

INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



MENDEZ CROTON, S.A.

2017 - 2018

Índice

1.	CARTA DE LA DIRECCIÓN.....	4
2.	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	5
	2.1.- Datos generales.....	5
	2.2.- Presentación	5
3.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	6
	3.1.- Órganos corporativos.....	6
	3.2.- Política Integrada (Calidad, Medio Ambiente y Responsabilidad Social Corporativa).....	7
4.	CIFRAS PRINCIPALES DE LA ORGANIZACIÓN	8
	4.1.- Plantilla.....	8
	4.2.- Proveedores	8
	4.3.- Clientes.....	8
5.	ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN	9
	5.1.- Misión, visión y valores	9
	5.2.- Objetivos estratégicos.....	9
6.	GRUPOS DE INTERÉS	10
	6.1.- Comunicación con Partes Interesadas	10
	6.2.- Clima Laboral.....	12
	6.3.- Satisfacción Clientes.....	14
	6.4.- Evaluación de Proveedores.....	15
7.	DESEMPEÑO AMBIENTAL Y SOCIAL	15
	7.1.- Indicadores Ambientales.....	15
	7.2.- Aspectos Ambientales y Sociales	17
8.	GESTIÓN ECONÓMICA.....	19
	8.1.- Estrategia empresarial. (cifras)	19
	8.2.- Indicadores sociales y humanos.....	19
	8.3.- Diversidad e igualdad de oportunidades (conciliación).....	19
	8.4.- Prevención del acoso.	20
9.	ACCIONES SOCIALES.....	20
	9.1.- Donaciones.....	20

1. CARTA DE LA DIRECCIÓN

A todos nuestros grupos de interés,

Desde la Dirección de Méndez Croton, S.A., se tiene el placer de presentar este primer Informe de Responsabilidad Social Corporativa. Publicación que responde al compromiso con la transparencia hacia todas nuestras partes interesadas (clientes, empleados, proveedores, administraciones, etc.).

Con este informe, queremos informar sobre lo acontecido, y reflejar la creación de valor para la organización en el ámbito económico, ambiental y social, en este período a tratar.

En Méndez Croton, S.A., trabajamos día a día con el objetivo de lograr un crecimiento rentable, pero también con el compromiso de desarrollar nuestra actividad asumiendo la responsabilidad social que nos corresponde, como empresa dedicada a la seguridad de los trabajadores, en todos los sectores donde estamos presentes.

Negocio y sostenibilidad no pueden avanzar por vías separadas. Las empresas, como buenos ciudadanos corporativos, solo concebimos un escenario integrador de ambos aspectos.

El compromiso de esta Dirección es la mejora continua en la reducción de energía, agua y consumibles, mantener con nuestros trabajadores un clima laboral positivo, y una colaboración más estrecha con proveedores que, como nosotros, apuesten por medidas para mejorar su responsabilidad social.

También seguiremos en contacto con ONG`S, para ayudar en la medida de nuestras posibilidades a la buena labor que desarrollan.

Aunque aún es pronto para ver los resultados y el impacto de los logros que se han ido consiguiendo, la posición de nuestra organización va mejorando considerablemente con la ayuda de esta certificación, así como la de Calidad y Medio ambiente. Entre otras cosas, por el desarrollo del plan aprobado por Dirección, para impulsar la productividad del mismo.

El hecho de ir consiguiendo los diferentes hitos o fases establecidas, han hecho fomentar el interés en nuestra organización en las diversas partes interesadas.

Tras un profundo análisis, se ha definido nuestra visión, que es la que nos marca el camino que seguiremos, y nos define quiénes somos y cuáles son los valores que nos mueven. Claramente por nuestro entusiasmo de ofrecer un servicio y productos de calidad y unos compromisos con nuestros clientes.

Queremos tener un futuro por delante, una gran marca y unos trabajadores comprometidos. Así, con las acciones y campañas que puedan irse desarrollando, queremos que los grupos de interés que nos rodean sientan nuestros esfuerzos, y que nuestros clientes comprueben nuestras mejoras, realizadas siempre pensando en ellos.

Y es por ello que, en este informe, hemos intentado plasmar todo lo que la organización ha ido desarrollando con este fin. Espero que la lectura del mismo sea de vuestro agrado.

2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

2.1.- Datos generales

Datos generales

Razón social: MENDEZ CROTON, S.A.

Domicilio Social: Avenida Castilla, 1 Primera Planta, Oficina 3B; San Fernando de Henares (Madrid)

Teléfono: 91 677 11 10

Fax: 91 677 32 92

email de contacto: info@mendezcroton.com

Página web: www.mendezcroton.com

2.2.- Presentación

MENDEZ PROTEC, S.A. es una sociedad mercantil anónima, fundada en el año 1980, por profesionales con amplia experiencia en puestos de dirección de empresas industriales y de distribución.

En diciembre del año 2012, la empresa CROTON UNIFORMES, S.L., compra el 100% de la empresa, MENDEZ PROTEC, S.A., a su propietario, D. Lorenzo Méndez García, y tras un primer análisis, los nuevos propietarios deciden llevar a cabo cambios en la estructura de la empresa, con el fin de hacerla más competitiva y viable.

Estos cambios, quedan fundamentados en dos pilares básicos, traslado y gestión del almacén a empresa especializada en logística, traslado de oficinas y optimización de los puestos de trabajo.

Con estos fuertes cambios, que se llevaron a cabo durante el primer semestre del año 2013, se pretendieron acomodar los gastos de la empresa a los volúmenes de ventas, muy castigado por la coyuntura del mercado.

