



grupo
la plana®

ECONOMÍA 
DEL BIEN COMÚN

Un modelo de economía con futuro

INFORME DEL BALANCE DE BIEN COMÚN 5.0

BALANCE COMPLETO

2018

- **INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LA ORGANIZACIÓN**

- Breve Presentación de la Organización
- Productos y servicios
- La organización y el Bien Común
- Certificado de auditoría
- Resultados del BBC 2018

- **A1 DIGNIDAD HUMANA EN LA CADENA DE SUMINISTRO**

- A1.1 Condiciones de trabajo e impacto social en la cadena de suministro
- A1.2 Aspecto negativo: vulneración de la dignidad humana en la cadena de suministro

- **A2 JUSTICIA Y SOLIDARIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO**

- A2.1 Actitud ética con proveedores directos
- A2.2 Promoción de la justicia y solidaridad en toda la cadena de suministro
- A2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a proveedor

- **A3 SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL EN LA CADENA DE SUMINISTRO**
 - A3.1 Impacto medioambiental en la cadena de suministro
 - A3.2 Aspecto negativo: impacto medioambiental desproporcionado en la cadena de suministro

- **A4 TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA EN LA CADENA DE SUMINISTRO**
 - A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro
 - A4.1 Transparencia y participación democrática de los proveedores
 - A4.2 Promoción de la transparencia y participación democrática en la cadena de suministro

- **ÁREAS DE MEJORA TEMA A**

- **B1 ACTITUD ÉTICA EN LA GESTIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS**
 - B1.1 Independencia financiera: autofinanciación
 - B1.2 Financiación externa orientada al Bien Común
 - B1.3 Actitud ética de los proveedores financieros

- **B2 ACTITUD SOLIDARIA EN LA GESTIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS**
 - B2.1 Gestión de los recursos financieros de forma solidaria y orientada al Bien Común
 - B2.2 Aspecto negativo: repartición injusta de los recursos financieros

- **B3 INVERSIONES FINANCIERAS SOSTENIBLES Y USO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS**
 - B3.1 Carácter ambiental de las inversiones
 - B3.2 Inversiones orientadas al Bien Común
 - B3.3 Aspecto negativo: dependencia de recursos perjudiciales para el medio ambiente
- **B4 PROPIEDADES Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA**
 - B4.1 Distribución de la propiedad orientada al Bien Común
 - B4.2 Aspecto negativo: oferta pública de adquisición (OPA) hostil
- **ÁREAS DE MEJORA TEMA B**
- **C1 DIGNIDAD HUMANA EN EL PUESTO DE TRABAJO**
 - C1.1 Cultura organizacional orientada a las personas
 - C1.2 Promoción de la salud y seguridad en el trabajo
 - C1.3 Diversidad e igualdad de oportunidades
 - C1.4 Aspecto negativo: condiciones de trabajo indignas
- **C2 CARACTERÍSTICAS DE LOS CONTRATOS DE TRABAJO**
 - C2.1 Remuneración
 - C2.2 Horario laboral
 - C2.3 Condiciones de trabajo y en la conciliación
 - C2.4 Aspecto negativo: contratos de trabajo injustos

- **C3 PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL DE LAS PERSONAS EMPLEADAS**
 - C3.1 Alimentación durante la jornada laboral
 - C3.2 Movilidad sostenible al puesto de trabajo
 - C3.3 Cultura organizacional sostenible y sensibilización con el medio ambiente
 - C3.4 Aspecto negativo: promoción y tolerancia frente a la actitud medioambiental irresponsable

- **C4 TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA INTERNA**
 - C4.1 Transparencia interna
 - C4.2 Legitimación de la dirección
 - C4.3 Participación de las personas empleadas en la toma de decisiones
 - C4.4 Aspecto negativo: impedimento del comité de empresa

- **ÁREAS DE MEJORA TEMA C**

- **D1 ACTITUD ÉTICA CON LOS CLIENTES**
 - D1.1 Comunicación transparente con los clientes
 - D1.2 Accesibilidad
 - D1.3 Aspecto negativo: publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas

- **D2 COOPERACIÓN Y SOLIDARIDAD CON OTRAS ORGANIZACIONES**
 - D2.1 Cooperación con otras organizaciones
 - D2.2 Solidaridad con otras organizaciones
 - D2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a otras organizaciones

- **D2 COOPERACIÓN Y SOLIDARIDAD CON OTRAS ORGANIZACIONES**

- **D3 IMPACTO AMBIENTAL DEL USO Y DE LA GESTIÓN DE RESIDUOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS**
 - D3.1 Relación “coste-beneficio” medioambiental de productos y servicios (Eficiencia y Consistencia)
 - D3.2 Uso moderado de productos y servicios (Suficiencia)
 - D3.3 Aspecto negativo: tolerancia frente al impacto medioambiental desproporcionado y consciente

- **D4 PARTICIPACIÓN DE LOS CLIENTES Y TRANSPARENCIA DE PRODUCTO**
 - D4.1 Participación de los clientes en la toma de decisiones, desarrollo de producto e investigación de mercado
 - D4.2 Transparencia de producto
 - D4.3 No declaración de sustancias/mercancías peligrosas

- **ÁREAS DE MEJORA TEMA D**

- **E1 PROPÓSITO E IMPACTO POSITIVO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS**
 - E1.1 Productos y servicios que cubren las necesidades básicas y mejoran la calidad de vida
 - E1.2 Impacto social de los productos y servicios
 - E1.3 Aspecto negativo: productos y servicios que vulneran la dignidad humana

- **E2 CONTRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD**
 - E2.1 Impuestos y prestaciones sociales
 - E2.2 Contribución voluntaria a la comunidad
 - E2.3 Aspecto negativo: elusión y evasión fiscal
 - E2.4 Aspecto negativo: falta de prevención frente a la corrupción

- **E3 REDUCCIÓN DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL**
 - E3.1 Impacto absoluto / Gestión y estrategia
 - E3.2 Impacto relativo
 - E3.3 Aspecto negativo: infracción de la normativa medioambiental e impacto desproporcionado

