio como del embalaje.

### **12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?**

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

#### **12.1. Información adicional**

A través de la herramienta propia llamada PIM, PAM localizamos las desviaciones de los ratios óptimos de los indicadores de cada proceso.

Se implantan las acciones de mejora propuestas y se realiza un seguimiento de la efectividad de acción de mejora en un plazo de tiempo fijado según el tipo de desviación, de proceso y de indicador, aplicando un color en función del resultado, verde cuando la acción de mejora ha dado resultados satisfactorios en el plazo fijado y rojo en caso contrario, lo que implica buscar una acción de mejora diferente y volver a realizar el seguimiento hasta alcanzar un resultado óptimo.

## **Innovación en los productos y servicios**

### **13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?**

Se planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

#### **13.1. Información adicional**

La innovación en todos los procesos es algo que define y diferencia a TSB Zaragoza de su competencia.

Desde el departamento de informática, incrementamos la calidad de información a los clientes hasta la reingeniería de los procesos fundamentales.

Regularmente se ponen en marcha proyectos cuya duración y componentes dependerá de su envergadura para implantar innovaciones en nuestros servicios, así como mejoras que

por su impacto pueden suponer una competencia distintiva.

Utilizamos la metodología Seis Sigma donde, por ejemplo, con el ciclo DMAIC solucionamos problemas utilizando laboratorios propios o ajenos que nos den una solución eficaz.

Uno de los últimos proyectos que estamos llevando a cabo es el " Proyecto averías" compuesto por 7 miembros/as de alta dirección, donde queremos obtener una reducción drástica de las incidencias que se producen en las mercancías en el transporte.

## **Calidad de los productos y servicios**

### **14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?**

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

#### **14.1. Información adicional**

TSB Zaragoza está incluida dentro de la plataforma Ecovadis, que contamos con el Sello Plata, y que desarrollamos conjuntamente con ciertos clientes multinacionales.

### **15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?**

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

#### **15.1. Información adicional**

En periodos regulares, generalmente mensuales, entregamos a los clientes unos KPI,s que muestran el objetivo conseguido y las desviaciones sobre el mismo. Estas desviaciones son estudiadas y analizadas y se presentan acciones de mejora sobre las mismas

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

### **16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?**

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

#### **16.1. Información adicional**

En TSB Zaragoza existe una total transparencia que incluye la presentación "in situ" de los acuerdos y compromisos alcanzados y pasados por escrito en un formato on line.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

### **17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?**

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

### **17.1. Información adicional**

Anualmente se realiza una encuesta de satisfacción de clientes/as internos, cuyos resultados son presentados al personal en una Reunión global. Aquellas mejoras que se identifican como resultado de las mismas se ponen en práctica y se señalan visualmente mediante su logo correspondiente que identifica de donde proviene la mejora.

Tenemos activado un buzón de sugerencias online y mensualmente se premia la mejor sugerencia.

En 2021 hemos cambiado el formato de encuesta por el de "doce meses, doce causas" y en el 2022 queremos darle mucho más protagonismo al equipo de RSC y promover más acciones internas que impliquen a todas las personas trabajadoras, así como aportar soluciones económicas y personales a las personas trabajadoras.

## **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

### **18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?**

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

#### **18.1. Información adicional.**

La empresa, tiene 3 divisiones y trabaja en 3 turnos, todos ellos/as tienen la posibilidad de mejorar su posición en la empresa mediante formación y promoción interna. Existe un sistema de retribución por departamento en función del cumplimiento de los ratios marcados para cada indicador de cada proceso.

En 2018 se implantó parcialmente la evaluación del desempeño para determinados departamentos y ahora, en el 2022, una gran mayoría de personas trabajadoras estarán vinculadas a la evaluación del desempeño. Además de que ya se está desarrollando un Plan de Igualdad y un Protocolo de Acoso laboral para que todas las personas trabajadoras sepan cuáles son sus derechos.