El objeto de la Sociedad es la venta al por mayor de productos de protección individual y seguridad industrial, productos de limpieza para higiene industrial, venta de productos para la protección de medioambiente, contención de vertidos industriales, equipos para manipulación y limpieza de sustancias contaminantes y recipientes de almacenamiento.

El objetivo principal de las actividades desarrolladas por MENDEZ CROTON, S.A. es la mejora constante en el grado de satisfacción del cliente, a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad de los productos suministrados, con los requisitos del cliente y los legales y los reglamentarios aplicables.

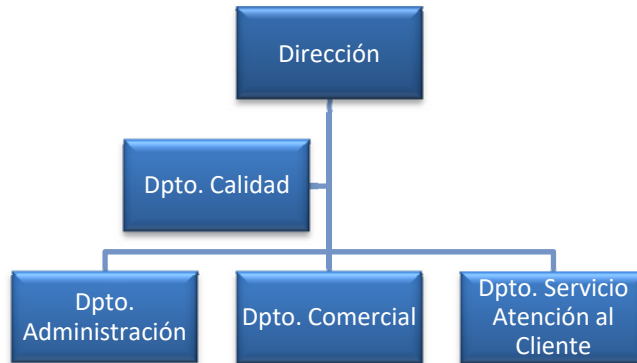
La observancia permanente de las exigencias legales y de la innovación técnica y funcional, así como la constante actualización de la calidad, variedad y competitividad de los productos que componen la oferta de la sociedad, permiten que ésta sea actualizada y mejorada continuamente.

El día 01 de enero de este año 2018, la empresa propietaria, "Croton Uniformes, S.L." decide modificar la denominación social a "MENDEZ CROTON, S.A.", y traspasar su cartera de clientes,

con el fin de aprovechar sinergias, reducir procesos y gastos y dar un nuevo impulso a la empresa, para hacerla más competitiva.

3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizativa de la empresa es la siguiente:



3.1.- Órganos corporativos

Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social

Las funciones de dicho comité son las siguientes:

- ✓ Revisar la política de gestión ética y responsabilidad social.
- ✓ Revisar el Código de conducta de la organización.
- ✓ Asegurar la disposición de recursos (humanos, materiales y financieros) para la adecuada implementación y mantenimiento del sistema de gestión ética y socialmente responsable.
- ✓ Supervisar planes e iniciativas en materia de responsabilidad social para garantizar el cumplimiento de los objetivos y metas establecidos.
- ✓ Aprobar el modelo de relación y comunicación con los grupos de interés.
- ✓ Identificar los riesgos legales, sociales, laborales y ambientales que puedan afectar a la organización.
- ✓ Asesorar a la dirección sobre sugerencias, iniciativas y propuestas de mejora.

El Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social está formado por:

Nombre	Cargo
Álvaro Artaza	Director General
Agustín Arocena	Responsable de Gestión Ética y Responsabilidad Social
Carlos Piqueras	Comercial

3.2.- Política Integrada (Calidad, Medio Ambiente y Responsabilidad Social Corporativa)

Por deseo de la Dirección, el responsable del Sistema Integrado de Gestión (SIG) ha establecido e implantado un sistema de la calidad, del medio ambiente y de responsabilidad social en base a los requisitos de la norma **UNE-EN-ISO 9001:2015** "Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos", la norma **UNE-EN-ISO 14001:2015** "Sistemas de Gestión Ambiental. Requisitos con orientación para su uso" y la norma **SGE21:2008** "Sistema de gestión ética y socialmente responsable", para la venta al por mayor de productos de protección individual y seguridad industrial, productos de limpieza para higiene industrial, venta de productos para la protección de medioambiente, contención de vertidos industriales, equipos para manipulación y limpieza de sustancias contaminantes y recipientes de almacenamiento.

El SIG tiene como finalidad la satisfacción de los clientes de **MENDEZ CROTON, S.A.** gracias al cumplimiento de los requisitos establecidos. Para ello, el SIG tiene como objetivos:

- Asegurar la calidad de los productos suministrados, conforme a la Norma Internacional **UNE-EN-ISO 9001:2015**, así como conseguir una máxima satisfacción de nuestros clientes.
- Cumplimiento de los requisitos de los clientes y los legales y reglamentarios aplicables, tanto de medio ambiente como de gestión ética y responsabilidad social, consolidando la confianza en **MENDEZ CROTON, S.A.**
- Compromiso de establecer un buen clima laboral, así como el compromiso social, laboral y ético más allá de las exigencias de la legislación
- Gestión y control eficaz de los procesos.
- Mejora continua de los procesos, procedimientos y productos, así como su comportamiento ambiental y social mediante el establecimiento de Objetivos.
- Asignación eficaz de funciones y responsabilidades.
- Concienciación y motivación del personal sobre la importancia de la implantación y desarrollo de un SIG.
- Identificar y evaluar los aspectos ambientales para controlar la prevención y reducción de la contaminación, así como aspectos sociales con el fin de minimizar las repercusiones sobre la sociedad.