- **E4 TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA DEL ENTORNO SOCIAL**
 - E4.1 Transparencia
 - E4.2 Participación del entorno social en la toma de decisiones
 - E4.3 Aspecto negativo: manipulación de la información y falta de transparencia

- **ÁREAS DE MEJORA TEMA E**
- **PLANES DE MEJORA**
 - **Objetivos a corto y largo plazo**
- **DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD CON UE. DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA (COM 2013 / 2017)**
- **DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL BALANCE DEL BIEN COMÚN**

INTRODUCCIÓN

La Economía del Bien Común es una propuesta para orientar la actividad de las empresas y organizaciones hacia un modelo que se base en los valores fundamentales de la dignidad humana, la justicia social y la sostenibilidad ecológica. Surge en el año 2010 en Austria

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LA ORGANIZACIÓN

Tipo de Información	Datos de la Organización
Nombre de la organización	Grupo La Plana
Forma jurídica	Sociedad Limitada
Forma jurídica de la propiedad	Personas físicas
Página web	https://www.laplana.com/
Sector	Producción de envases y embalajes de cartón
Dirección	Camí d'Onda, s/n, 12549 Betxí, Castelló
Personas empleadas	393
Personas empleadas eq. a tiempo completo	383,37
Personas empleadas de ETT o temporada	23
Facturación	109.353.864 €
Beneficio anual	1.496.114 €
Periodo del informe	2018

Filiales y Organizaciones Asociadas:

Grupo La Plana es un grupo empresarial familiar e independiente que actualmente (2021) cuenta con 5 plantas productivas: Packaging Betxí (Castellón); Packaging Cenicero (La Rioja); Packaging Onda

(Castellón); Packaging Igualada (Barcelona) y Primera Línea Visual (Madrid). Además, dispone de 14 plantas de montaje que funcionan como empresas independientes subcontratadas.

Breve Presentación de la Organización

Grupo La Plana es una compañía familiar e independiente fundada en 1973 como Grupo de la Plana SL, dedicada a la fabricación de envases y embalajes de cartón ondulado.

Nuestro mercado es principalmente nacional y se dirige a empresas de diversos sectores: cerámica, agricultura, vitivinícola, alimentación e industria en general. Durante el periodo de este informe, el grupo cuenta con 3 plantas productivas en Betxí (Castellón), Cenicero (La Rioja) y Onda (Castellón), las 13 plantas de montaje en diversas zonas de España y una actividad comercial repartida por toda la península ibérica.

La filosofía de la compañía siempre ha visto a la empresa como generadora de riqueza para diferentes grupos de interés, que integra valores éticos en su gestión y que ofrece el desarrollo de inquietudes sociales.

Nuestra visión encaja a la perfección con la iniciativa de la Economía del Bien Común y en 2015, en Consejo de Familia, decidimos llevar a cabo nuestro primer Balance del Bien Común. Estos valores, que coinciden con los del fundador y la familia, están presentes en el ADN de la empresa y en el estilo de su gestión, y recogidos en un Protocolo Familiar que marca la dirección del grupo.

La compañía, además de realizar el Balance, ahora en 2018 por segunda vez, es simpatizante del movimiento de la EBC: colaboramos en el Campo de Energía de Castellón y estamos asociados a la AVFEBC (Asociación Valenciana para el Fomento de la EBC). También aportamos gran parte de la financiación de la Fundación Cívica Novessendes de Betxí. De esta manera ponemos especial atención al entorno más inmediato donde la empresa ha crecido desde sus orígenes.

Productos y Servicios

Grupo La Plana produce cartón ondulado a partir del papel como materia prima, tanto de fibra virgen como reciclada mediante un ciclo sostenible. A partir del propio cartón producido, fabrica todo tipo de packaging elaborándolo específicamente para cada cliente a través de la creación del embalaje en su ciclo completo: desde el diseño estructural al prototipado, ensayos reales y su adaptación a producciones industriales. Se estudian las necesidades de clientes de todos los sectores, planteándose las soluciones logísticas y el acceso directo al punto de venta. Diseñamos a medida de su producto, estudiando siempre diferentes cualidades y comportamientos en nuestro laboratorio y optimizando sus costes. Eficiencia, responsabilidad y sostenibilidad garantizada en todos nuestros productos con certificaciones ambientales y de calidad. Disponemos de sistemas de producción inteligentes, fabricando cajas completas en un solo proceso (impresión + troquelado + plegado). Desde el año 2018 la compañía ha ampliado su actividad a los envases de cartón compacto, con la adquisición de la planta Packaging Igualada.

La característica diferenciadora de Grupo La Plana es que se vuelca en dar un buen servicio a sus clientes, mejorando la rapidez de entrega, la calidad, y sobre todo a través de la atención personalizada a sus demandas. Acción en la que cada vez la empresa está invirtiendo más esfuerzos, ofreciendo un producto que se adelanta a las necesidades de cada cliente. Ofrece además asesoramiento y soluciones a los problemas de embalaje, trabaja para mejorar la producción, el desarrollo de nuevos productos y la asistencia técnica comercial. Gracias a esta estrategia se han conseguido logros como fidelizar ventas en clientes importantes, la expansión en nuevas zonas y sectores de venta y mejorar costes de fabricación. Después de unos años de contención de gastos, Grupo La Plana vuelve a invertir en nueva maquinaria para modernizar el proceso productivo de sus plantas. Estas fuertes inversiones que se han llevado a cabo desde el 2015 hasta el 2018 permiten disponer de renovadas instalaciones que anualmente posibilitan la producción de más de 179 millones de metros cuadrados de cartón, su transformación en cajas y embalajes y su distribución por toda la península.

La Organización y el Bien Común

Grupo La Plana es una empresa familiar que actualmente se encuentra en la segunda generación, lo cual favorece el desarrollo de principios y valores transmitidos desde la familia. Por encima de intereses económicos, siempre se ha valorado la actividad empresarial como un proyecto compartido, que ofrece oportunidades para el desarrollo profesional, tanto de accionistas como del resto de empleados, y al mismo tiempo integra inquietudes sociales y responsabilidad hacia su entorno. La familia está trabajando para integrar a la tercera generación en la gestión y en los ámbitos de participación como futuros accionistas, habiendo participado en las últimas revisiones del Protocolo Familiar, compartiendo un modelo en el que más allá de la maximización de los beneficios financieros se pone en valor la contribución a la sociedad, el respeto por los trabajadores y el cuidado del medioambiente; a través de una gestión ética, responsable y comprometida, preservando la armonía familiar más allá de intereses personalistas.