## **Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral**

### **19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?**

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

#### **19.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.**

Se implantó como solución general la jornada intensiva que permite a todos los trabajadores/as emplear en una sola jornada todo su tiempo dedicado, los empleados/as tienen la oportunidad de elegir un turno fijo o entrar en turnos rotativos. El periodo de vacaciones es fijado por los propios empleados/as en base a unos parámetros de



producción establecidos. Se han ampliado los turnos de tal manera que el propio personal de cada departamento modifica sus horarios en base a su conciliación familia

## **Formación y desarrollo profesional**

### **20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?**

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

#### **20.1. Información adicional.**

En la encuesta de satisfacción de clientes/as internos identificamos aquellas formaciones que son mas demandadas por los empleados/as; también hay peticiones particulares y existe un sistema de formación con una periodicidad semestral como mínimo donde se realizan formaciones sobre temas actuales y relacionados con los proyectos de la empresa. Todos los años se hace un Plan de Formación que se obtiene de la solicitud de formación que piden los trabajadores/as a los que se añaden también temas relacionados con el aumento de profesionalidad y programas de salud mental.

### **21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

#### **21.1. Información adicional.**

Todas las personas trabajadoras de forma individual o colectiva tienen una evaluación del desempeño referenciada a los objetivos marcados en los diferentes departamentos; estos objetivos pueden ser de índole económica, sociales o medioambientales.

## **Seguridad y Salud**

### **22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

#### **22.1. Información adicional.**

Nuestra organización incorpora las 5S dentro de su gestión, y este año hemos decidido implantar la 7S. "Salud y Seguridad". Dentro de este objetivo, recientemente se han inaugurado dos espacios, uno destinado para la formación de las personas trabajadoras (individual y colectiva) y otro espacio de salud física y mental.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

**23.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?**

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

**23.1. Información adicional.**

Nuestra organización intenta que todos los productos y bienes que se utilizan en los diferentes espacios de las instalaciones sean con conciencia social y medioambiental, por ejemplo, reutilizar palets para hacer gradas de formación, poner foam en el suelo de la sala del gimnasio, y realizar una economía circular de plástico para la sujeción de la mercancía dentro de los camiones. Además, en el reciclaje de palets, solamente hacemos la compra a proveedores clasificados como excelencia en el medioambiente.

**Clasificación y evaluación de proveedores**

**24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?**

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

**24.1. Información adicional.**

Muchos de los proveedores con los que trabajamos implantan una política de igualdad y de inclusión, por ejemplo, SERMA, es una empresa con unos valores y políticas positivas en el medioambiente y social; Otro factor que tenemos muy en cuenta es que la compra de madera la realizamos a empresas con una trazabilidad medioambiental completa como Serrerías Rodríguez.

**SOCIAL**

**Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

**25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?**

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

**25.1. Información adicional.**

Todos nuestros grupos de interés están integrados en nuestra cultura y son reconocidos sus méritos.

Se han realizado acuerdos con fundaciones y empresas de contratación de personal en riesgo de exclusión social en los que se han puesto objetivos a medio plazo.

En el año 2022 nuestro objetivo es que todos los departamentos tuviesen en plantilla una persona en riesgo de exclusión social o dependiente y se ha cumplido.

**Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

**26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?**

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

**26.1. Información adicional.**

Nuestra actividad se basa en la producción de residuos, clasificados en grandes contenedores y reciclados por una empresa especializada. Algunos de nuestros proyectos reducen los residuos de forma significativa y cuantificable. El material de oficina que produce residuo es depositado en contenedores específicos que permiten el reciclaje selectivo, así como el plástico se recoge en sacos que, posteriormente, se utilizan para sujetar la mercancía en los camiones.

**Transparencia con el entorno social de la organización**

**27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?**

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada.

**27.1. Información adicional**

Todas las actuaciones son comunicadas a los grupos de interés y son reflejadas mediante etiquetas adhesivas o en el producto que se ha puesto en marcha a través de las sugerencias.

**Comunicación y fomento de buenas prácticas**

**28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales.

**28.1. Información adicional**

Se utilizan las redes profesionales sobre todo LinkedIn para la comunicación diaria de las acciones tomadas y los resultados obtenidos. En 2018 y 2019 se desarrolló un Plan de Comunicación interna donde los empleados reciben información actualizada de la realidad de la empresa y un Plan de Comunicación externa donde damos a conocer nuestra realidad.