LA DIRECCION

4. CIFRAS PRINCIPALES DE LA ORGANIZACIÓN

4.1.- Plantilla

		2017	2018
N.º total de trabajadores		7	7
Porcentaje por tipo de contrato	Indefinido	85%	100%
	Temporal	15%	0%
Porcentaje por tipo de empleo	A tiempo completo	85%	85%
	Jornada reducida	15%	15%
Porcentaje por sexo	Hombre	42,85%	42,85%
	Mujer	57,85%	57,85%
Porcentaje por edad	>60	0,00%	0,00%
	45 – 60	57,14%	57,14%
	35 – 45	14,28%	14,28%
	25 – 35	28,57%	28,57%
	< 25	0,00%	0,00%

4.2.- Proveedores

		2017	2018
Nº total de proveedores		169	175
Porcentaje por nacionalidad	Nacional	96,45%	89,71%
	Internacional	3,55%	4,98%

4.3.- Clientes

		2017	2018
Nº total de clientes		200	433
Porcentaje por nacionalidad	Nacional	98,50%	94,46%
	Internacional	1,50%	5,54%

5. ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN

5.1.- Misión, visión y valores

Misión

Ser una empresa que ofrezca unos productos de buena calidad dentro del ámbito de protección individual, seguridad e higiene industrial. La prestación del servicio se realiza mediante:

- La gestión eficaz de los recursos necesarios
- El compromiso de responsabilidad social corporativa
- El compromiso con el desarrollo sostenible

Visión

Ser de las empresas de referencia en cuanto a venta al por mayor de productos de protección individual, productos para la seguridad industrial, productos para la higiene industrial, entre otros.

Realizar un servicio, en base a tecnología avanzada, seguridad, satisfacción de clientes y personas, socialmente responsable y respetuoso con el medio ambiente.

Valores

- Compromiso con las personas
- Calidad productos/servicio prestado
- Transparencia y Responsabilidad
- Profesionalidad
- Integridad

5.2.- Objetivos estratégicos

Los objetivos establecidos en el Plan de Responsabilidad Social Corporativa 2015-2018 se han basado en las siguientes líneas estratégicas:

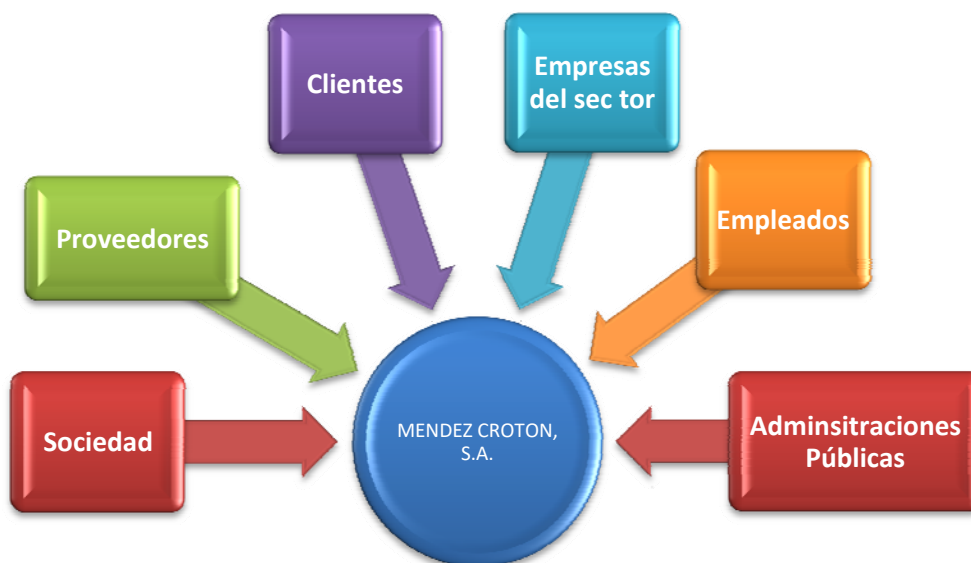
- Mejorar la relación con los clientes y mantener su satisfacción: se han establecido grupos o parejas de trabajo, para la atención más focalizada según cliente. Además, se observa que la satisfacción de cliente en 2017 y 2018, se ha ido aumentando respecto a los años anteriores.
- Reducir el impacto ambiental: se consigue ir reduciendo poco a poco impactos generados por nuestra actividad.

- Mantener la motivación e implicación de las personas que integran la empresa: se ha evolucionado a una plantilla 100% de contratación indefinida, con ajustes de horarios y demás condiciones a las necesidades de conciliación familiar y personal de cada trabajador, siempre que es factible por parte de la Organización.
- Mejorar la relación y comunicación con los proveedores en materia de RSC: se les envía las diferentes condiciones, códigos y políticas de conducta, siendo algunos proactivos con nosotros y nos envían su documentación relacionada o bien aceptan las nuestras.

6. GRUPOS DE INTERÉS

Uno de los elementos clave de la Responsabilidad Social es la relación con los grupos de interés que conformen la organización.

A continuación, se muestra el desglose de los grupos de interés que contemplamos:



El diálogo con nuestros grupos de interés es fundamental para nuestra política de responsabilidad social.

6.1.- Comunicación con Partes Interesadas.

Por ello, intentamos establecer con ellos relaciones transparentes, claras y cercanas, orientadas a fomentar su confianza y conocer sus expectativas y necesidades sociales, para poder anticiparnos a los riesgos y oportunidades que surgen en nuestro entorno.

MENDEZ CROTON considera grupos de interés a quienes están o pueden estar afectados por el servicio que prestamos. Así, hemos identificado 6 grupos con los que se mantiene, a través de distintos canales, una comunicación permanente.

Sociedad: los métodos de diálogo con la sociedad en general se realizan mediante la presentación de Publicaciones específicas, así como la asistencia y realización de ferias pertenecientes al sector. También puede establecerse un método de diálogo a través de la Página web de la organización.

Proveedores/Subcontratistas: los métodos de diálogo con los proveedores o subcontratistas se basan en las comunicaciones directas del día a día; así como las reuniones que se tengan para tratar temas específicos de los productos que se comercializan. Como comunicación ocasional, algunos de los proveedores de la organización prestan cursos de formación a clientes para presentar nuevos productos que van a salir al mercado.