Desde siempre en la empresa ha existido la preocupación por el bien común, reflejándose también en acciones de mejora continua del servicio ofrecido a los clientes, de las condiciones laborales de sus empleados, de un desarrollo de la actividad que minimice su impacto ambiental, o de transferencia de recursos para la contribución al entorno social y comunitario.

Fue en Consejo de Familia donde se tomó la decisión de participar en el movimiento de la EBC, asumir sus valores e implementar el Balance del Bien Común, realizándose por primera vez para el ejercicio 2015. Los accionistas de la empresa han visto identificados valores propios en este proyecto, considerándolo como una oportunidad, una herramienta para ayudar en el desarrollo de la opción por una empresa responsable y sostenible, implementando indicadores para medir su contribución al bien común y profundizar en éste como el mayor objetivo empresarial más allá del resultado económico, que, como dice la EBC, sólo es el medio para conseguirlo. Como resultado de ese primer BBC se han desarrollado 15 proyectos de mejora. Nuestro compromiso para implementar nuevas prácticas de mejora en el desarrollo del bien común es firme.

Certificado de Auditoría

El presente informe ha sido redactado en base a los criterios de valoración especificados en el Manual del Balance del Bien Común 5.0.

En octubre de 2019 fue sometida a evaluación en Grupo Peer con otras dos empresas EBC y pasó de tener una puntuación de 508 a una puntuación de 522.



Resultados del BBC 2018

Calculadora del Bien Común - Versión 5.02

MATRIZ DEL BIEN COMÚN

Empresa:: GRUPO LA PLANA; Año del balance:: 2018

Nota: esto no es un certificado

Puntuación total: 522 de 1000 Puntos



Valores ► Grupos de interés ▼	Dignidad humana	Solidaridad y justicia	Sostenibilidad medioambiental	Transparencia y participación democrática
A: Proveedores	A1: Dignidad humana en la cadena de suministro	A2: Justicia y solidaridad en la cadena de suministro	A3: Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro	A4: Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro
	21 de 70 30 %	35 de 70 50 %	84 de 140 60 %	28 de 70 40 %
B: Propietarios y proveedores financieros	B1: Actitud ética en la gestión de recursos financieros	B2: Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros	B3: Inversiones sostenibles y uso de los recursos financieros	B4: Propiedad y participación democrática
	2 de 12 20 %	10 de 12 90 %	14 de 23 60 %	2 de 23 10 %
C: Personas empleadas	C1: Dignidad humana en el puesto de trabajo	C2: Características de los contratos de trabajo	C3: Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas	C4: Transparencia y participación democrática interna
	28 de 47 60 %	23 de 47 50 %	14 de 47 30 %	19 de 47 40 %
D: Clientes y otras organizaciones	D1: Actitud ética con los clientes	D2: Cooperación y solidaridad con otras organizaciones	D3: Impacto medioambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios	D4: Participación de los clientes y transparencia de producto
	37 de 47 80 %	14 de 47 30 %	49 de 70 70 %	19 de 47 40 %
E: Entorno social	E1: Propósito e impacto positivo de los productos y servicios	E2: Contribución a la comunidad	E3: Reducción del impacto medioambiental	E4: Transparencia y participación democrática del entorno social
	33 de 47 70 %	16 de 23 70 %	42 de 70 60 %	33 de 47 70 %

A1 DIGNIDAD HUMANA EN LA CADENA DE SUMINISTRO

A1.1 Condiciones de Trabajo e Impacto Social en la Cadena de Suministro

Analizamos el 80% de los proveedores con mayor de 50.000 € de gasto. El comportamiento de los más significativos respecto a aspectos sociales y ambientales puede consultarse en el enlace presentado en la siguiente tabla

Tabla Información General de Proveedores

Producto/Servicio	Proveedor	Info
Papel	Saica	Enlace
Papel	Stora Enso	Enlace
Papel	Papeles y cartones de Europa	Enlace
Papel	Europac Kraft Viana	Enlace
Papel	Les papetiers Emin Leydier	Enlace
Papel	Billerudkorsnas skog	Enlace
Papel	Billerudkorsnas sweden	Enlace
Papel	Mondi Paper Sales	Enlace
Electricidad	EDP	Enlace
Papel	Hamburguer containerboard	Enlace
Papel	Blue paper	Enlace

La selección de proveedores se ha realizado desde el inicio de la actividad en GLP en base a calidad, precio y experiencia con el proveedor. En la nueva ficha de alta de proveedores, después de realizar el BBC por primera vez, se han incluido los siguientes criterios:

- ¿Posee una comisión para asuntos medioambientales, de ética y buen gobierno, o responsabilidad social?
- ¿Posee algún certificado de gestión medioambiental o algún sistema de gestión de la energía?
- ¿Tiene algún certificado de Buenas Prácticas Sociales o algún programa para conseguirlo?
- ¿Ha realizado su empresa el Balance del Bien Común?
- En caso afirmativo ¿qué puntuación ha obtenido?
- En caso negativo ¿tendría interés en realizar el test rápido EBC (Economía del Bien Común) o recibir información?

En Grupo La Plana trabajamos con proveedores principalmente europeos lo que implica un riesgo menor en la vulneración de la dignidad humana.

Realizamos un análisis de este riesgo en base a los siguientes indicadores:

- ITUC es elaborado por la confederación internacional de sindicatos
- Gender Gap Index por el World Economic Forum
- El salario mínimo por la OCDE
- IDH por el PNUD

País	ITUC	Gender Gap Index	Minimum Wage	IDH	Resumen riesgo
España	3	0.746	14.298,8	0.891	Medio
Finlandia	1	0.821	Sin datos	0.92	Muy Bajo
Francia	2	0.779	20.903	0.91	Bajo
Portugal	2	0.732	12.004	0.847	Medio
Suecia	1	0.822	Sin datos	0.933	Muy Bajo
Austria	1	0.718	Sin datos	0.908	Bajo
EE.UU	4	0.72	15.080	0.924	Medio
Alemania	1	0.776	22.097	0.936	Muy Bajo

España ha empeorado un nivel en la clasificación elaborada por ITUC, lo que nos hace permanecer alerta.