Hemos desarrollado nuestro formato de comunicación interna por la que todas las personas empleadas se informan del día a día de la organización, y además hemos solicitado la colaboración de nuestros propios clientes/as en la difusión.

**AMBIENTAL**

**Impacto ambiental**

**29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

Se evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

**29.1. Información adicional.**

Las carretillas elevadores de gasoil y de gas han sido sustituidas por carretillas eléctricas con doble batería que permite realizar las cargas en horario nocturno.

Todas las papeleras de las oficinas han sido eliminadas y en su lugar existe un centro de reciclaje por planta que fomenta la implicación del personal además de sentirse obligados a levantarse de su puesto de trabajo y moverse en el. Además esto provoca un descenso importante del uso del papel.

El almacén dispone en su interior de contenedores de reciclaje de de madera, plástico y cartón y confiado a una empresa autorizada y especializada en su tratamiento.

Los vehículos son identificados por su impacto medioambiental.

La reducción del impacto medioambiental de la huella de carbono en el tráfico intermodal tiene una medición anual.

En el año 2020 se ha contratado a una empresa especializada en la optimización del consumo eléctrico, obteniendo unos resultados óptimos.

En el año 2022, todas las carretillas obtienen la energía necesaria para su carga con energía solar.

**Compromiso frente al cambio climático**

**30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?**

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

**30.1. Información adicional.**

Se facilita de forma interna mediante la identificación visual de las medidas adoptadas y la publicación con los sistemas de comunicación interna de los datos obtenidos.

Externamente, se incorporan los datos en todas las presentaciones hacia clientes.

Una de las acciones mas importantes incorporadas entre los años 2020 y 2021 es la participación con los clientes en todo aquello que conjuntamente pueda ayudar a reducir la huella de carbono y el desarrollo de económicas circulares.

Este año, el departamento de RSC está actuando activamente en el cambio de hábitos de consumo de energía de las personas trabajadoras.

**Economía circular**

**31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?**

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

### 31.1. Información adicional

Se realiza una evaluación continua de la actividad en ambos centros de trabajo, concretamente, se reutiliza el plástico de las mercancías restantes utilizado para la mejora de la resistencia de la mercancía dentro de los camiones. Por otro lado, los palets que están dañados se utilizan para mobiliario dentro de las instalaciones, como mesa de comedor, gradas en la sala de formación para que puedan utilizar todas las personas trabajadoras. así como invitados y profesionales que vengan a dar formación o charlas.

## Comunicación ambiental

### 32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

#### 32.1. Información adicional

Los grupos de intereses que participan en una determinada acción reciben comunicación previa y de los resultados obtenidos.. Nuestros grupos de interés participan en los eventos y reuniones sobre la implantación de los planes estratégicos medioambientales. Semanalmente se comunica a nivel interno todas las acciones que se han puesto en marcha y sus resultados.

## VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

### Priorización de temas

#### 33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

- 1 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 2 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 3 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 4 - Capacitar a las personas de la empresa
- 5 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 7 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 8 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 10 - Disponer de presupuesto

### Valoración Global

#### 34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

8

## **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

### **35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

En el ahorro de la huella de carbono con la utilización del tráfico intermodal con el norte de Europa.

Incorporación de personal con minusvalía y su relación con el resto del personal.

Programa de donaciones a empresas sin ánimo de lucro.

Externalización de actividades con empresas de inclusión social como Ilunion

### **36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?**

Debemos mejorar en la comunicación interna de una forma estable en el tiempo, así como en la concienciación de los clientes internos en aspectos sociales y medioambientales. Este aspecto que sigue siendo una prioridad ha mejorado sensiblemente en el año 2019 con respecto al año 2018 y todavía mucho más en el año 2020.

Ser capaces de vincular a más personas de la empresa en nuestras actividades de RSC

## **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

### **¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?**

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

### **En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?**

Si

### **Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuáles son?**

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.