Clientes: el principal método de diálogo con los clientes es la comunicación día a día con ellos a través de los comerciales y del Servicio de Atención al Cliente. A través de las encuestas de satisfacción podemos conocer la evaluación que nuestros clientes tienen sobre nosotros. Del mismo modo, se estudian las quejas, reclamaciones y sugerencias que nos tramiten para seguir mejorando. Otros canales de comunicación son las publicaciones que se realizan en la Página Web, así como la publicidad responsable que se pueda generar.

Empresas del mismo sector: los métodos de diálogo con las empresas del mismo sector se realizan durante las reuniones periódicas que se realizan a través de asociaciones. Del mismo modo, podrá realizarse durante la asistencia a ferias del sector.

Empleados: los métodos de diálogo con los empleados se realizan principalmente a través de comunicación verbal, ya que no se dispone de una plantilla muy grande; pero también puede considerarse la comunicación a través de correo electrónico. Otros medios de comunicación pueden ser a través de paneles informativos, es decir, comunicaciones escritas colgadas en los tabloneros de anuncio de la organización o bien a través de la aplicación informática a la que la totalidad de los empleados tiene acceso.

Administración Pública: los métodos de comunicación con este grupo de interés, normalmente son los establecidos por el mismo. A través de internet, entradas en registro personales, etc.

Un nuevo método de comunicación implantado este año es el buzón de sugerencias para los empleados; se ha facilitado una dirección de correo electrónico interna donde pueden enviar

sugerencias al Responsable de Gestión ética, denuncias de tratos injustos, denuncias de sobornos, etc.

6.2.- Clima Laboral

También se ha realizado durante el año 2017 y 2018, encuestas de clima laboral, aunque se tenía establecido periodicidad bienal.

Los resultados del 2017 fueron:

2017		
PREGUNTA	PUNTUACIÓN FINAL	CÓDIGO DE COLORES
1. Comprendo cómo contribuye mi trabajo a los objetivos de la empresa	96	MEJORES
2. Normalmente tengo suficiente información para responder a las preguntas de los clientes	88	REVISAR
3. Las decisiones que toma la dirección respecto a los empleados normalmente son justas	88	REVISAR
4. Me encuentro motivado en mi puesto de trabajo	87	REVISAR
5. Trabajo más de lo que se me exige para ayudar al éxito de la empresa	89	REVISAR
6. Hay buen ambiente entre mis compañeros y yo	79	REVISAR
7. Donde yo trabajo, buscamos continuamente formas de atender mejor a nuestros clientes	82	REVISAR
8. Se reconoce mi rendimiento habitualmente	87	REVISAR
9. La dirección marca una orientación clara	84	REVISAR
10. Se me ha formado adecuadamente para el trabajo que hago	86	REVISAR
11. Mi supervisor me mantiene informado acerca de las cuestiones que me afectan	85	REVISAR
12. La gente con la que trabajo coopera para sacar el trabajo adelante	76	PEORES
13. La dirección se interesa por el bienestar de los empleados	88	REVISAR
14. Recomendarías esta empresa como buen lugar en el que trabajar	86	REVISAR
15. La carga de trabajo que tienen los empleados habitualmente es la adecuada	74	PEORES
16. Creo firmemente en las metas y objetivos de esta empresa	90	REVISAR
17. Existe la oportunidad de desarrollarse y crecer aquí	81	REVISAR
18. Mi supervisor reconocer cuando un trabajo está bien hecho	91	REVISAR
19. Las condiciones ambientales del entorno de trabajo (limpieza, temperatura, iluminación, comodidad, ruido, ventilación, etc.) son las adecuadas	78	PEORES
20. Obtengo la información que necesito para hacer bien mi trabajo	90	REVISAR
21. Se me presentan suficientes oportunidades para opinar sobre las cuestiones que me afectan	86	REVISAR
22. En general, estoy satisfecho con mi empleo actual	87	REVISAR
23. Comprendo lo que puedo hacer para ayudar a prestar un servicio excelente a nuestros clientes	95	MEJORES
24. Esta empresa está comprometida en ofrecer un lugar de trabajo/instalaciones seguras	92	REVISAR
25. Preveo trabajar en esta empresa durante los próximos 12 meses	92	REVISAR
26. Me enorgullece trabajar para esta empresa	89	REVISAR
27. Comprendo lo que la empresa pretende lograr en los próximos 12 meses	94	MEJORES
28. Mi supervisor pregunta mi opinión	86	REVISAR
29. La empresa está comprometida a proporcionar oportunidades para toda la plantilla con independencia de, por ejemplo, su origen étnico, edad, sexo, etc.	96	MEJORES

Resultando los siguientes puntos débiles:

12. La gente con la que trabajo coopera para sacar el trabajo adelante.

15. La carga de trabajo que tienen los empleados habitualmente es la adecuada.

19. Las condiciones ambientales del entorno de trabajo (limpieza, temperatura, iluminación, comodidad, ruido, ventilación, etc.) son las adecuadas.

De todos ellos, ya se empezaron a tomar acciones para solventarlos y que el personal no volviese a tener esa sensación negativa en estos conceptos.

De los puntos en “revisión”, se analizaron para determinar hasta qué punto se podía actuar sobre ellos, y compararlos con la siguiente satisfacción de clima laboral.

Aunque hasta el año 2019 no hubiese tocado volver a sondear el clima laboral, se decidió repetir en este 2018, con idea de ver la efectividad de las acciones planteadas, así como si había evolución positiva en los conceptos más negativos, ya que se observó que la relación entre compañeros no es la más acorde.