Atendiendo a la clasificación anterior, y de acuerdo con el gasto realizado, el riesgo de vulneración a la dignidad humana se distribuye de la siguiente manera.

	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo	NS
Riesgo	0%	0%	70%	10%	20%	0%

El porcentaje elevado en riesgo "Medio" se debe principalmente a proveedores de España. Este riesgo no significa que realmente las condiciones laborales sean injustas. De hecho, conocemos las prácticas de nuestros proveedores gracias a las publicaciones que realizan los mismos y que pueden consultarse en la tabla anterior sobre "información general de proveedores".

De todo el gasto realizado desconocemos las condiciones laborales en tan solo el 6%, correspondiente a algunas empresas pequeñas de España.

	Justas	Injustas	Desconocido
Condiciones Laborales	94%	0%	6%

Por último, Grupo La Plana muestra a sus proveedores en sus reuniones el resumen del Balance del Bien Común realizado y entrega una copia del mismo para animar a las organizaciones a plantearse su contribución al bien común.

A1.2 Aspecto Negativo: Vulneración de la Dignidad Humana en la Cadena de Suministro

Este criterio no aplica a la empresa.

A2 JUSTICIA Y SOLIDARIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO

A2.1 Actitud Ética con Proveedores Directos

Grupo la Plana lleva trabajando más de 18 años con sus proveedores más importantes. Esta es la principal muestra de la cooperación justa y solidaria que mantenemos con nuestros proveedores.

	Media	Media ponderada
Duración de la relación (años)	15	17

Anualmente establecemos objetivos de producción que transmitimos a nuestros proveedores, y conjuntamente desarrollamos un marco para llegar a los mismos. Este marco se revisa periódicamente de acuerdo con las respuestas de mercado para que tanto Grupo La Plana como sus proveedores puedan adaptarse a los cambios. Los precios se van ajustando en cada pedido teniendo en cuenta los precios en los mercados globales de materias primas y los condicionantes de nuestros proveedores y GLP para llegar a soluciones que beneficien a ambas partes.

El periodo de pago medio ponderado se encuentra en torno a 30 días, lo que facilita la liquidez de nuestros proveedores.

	Media	Media ponderada
Tiempo de pago medio (días)	43	34

A2.2 Promoción de la Justicia y Solidaridad en toda la Cadena de Suministro

Los mayores riesgos a este respecto se encuentran en los primeros eslabones de la cadena de suministro. En Grupo La Plana, lo más relevante es la adquisición de fibra virgen para realizar papel.

El 100% (70% reciclado, 30% control Wood) del papel virgen suministrado a Grupo La Plana contiene el certificado FSC. Este certificado es globalmente conocido por su respeto al medio ambiente pero no debe olvidarse algunos de sus principios sociales como son:

La Organización cumplirá con todas las leyes, reglamentos y tratados, convenciones y acuerdos internacionales ratificados a nivel nacional.

La Organización mantendrá y/o mejorará el bienestar social y económico de los trabajadores. La Organización identificará y defenderá los derechos legales de los Pueblos Indígenas de propiedad, el uso y manejo de tierras, los territorios y los recursos afectados por las actividades de manejo.

La Organización contribuirá a mantener o mejorar el bienestar social y económico de las comunidades locales.

A2.3 Aspecto Negativo: Abuso de Poder de Mercado Frente a Proveedores

Este criterio no aplica a la empresa.

A3 SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL EN LA CADENA DE SUMINISTRO

A3.1 Impacto Medioambiental en la Cadena de Suministro

Para los criterios de selección de proveedores, véase lo especificado en el anterior punto A1.1

En Grupo La Plana trabajamos con proveedores principalmente europeos lo que implica un riesgo menor en cuanto a impacto medioambiental se refiere.

Realizamos un análisis de este riesgo en base a los siguientes indicadores: total residuos, CO₂eq y consumo de agua. Estos datos los obtenemos de Eurostat y los normalizamos en base al valor añadido de cada sector. Una vez normalizados los datos, los comparamos con el resto de los sectores para determinar si el riesgo es relevante (de muy bajo a muy alto).

Sector	Residuos Totales / VA	CO ₂ / VA	Agua / VA	Resumen riesgo
Industria papel	518 (B)	1.193 (A)	0,034 (B)	Medio (M)
Suministro de electricidad	350 (B)	4.685 (MA)	0,099 (M)	Alto (A)
Otras actividades de servicio	-	-	-	Bajo (B)
Industria química	429 (B)	1.061 (M)	0,29 (MA)	Alto (A)

Las pocas compras que tenemos dentro del sector servicios las consideramos con un riesgo bajo. En cuanto al resto de sectores en nuestra cadena de suministros tenemos riesgos medios y altos, sobre todo en cuanto a impacto en agua y cambio climático. Atendiendo a nuestros costes, principalmente tenemos un riesgo “medio” que se encuentra en la rama de actividad del “papel”, donde se encuentran nuestros principales proveedores.

	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo	NS
Riesgo	0%	5%	92%	3%	0%	0%

En este sentido, la mayoría de nuestros proveedores están realizando avances en la reducción de sus impactos en el cambio climático y el consumo de energía. Los proveedores realizan mediciones anuales que muestran sus progresos, que son publicados de forma transparente en sus memorias de sostenibilidad y que pueden encontrarse en los enlaces de la anterior tabla sobre “información general de proveedores”.

	Sí	No	Sin Info
Este proveedor reduce sus impactos ambientales	73%	1%	26%

Por otro lado, cabe destacar que nuestros proveedores son líderes en economía circular al fabricar una materia prima proveniente de fuentes renovables (FSC, PEFC) o recicladas, y que es 100% reciclable.

	Sí	No	Sin Info
Es un producto/servicio o proveedor sostenible (Best in Class)	97%	1%	2%

Aunque por volumen de compra no tiene una importancia totalmente relevante, cabe destacar que nuestro proveedor de tintas nos provee de tintas en base agua que tiene impactos ambientales menores como han demostrado diferentes estudios.

Por otro lado, y como ya hemos mencionado anteriormente, nuestra materia prima principal proviene siempre de fuentes responsables:

- O bien papel reciclado FSC
- O bien control Wood (standard incluido en FSC)

A3.2 Aspecto Negativo: Impacto Medioambiental Desproporcionado en la Cadena de Suministro

Este criterio no aplica a la empresa.

A4 TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA EN LA CADENA DE SUMINISTRO

A4.1 Transparencia y Participación Democrática de los Proveedores

Las decisiones que afectan a nuestros proveedores son informadas previamente a ellos en reuniones que mantenemos desde hace más de 18 años. Nuestra relación se basa en la confianza gracias a tantos años de cooperación.

Anualmente establecemos objetivos de producción que transmitimos a nuestros proveedores, y conjuntamente desarrollamos un marco para llegar a los mismos. Este marco se revisa trimestralmente de acuerdo con las respuestas de mercado para que tanto Grupo La Plana como sus proveedores puedan adaptarse a los cambios.

A4.2 Promoción de la transparencia y participación democrática en la cadena de suministro

La organización no tiene capacidad de influencia en niveles posteriores a sus proveedores directos. Por ello, confía en certificados. Por ejemplo, los certificados FSC (principales compras por volumen) sí garantizan tener en cuenta a las comunidades locales.

Asimismo, varios proveedores importantes de Grupo La Plana muestran su gestión en cuanto a sus cadenas de suministro.

Proveedor	Porcentaje Gasto	Información a destacar
SAICA	42% (36 + 6)	Pertenece a SEDEX y rating Ecovadis
Enso	13%	Memoria ENSO, extensa y con calidad de información
Billerudkorsnas	10 % (6+4)	Ecovadis Gold
Mondi Paper Sales	2 %	Ecovadis Gold (top 1%)

ÁREAS DE MEJORA TEMA A

En cuanto a proveedores se han encontrado tres acciones que pueden ampliar la contribución al bien común que realiza la empresa.

1. Adaptar el **código ético** a organizaciones proveedoras y emplazarles a que lo firmen para continuar trabajando con Grupo La Plana.

2. **Evaluar la satisfacción que tienen los proveedores** con Grupo La Plana en cuanto al trato recibido, la participación, los pagos realizados y los plazos de los pagos.
3. **Sistematizar la selección y evaluación de proveedores** para continuar mejorando la contribución al bien común en la cadena de suministro de una forma sistemática. Esto incluirá una política y unos procedimientos que desarrollen la política.

B1 ACTITUD ÉTICA EN LA GESTIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS

B1.1 Independencia Financiera: Autofinanciación

A través del protocolo familiar se determina la voluntad de que el endeudamiento del grupo no supere el 60% del activo. Los datos del 2018 nos indican que, a pesar de las relevantes inversiones, el endeudamiento representa un 44,52% del Activo, siendo el endeudamiento bancario un 26,56% del Activo.

La independencia financiera del grupo está garantizada con un índice de autofinanciación a 31/12/2018 del 55,48% (Fondos Propios sobre Activo Total), mientras que la media del sector fue del 57,01% (dato del 2017).

B1.2 Financiación Externa Orientada al Bien Común

Desde la elaboración del último BBC apenas han variado las características y condiciones de nuestra actividad, por lo que existen las mismas limitaciones que en su momento se apuntaron, es decir, las entidades de banca ética tienen dificultades para poder aportar financiación a la empresa, no disponen de una oficina próxima necesaria para la gestión habitual, con falta de celeridad en los productos, y por otra parte la empresa no dispone actualmente de opción para inversiones financieras.

El capital ajeno del grupo representa el 44,52% del Activo, y está compuesto por las siguientes partidas.

Deudas Bancarias	59,67%
Deudas Proveedores	34,23%
Deudas Socios	4,21%
Otras	1,90%
TOTAL ENDEUDAMIENTO	100,00%

La sustitución por entidades financieras éticas es actualmente poco probable debido a que no existen en el mercado financiero entidades que pudiesen satisfacer nuestras necesidades y, a la vez, cumplir con los requisitos de entidades alineadas con principios de EBC.

B1.3 Actitud Ética de los Proveedores Financieros

Nuestro pool bancario no ha variado desde el último informe. Principalmente contratamos tres productos financieros con proveedores financieros: Préstamos, Líneas de Crédito y Líneas de descuento.

Todas las entidades financieras con las que trabajamos son banca tradicional, y aunque la mayoría ofrece productos financieros éticos, estos representan una parte muy pequeña de su actividad. Se han tenido conversaciones con Triodos Bank para encontrar la manera de que en el futuro podamos trabajar con ellos.

B2 ACTITUD SOLIDARIA EN LA GESTIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS

B2.1 Gestión de los Recursos Financieros de Forma Solidaria y Orientada al Bien Común

El reparto de dividendos está limitado según protocolo familiar al 10% del beneficio. En 2018 el beneficio después de impuestos ascendió a 1.496 miles de euros. Del resultado neto obtenido se ha repartido en dividendos un 7%, el resto ha sido aportado a Reservas.

Se realiza un presupuesto anual, tanto de resultado como de inversiones, para garantizar la sostenibilidad futura del grupo.

Los Gastos Estratégicos del 2018 y la previsión para el 2019 se refleja en la siguiente tabla:

	2018	2019
Compras y Aprovisionamientos	67,60%	63,50%
Otros Gastos de Explotación	11,90%	16,90%
Amortización	5,00%	4,70%
Gastos de personal	15,50%	14,90%
	100,00%	100,00%

Las Inversiones llevadas a cabo en 2018 corresponden en su mayoría a la sustitución de maquinaria para mejorar la seguridad y eficiencia de los procesos de fabricación. El 69,35% de las inversiones realizadas corresponden a la Packaging Onda y el 30,65% a Packaging Betxí. Para el 2019 se prevé triplicar el presupuesto de inversiones respecto el realizado durante 2018 debido a la construcción de una nueva planta (Packaging Onda 2) situada en Onda, que se irá ocupando de forma paralela a nuestras previsiones de desarrollo futuro.