Los resultados del clima laboral de este año 2018, ha sido:

2018		
PREGUNTA	PUNTUACIÓN FINAL	CÓDIGO DE COLORES
1. Comprendo cómo contribuye mi trabajo a los objetivos de la empresa	91	MEJORES
2. Normalmente tengo suficiente información para responder a las preguntas de los clientes	86	REVISAR
3. Las decisiones que toma la dirección respecto a los empleados normalmente son justas	77	PEORES
4. Me encuentro motivado en mi puesto de trabajo	84	REVISAR
5. Trabajo más de lo que se me exige para ayudar al éxito de la empresa	89	REVISAR
6. Hay buen ambiente entre mis compañeros y yo	73	PEORES
7. Donde yo trabajo, buscamos continuamente formas de atender mejor a nuestros clientes	83	REVISAR
8. Se reconoce mi rendimiento habitualmente	79	PEORES
9. La dirección marca una orientación clara	77	PEORES
10. Se me ha formado adecuadamente para el trabajo que hago	81	REVISAR
11. Mi supervisor me mantiene informado acerca de las cuestiones que me afectan	80	REVISAR
12. La gente con la que trabajo coopera para sacar el trabajo adelante	80	REVISAR
13. La dirección se interesa por el bienestar de los empleados	81	REVISAR
14. Recomendarías esta empresa como buen lugar en el que trabajar	81	REVISAR
15. La carga de trabajo que tienen los empleados habitualmente es la adecuada	81	REVISAR
16. Creo firmemente en las metas y objetivos de esta empresa	89	REVISAR
17. Existe la oportunidad de desarrollarse y crecer aquí	79	PEORES
18. Mi supervisor reconocer cuando un trabajo está bien hecho	82	REVISAR
19. Las condiciones ambientales del entorno de trabajo (limpieza, temperatura, iluminación, comodidad, ruido, ventilación, etc.) son las adecuadas	74	PEORES
20. Obtengo la información que necesito para hacer bien mi trabajo	80	REVISAR
21. Se me presentan suficientes oportunidades para opinar sobre las cuestiones que me afectan	84	REVISAR
22. En general, estoy satisfecho con mi empleo actual	82	REVISAR
23. Comprendo lo que puedo hacer para ayudar a prestar un servicio excelente a nuestros clientes	93	MEJORES
24. Esta empresa está comprometida en ofrecer un lugar de trabajo/instalaciones seguras	90	MEJORES
25. Preveo trabajar en esta empresa durante los próximos 12 meses	91	MEJORES
26. Me enorgullece trabajar para esta empresa	84	REVISAR
27. Comprendo lo que la empresa pretende lograr en los próximos 12 meses	91	MEJORES
28. Mi supervisor pregunta mi opinión	83	REVISAR
29. La empresa está comprometida a proporcionar oportunidades para toda la plantilla con independencia de, por ejemplo, su origen étnico, edad, sexo, etc.	91	MEJORES

Resultando los siguientes puntos débiles:

3.- Las decisiones que toma la dirección respecto a los empleados normalmente son justas.

6.- Hay buen ambiente entre mis compañeros y yo.

9.- La dirección marca una orientación clara.

19.- Las condiciones ambientales del entorno de trabajo (limpieza, temperatura, iluminación, comodidad, ruido, ventilación, etc.) son las adecuadas.

Se toman las siguientes decisiones:

- 3 y 9.- Desde Dirección se continua con la política de reuniones con los trabajadores donde se les escucha a posibles alternativas que presenten a estudiar para una mejora.
- 6.- Ya se ha empezado a trabajar en este aspecto, porque el año pasado es algo que ya se empezó a notar. Se continuarán con las reuniones periódicas con el personal, donde puedan establecer sus preocupaciones, quejas o comentarios, para un poder generar un mejor ambiente de trabajo.
- 19.- En este aspecto es complicado, porque cada uno tiene una sensibilidad diferente para el tema de temperatura, con lo que no se puede acertar para todo el personal. Se decide establecer una temperatura idónea de 22-23º.

De los puntos en “revisión”, se analizaron para determinar hasta qué punto se podía actuar sobre ellos, y compararlos con la siguiente satisfacción de clima laboral.

Por parte de la Dirección, se observa que hay personas que no están muy conforme con algunas decisiones que se han ido tomando por el bien general, pero no se puede asegurar la conformidad de todos.

6.3.- Satisfacción Clientes

Se realizan encuestas anuales. Así podemos ver la comparativa de los dos años (2016- 2017), desde el último informe realizado.

En el año 2017, se realizó el sondeo a clientes, y se obtuvo una valoración global del 88%, con lo que se aumentó considerablemente respecto a 2016, que se obtuvo un 79%. Siendo los resultados desglosados, los siguientes:

VALORACIÓN	2017
¿Cuál es su satisfacción global sobre nuestro servicio?	8,85
¿Nos recomendaría a alguna otra persona o empresa?	2,85
¿Nos tendría en cuenta en una próxima ocasión?	2,85
¿Cómo es nuestro servicio en comparación con otras empresas del sector?	2,58
Cumplimiento de los plazos en la prestación del servicio	8,38
Atención recibida por parte de nuestro equipo comercial	9,15
Recepción correcta del producto solicitado	8,77
Amabilidad en el trato	9,31
Rapidez de respuesta	8,92
Solución rápida de incidencias	8,92
Indice de Calidad del Servicio	8,85

Si es verdad que se tenía pensado incluir algún aspecto relacionado con RSC, con el fin de tener feedback con el cliente, sobre este aspecto, sin embargo no se ha planteado finalmente se verá para años.