B2.2 Aspecto Negativo: Repartición Injusta de los Recursos Financieros

Respecto al reparto de dividendos a externos, sólo 2 de los 9 accionistas del grupo no trabajan en la empresa, lo que supone un 1,66% del Resultado Neto obtenido.

B3 INVERSIONES FINANCIERAS SOSTENIBLES Y USO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

B3.1 Carácter Ambiental de las Inversiones

Se realiza un presupuesto anual de inversiones para garantizar la sostenibilidad futura del grupo. El objetivo no son las inversiones financieras, sino disponer de instalaciones modernas y actualizadas en continuo crecimiento e innovación, con la incorporación de los últimos avances tecnológicos del sector en nuestro parque de maquinaria.

Las Inversiones llevadas a cabo en 2018 corresponden en su mayoría a la sustitución de maquinaria para mejorar la seguridad y eficiencia de los procesos de fabricación. La nueva maquinaria mejora nuestro impacto ambiental y social en tanto en cuanto reduce el consumo de materias primas, combustible y electricidad, así como las mermas, y mejoran la seguridad de los operarios reduciendo el riesgo de accidentes. El 78,53% de las inversiones realizadas en 2018 incluyen mejoras en nuestro impacto medioambiental y social.

B3.2 Inversiones Orientadas al Bien Común

Durante el 2018 no se ha realizado ninguna Inversión Financiera. No obstante, desde el último Informe se ha redactado un Protocolo para futuras inversiones financieras en el que se definen los criterios que desea aplicar y se establece el proceso de toma de decisión. Expresamente se indica “que la empresa renuncia a realizar operaciones financieras “especulativas”, aceptando solo inversiones destinadas a productos éticos y/o de ISR, los cuales deben indicar expresamente en su política de inversión que consideran criterios ASG (ambientales, sociales y de buen gobierno corporativo)”.

B3.3 Aspecto Negativo: Dependencia de Recursos Perjudiciales para el Medio Ambiente

Nuestra organización emplea recursos que son considerados perjudiciales para el medioambiente, como son el Gasoil y el Gas Natural, representando un 0,8% y 0,2% del gasto, respectivamente.

B4 PROPIEDADES Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA

B4.1 Distribución de la Propiedad Orientada al Bien Común

La propiedad es íntegramente de la Familia (3 generaciones), de los 9 propietarios, 2 no trabajan en la empresa, ostentando el 23,25% de la propiedad. Dos accionistas ocupan puestos directivos con un 26% de la propiedad, mientras que 5 accionistas son trabajadores con el 50,75% de la propiedad.

El órgano de gobierno se estructura en un Consejo de Administración compuesto por el Dr. General, cuatro miembros más de la familia, tres personas ajenas a la familia: dos de ellas miembros de responsabilidad de la estructura de la empresa y un tercero profesional de la dirección de empresas ajeno a la misma. Recientemente se ha incorporado la figura de “preconsejero/a” destinada a miembros de la 3ª generación para que vayan formándose en esta responsabilidad, habiendo una persona incorporada en la actualidad. Todas las decisiones relevantes suelen ser adoptadas por unanimidad y previamente informadas al Consejo de Familia. Esta figura es quien garantiza el cumplimiento de los principios y valores que los propietarios desean que gobiernen los destinos de este grupo familiar. Se toma especial atención a la preparación y formación de la 3ª generación, conscientes de que serán los próximos accionistas y continuadores de este proyecto.

B4.2 Aspecto Negativo: Oferta Pública de Adquisición (OPA) Hostil

Este criterio no aplica a la empresa.

ÁREAS DE MEJORA TEMA B

Los objetivos y áreas de mejora definidos para el próximo periodo son:

1. **Sistematizar e integrar el seguimiento de indicadores y planes de mejora** del BBC de forma continua.
2. **Sistematizar el análisis medioambiental/social de las inversiones** en activos, cuantificando sus mejoras para la toma de decisiones
3. Realizar **estudio para instalar equipos de generación de energía solar** en las plantas de producción
4. Seguir **contactando de forma regular con la banca ética** para conocer si su operativa va adaptándose a nuestras necesidades

C1 DIGNIDAD HUMANA EN EL PUESTO DE TRABAJO

C1.1 Cultura Organizacional Orientada a las Personas

Desde 2015 se ha llevado a cabo diferentes acciones orientadas a fomentar una cultura organizacional orientada a las personas. Concretamente desde el lanzamiento de la última memoria EBC, se ha puesto en marcha la redacción y entrega del **Manual de Acogida**, que incluye el **Plan de Igualdad** y el **Código Ético**.

Igualmente, en el año 2018 se realizó la encuesta de **Clima Laboral** en Packaging Betxí, donde se valoró con 8,06 el sentimiento de integración en el equipo y 7,97 el estar a gusto con el trabajo que se realiza.

La valoración general del clima profesional de la empresa fue de 5,95, la de satisfacción de 7,54 y la de cultura corporativa de 6,21. Se constataron áreas de trabajo a desarrollar, principalmente las que tienen que ver con la percepción que se tiene de las diferencias entre departamentos y el nivel de cooperación y coordinación entre los mismos, así como la posibilidad de generar un sistema de participación (aportaciones y sugerencias) y gestionarlo de forma eficaz.

Los errores se abordan en conversación directa con el jefe/superior jerárquico y los conflictos se canalizan con el Comité de delegados/as y se resuelven favorablemente.