6.4.- Evaluación de Proveedores.

En cuanto a los proveedores evaluados en este año 2017 - 2018, cabe destacar el siguiente resultado:

- Nivel A: 33 proveedores de los 169 totales.
- Nivel B: 136 proveedores.

Proveedores RSC	2017
Certificado RSC	4%
Plan de Igualdad	
Política Anticorrupción	
Código de Conducta	96%

- Nivel A: 41 proveedores de los 175 totales.
- Nivel B: 134 proveedores.

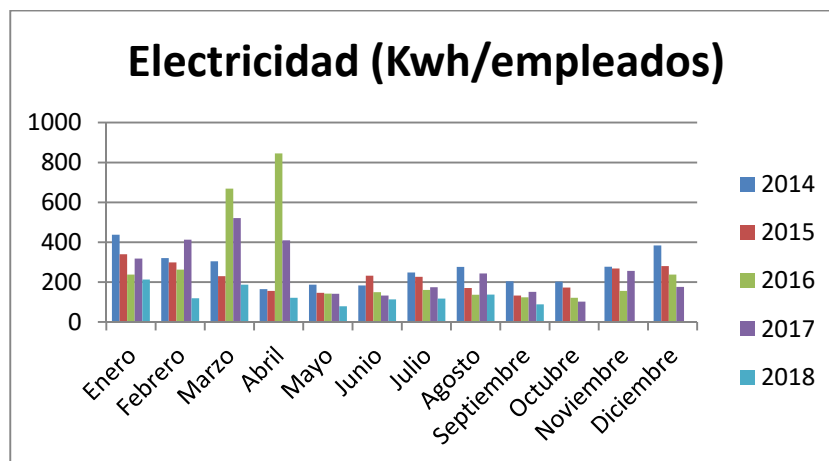
Proveedores RSC	2018
Certificado RSC	4%
Plan de Igualdad	
Política Anticorrupción	
Código de Conducta	96%

7. DESEMPEÑO AMBIENTAL Y SOCIAL

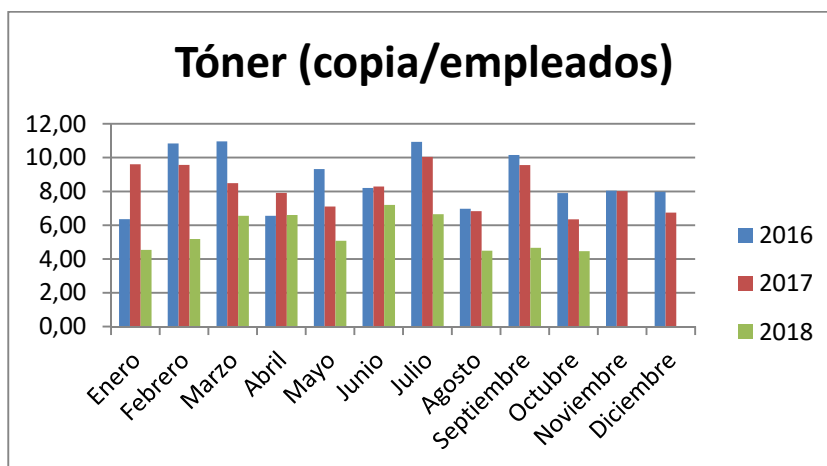
7.1.- Indicadores Ambientales.

A través de nuestro Sistema de Gestión Ambiental, MENDEZ CROTON analiza diferentes indicadores ambientales con los que controlamos nuestro desempeño ambiental. Estos son:

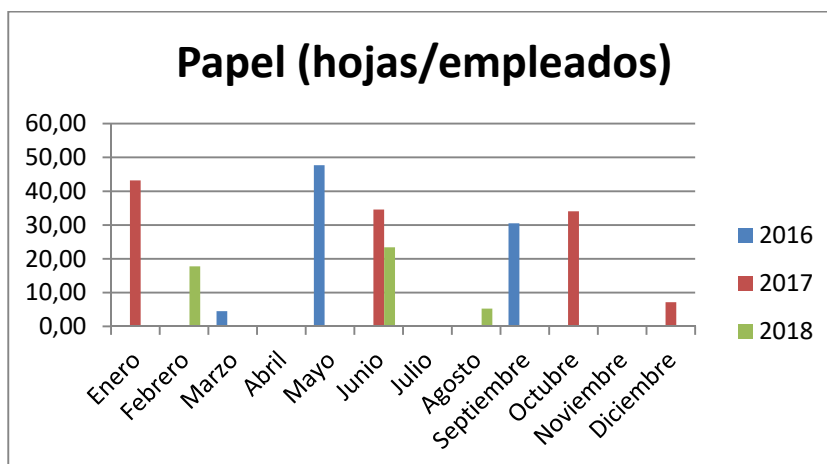
- CONSUMO ELECTRICIDAD (establecido también como objetivo ambiental): se controla el consumo en Kwh en base al nº de empleados que hay en la organización. Se observa una reducción del 2017 sobre el año 2018, de un 0'07%. Y en el primer semestre del 2018, sigue la reducción con respecto a 2017, en 0'17%. Habrá que esperar a final de año, para analizar el cómputo total.