En 2018 algunos de los resultados de los indicadores fueron:

- Tasa de rotación: Packaging Betxí 11%, Packaging Onda 22%, Packaging Cenicero 24%
- Antigüedad media en la organización: Packaging Betxí 14,4 años, Packaging Onda 5,8 años, Packaging Cenicero 9,6 años
- Cantidad de solicitudes de empleo: no consta.
- Cantidad y periodicidad de encuestas de clima laboral: última realizada en el 2018
- Oferta y horas de Formación profesional y personal, por empleado:

Media h./persona por categoría laboral	
Directivo/a	63
Jefes/responsables de áreas	39,9
Personal de oficina	25,6
Producción	30,3

Media h./pers. por género	
Hombres	31,5
Mujeres	27,1

- Oferta formativa, en formación técnica y de PRL: media de 28,74 horas/persona.

En el periodo del informe se ha implementado la iniciativa de entrega del Manual de Acogida, junto con el plan de igualdad y el código ético. Por otra parte, también se puso en marcha el plan de movilidad sostenible entre los empleados.

Se han incrementado las horas de formación y el 100% de las vacantes de mandos intermedios se han cubierto con promoción interna (concretamente en 2018 han sido 3 puestos).

Como áreas de mejora para 2021, se ha propuesto, en relación con los resultados de la encuesta de clima laboral, mejorar la relación con cada superior jerárquico y mejorar la baja valoración del área comercial y de operaciones. En cuanto a formación, se prevé mejorar la formación a cargos directivos, tanto en habilidades técnicas como a nivel medioambiental.

C1.2 Promoción de la Salud y Seguridad en el Trabajo

Incluido en el Manual de Acogida se ha introducido un **protocolo de actuación en caso de accidente**, así como unas instrucciones de seguridad. Se han empezado a estudiar los procedimientos e indicadores de ISO 45000 con la intención de obtener próximamente la certificación. Teniéndose en cuenta que hay una baja incidencia de bajas por enfermedad, así como de accidentes laborales.

Como indicadores reportados en 2018 podríamos mencionar:

- Tasas de baja por enfermedad: Packaging Betxí 3,88%, Packaging Onda 2,20%, Packaging Cenicero 5,67 %. No se detecta que empleados acudan al trabajo enfermos.
- Los accidentes de trabajo han sido 9 en 2017 y 18 en 2018, de escasa gravedad.
- Se han impartido 2,25 horas de formación por persona en el 2018 sobre temas de PRL dirigidas mayoritariamente hacia áreas de producción.

Como áreas de mejora se propone estudiar la implantación de la certificación ISO 45000 para el periodo 2021-2022, así como reducir los accidentes del 2018 a cifras más bajas.

C1.3 Diversidad e Igualdad de Oportunidades

La empresa no tiene ningún sesgo de discriminación a la hora de incorporar personas, ni por sexo ni por etnia, ya que existe un plan de igualdad aprobado por empresa y trabajadores. Además, se ha impartido formación en igualdad a la plantilla y a la comisión de seguimiento del Plan de Igualdad.

No se detecta, por tanto, ningún área en la que las personas empleadas se puedan sentir discriminadas. Ello lo garantiza la comisión de seguimiento paritaria empresa-RLT que se creó al implantar el Plan de Igualdad. Las nuevas incorporaciones no son discriminatorias.

Como indicadores en 2018 podemos citar:

- Desglose personas empleadas por género: 20% mujeres, 80% hombres.
- Etnias 2% no españoles entre los que destacan sudamericanos y rumanos.
- Formaciones impartidas a las personas empleadas sobre diversidad: 294 horas en total.
- Diversidad social del entorno (al menos atendiendo a los criterios principales de la diversidad): no se ha podido testar.
- Cantidad de bajas de paternidad y maternidad en meses: 13 bajas por total de 24 meses.
- Rotaciones y nuevas incorporaciones: nuevos ingresos 13 hombres y 8 mujeres.

En el periodo del informe se ha completado la aplicación del Plan de Igualdad en un 80%. Se ha concedido el 100% de las bajas de paternidad o maternidad solicitadas.

Como área de mejora se propone ampliar a Packaging Onda el Plan de Igualdad.

C1.4 Aspecto Negativo: Condiciones de Trabajo Indignas

No se han detectado condiciones de trabajo potencialmente indignas, ni tampoco hay comentarios de Comité de Empresa al respecto.

Los comportamientos fuera de lugar detectados se limitan a 7 casos de sanción leve por no fichar adecuadamente.

Como indicadores podemos citar:

- 2 demandas por discrepancias en trabajo en sábados resueltas favorablemente.
- 1 reclamación del comité por pago de una cantidad a cuenta del convenio también resuelta favorablemente.

En el periodo del informe se ha mejorado la participación del comité en la Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad.

Por último, destacar que no se ha puntuado negativamente este tema.

C2 CARACTERÍSTICAS DE LOS CONTRATOS DE TRABAJO

C2.1 Remuneración

Los criterios de remuneración están descritos en el Manual de Acogida y varían en función del puesto ocupado, la antigüedad y los incentivos variables según producción u objetivos.

Por filosofía del grupo empresarial y su código ético, incluido en el Plan de Acogida, se asegura que todas las personas empleadas obtienen una remuneración digna acorde con los costes de vida de la región en la que viven.

De momento no se plantea que cada persona pueda fijar su propia remuneración.

Como indicadores en 2018 podemos aportar:

- Ratio de 7,84 entre la remuneración más alta y más baja (con excepción del régimen general asimilado, cuya cobertura en prestaciones sociales es menor).
- Remuneración mediana: Pacakging Betxí/Cenicero 23.857,63 €, Packaging Onda 20.878,50 €

- La remuneración digna que corresponde según ubicación de la empresa es de 1.050 € mensuales (12.600€ anuales). La remuneración mínima en Packaging Betxí/Cenicero lo supera en un 16% y en Packaging Onda lo supera en un 24%.

En el periodo del informe no se ha implementado ninguna novedad sobre este aspecto.

C2.2 Horario Laboral

Grupo La Plana aplica la flexibilidad horaria por estacionalidad de la producción: en Packaging Betxí y Packaging Cenicero, mediante la Distribución Irregular de la Jornada, utilizándose únicamente de forma excepcional la Prolongación de Jornada; en Packaging Onda se firmó acuerdo de Bolsa de horas para el año 2018.