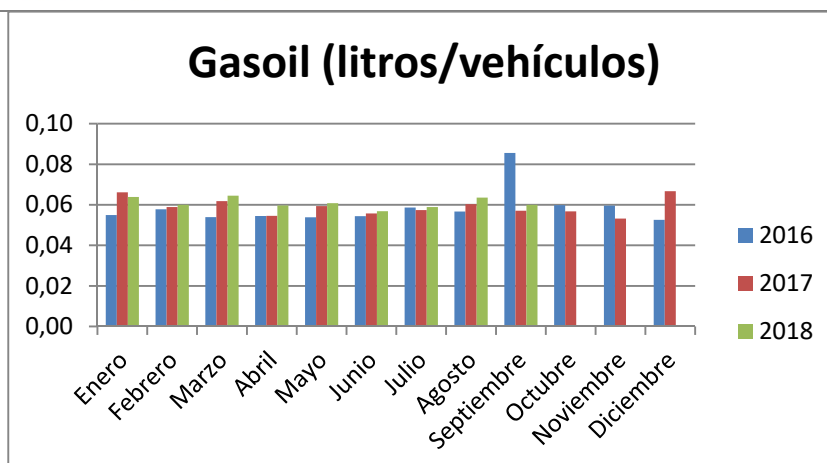
- **CONSUMO TÓNER:** se analiza el consumo de tóner (unidades) sobre el nº de facturas emitidas (anteriormente se hacía sobre nº empleados, pero no era un indicador lógico. Así, comparando 2016 – 2017, se observa una reducción del 0'06%, y en el primer semestre del 2018 analizado, se mantiene la tendencia de disminución, con un 0'15%. Se verá a final de año, como se cierran estos datos.



- **CONSUMO PAPEL:** se analiza el número de folios usados frente al nº de facturas emitidas. En comparativa de 2016 – 2017, se observa un ligero aumento del 0'3%, ya que hubo mayor consumo de papel, pero el nº de facturas no aumentó de forma considerable para ese aumento. En lo analizado en este 2018 del 1er semestre, ya se observa una disminución del 0'48%, con lo que se va hacia niveles más normales.



- **CONSUMO GASÓIL** (establecido también como objetivo ambiental): se relativiza el consumo en litros frente a kilómetros. Comparando los dos años completos analizados (2016-2017), se ve un ligero aumento del 0'01%, y en el primer semestre de 2018, se continua con esta tendencia de aumento en 0'02%. Es verdad, que el consumo absoluto ha disminuido, pero no en la misma proporción que los kilómetros, de ahí que el indicador sea levemente superior que en el año anterior.



7.2.- Aspectos Ambientales y Sociales

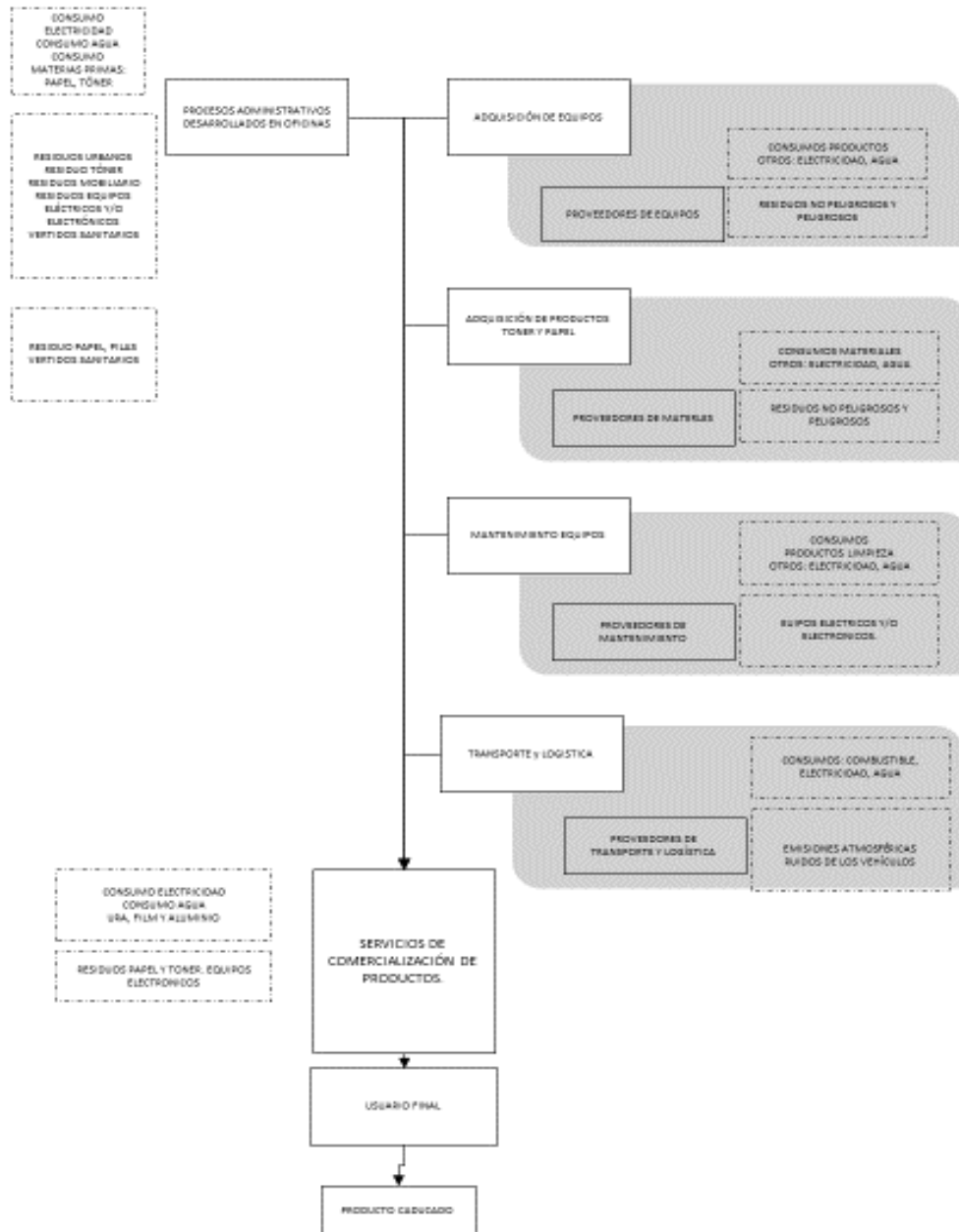
También, de forma anual se identifican y valoración los aspectos ambientales y sociales de la organización, con los que genera algún impacto por la actividad que realiza, bien sea a nivel ambiental o social.

Así este año 2018, se ha realizado la evaluación de dichos aspectos en el mes de Enero – Febrero, obtenido lo siguiente:

- Aspectos Directos Significativos: consumo de combustible de vehículos.
- En cuanto a los de Emergencia y a los Influenciables: no resulta ninguno como significativo. Y, sobre estos últimos, se tiene establecido que la única influencia que se puede realizar es la comunicación a las empresas de los requisitos de suministro ambiental que tiene la Organización. Además, se les enviará un tríptico de buenas prácticas ambientales.
- Aspectos Sociales: se identifican los diferentes aspectos más relacionados, derivados del proceso pertinente y si determinan un impacto negativo o positivo en la sociedad. Y, en base a esos impactos, se establecen acciones de mitigación o seguimiento.

Aspecto Social	Grupos de interés	Actividad o proceso	Impacto negativo	Impacto positivo	Acción
Empleo nacional	Sociedad	Compras		Se compran productos de España (y de la Unión Europea), fomentando el empleo en España	Asegurarse que se cumplen los requisitos establecidos por la Organización
	Proveedores				
Emisiones Consumo de combustibles fósiles/Generación de Residuos	Sociedad	Prestación del servicio	A la hora de la fabricación de los productos se genera el riesgo de obtener impactos ambientales (emisiones/residuos) que no están controlados además a través de los desplazamiento derivado de la logística se emite a la atmósfera emisiones de efecto invernadero		Enviar condiciones de suministro ambiental al subcontrata de logística. Enviar Manual de Buenas Prácticas.
	Proveedores				
Venta de Equipos de protección	Clientes	Prestación del servicio		Se comercializan equipos de protección para el trabajo	Aumentar el número de clientes. Renovar los catálogos de forma periódica, fomentando la innovación y la comunicación con los proveedores del sector Fomentar el uso de nuestros productos en las empresas a través de la formación y sensibilización
	Empleados				
	Proveedores				

Respecto a los Aspectos, destacar que se identifican y analizan conforme al **Análisis del Ciclo de Vida** de los productos / servicios de nuestra Organización:



8. GESTIÓN ECONÓMICA

8.1.- Estrategia empresarial. (cifras)

En cuanto a nuestra **Facturación**, cabe destacar que se va aumentando progresivamente año tras año. Así, en 2016 se terminó el año con 3.146.541€ y en el año 2017, se ha cerrado con 3.276.910€.

Localizando todas nuestras ventas en el territorio español al 100%. De momento, no se actúa en otros países, pero no se descarta que podamos intervenir en un futuro.

8.2.- Indicadores sociales y humanos.

Se establecen indicadores sociales y humanos para estos años 2017 y 2018, siguiendo la línea del año anterior, obteniendo los siguientes resultados:

- FORMACIÓN:

FORMACIÓN	2017
Total Horas de Formación	76

FORMACIÓN	2018
Total Horas de Formación	36

- CATEGORÍAS: La organización tiene determinado varias categorías por puesto de trabajo desarrollado.

	2017
Dirección	2
RSIG / RSC	1
S.A.C.	1
Resp. Procedimientos	1
Administración	4
Comerciales	3
Teleoperadora	1
Número empleados	7

	2018
Dirección	2
RSIG / RSC	1
S.A.C.	1
Resp. Procedimientos	1
Administración	4
Comerciales	3
Teleoperadora	0
Número empleados	7

8.3.- Diversidad e igualdad de oportunidades (conciliación).

En cuanto a conciliación dentro de la organización, señalar que se tiene en cuenta la situación de cada persona para adecuar y ajustar su horario a las necesidades que tenga, siempre que sea posible.

Así, se establecen jornadas reducidas, intensivas, etc., para poder conciliar con la vida familiar, estudios, etc.

Destacar, por ejemplo, que a una de nuestras trabajadoras se le ha adelantado el horario de salida, para poder ajustarlo con el transporte público que necesita para regresar a su casa y pueda combinar con el mejor horario.

8.4.- Prevención del acoso.

Para la prevención del acoso, se ha establecido en la organización un buzón de correo para que puedan establecer cualquier comunicación de acoso, dentro del ambiente de trabajo, sin verse coaccionada por ninguno de los otros trabajadores.

9. ACCIONES SOCIALES.

9.1.- Donaciones.

En cuanto a donaciones, MENDEZ CROTON, tiene ofrecido a diversas ONG's, como por ejemplo Cáritas o Behar Bidasoa, el donar diversos productos y material para cuando lo necesiten. Normalmente este tipo de organizaciones no tienen stockaje de este material, y lo van solicitando según su necesidad (después de catástrofes naturales, ayudas para refugiados, etc.).

La última donación realizada en este período ha sido a una ONG de carácter sanitario, "Erikan Rescate". Dicha organización nos solicitó una dotación de batas blancas, para el personal médico y sanitario que participa en las actividades que desde esta Organización llevan a cabo, en los diferentes destinos donde están trabajando.