Existe un sistema de control horario electrónico y las cargas de trabajo dependen de los puestos de trabajo y de las necesidades concretas en el tiempo. Se recurre a las horas extras de forma esporádica y son voluntarias y remuneradas en nómina. No hay horas extras compensadas con tiempo libre o vacaciones. Aunque los excesos de jornada sí se compensan con días de descanso.

Como indicadores en 2018 podemos aportar:

- 38,75 horas semanales que corresponden al horario regulado en el convenio de 1.768 anuales.
- Las horas extras suponen un 0,79% del total

En el periodo del informe se ha implementado el sistema de control horario automatizado.

Como áreas de mejora se han propuesto:

1. Reducción gradual hacia las 35 horas semanales
2. Buscar alternativas a la compensación de horas extras.

C2.3 Condiciones de Trabajo y en la Conciliación

La organización ofrece contratos temporales por circunstancias de la producción y contratos indefinidos.

Según su Código Ético, se consensua con los empleados los horarios reducidos para el cuidado de los hijos y para conciliar la vida familiar y laboral. Se utiliza de manera muy reducida la temporalidad.

Como indicadores en 2018 tenemos:

- Tipos de contrato laboral: 370 indefinidos y 23 temporales (15 temporales por circunstancias, 6 interinos, 1 prácticas y 1 relevo jubilación).
- Las personas empleadas y directivos con contratos adaptados a sus necesidades individuales (ej. tiempo parcial, trabajo compartido, etc.) son 12.
- 100% de solicitudes de flexibilidad horaria concedidas.

En el periodo del informe se ha implementado un contrato de teletrabajo.

Como áreas de mejora se han señalado:

1. Aumentar la flexibilidad adaptada a las necesidades de los empleados.
2. Explorar posibilidades de extender la flexibilidad a otros colectivos.

C2.4 Aspecto Negativo: Contratos de Trabajo Injustos

Se garantiza salario digno a todas las personas empleadas.

El presentismo no juega ningún rol a juzgar por lo indicado en su Código Ético.

Los becarios reciben 400€ mensuales y la empresa soporta la Seguridad Social de 48€.

Las personas empleadas temporales no tienen ningún riesgo especial. Para la duración de los contratos temporales se tienen en cuenta los intereses de los empleados y de la empresa de acuerdo con el Código Ético.

Como indicadores en 2018 tenemos:

- Salario digno para cada ubicación de la organización: 1.050 € y los mínimos de la empresa superan dicho salario digno, como hemos visto.
- Beneficios: 1.496.114 €
- Número de personas empleadas: 393
- Número de personas empleadas temporales: 23
- Número de contratos “predeterminados” (sin adaptación a necesidades individuales): 97%
- Porcentaje de contratos de duración determinada: 5.85% del total
- Política (real) de renovación de contratos de duración determinada: 154 contratos eventuales convertidos en indefinidos

En cuanto a la brecha salarial podemos decir que:

- En Packaging Betxí/Cenicero hay algunos casos concretos en que la brecha salarial entre hombres y mujeres supera el 10%, sin embargo se trata de casos históricos que normalmente, no en todos, benefician a hombres.
- En cuanto a brecha por nacionalidad, en los puestos en que podemos comparar los datos salariales no hay brecha salarial por encima del 10% a excepción de dos casos: uno con brecha del 11,11% a favor de la persona empleada extranjera y otro del 11,03% a favor de la persona española.

No se ha aplicado ningún punto negativo en este Tema.

C3 PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL DE LAS PERSONAS EMPLEADAS

C3.1 Alimentación durante la Jornada Laboral

Existen comedores en los tres centros de trabajo equipados para llevar comida casera. Se intentó implementar una mejora en el servicio de las máquinas de vending, para ofrecer comida saludable, pero sólo se pudo conseguir en la fruta y no funcionó.

Las únicas opciones que ofrece la cantina consisten en el café de producción biológica y comercio justo, que se expide en máquinas de vending, y el sistema de distribución de agua gratuito y sostenible para el personal con fuentes fijas y botellas sostenibles para las personas empleadas.

Como indicador, el % de alimentación ecológica es inapreciable.

Como áreas de mejora destacamos:

1. Favorecer la orientación sostenible en los restaurantes de proximidad en Betxí y Onda donde comen muchos de los trabajadores de Packaging Betxí y Packaging Onda.
2. Fomentar grupos de consumo ecológico.
3. Explorar colaboración de alguna forma con Horta del Rajolar.

C3.2 Movilidad Sostenible al Puesto de Trabajo

El medio de transporte que utilizan las personas para llegar al trabajo en Betxí es:

- 17,4 % desplazamiento a pie o en bici
- 68 % en coche convencional
- 17 % en coche sostenible

Estos datos se obtuvieron a través de una encuesta que se hizo como paso previo al desarrollo del Plan de Movilidad Sostenible a la que contestaron 86 personas. El PMS se hizo con la participación del personal.

Al tratarse de un emplazamiento en el término municipal de Betxí y muy cerca del pueblo se favorece los desplazamientos a pie o en bicicleta.

A raíz del Plan de Movilidad Sostenible, se ha construido un aparcamiento cubierto para bicicletas y motos, posibilidad de financiación para compra de bicicletas y cascos gratuitos para su uso en los desplazamientos, un programa de “car sharing” o coche compartido, y puntos de recarga de vehículo eléctrico con toma de corriente gratuita. También se han realizado acciones de sensibilización mediante una estrategia de comunicación interna.

Como áreas de mejora se ha propuesto:

1. Estudiar incentivos para desplazamientos sostenibles a los restaurantes de proximidad.
2. Extender el PMS a Onda y Cenicero.

C3.3 Cultura Organizacional Sostenible y Sensibilización con el Medio Ambiente

La cultura de la empresa en relación con la sostenibilidad medioambiental se fundamenta en:

- Formación medioambiental
- Incentivos para mejorar el consumo sostenible del personal.
- Noticias en el boletín interno (actualmente mediante la App corporativa) que fomenten el consumo responsable.
- Participación del personal en decisiones medioambientales.

Como medidas de sensibilización se han aplicado las siguientes:

- Se han facilitado botellas gratuitas no desechables para consumo de agua, recargables en las fuentes de la empresa.

- Se intenta crear conciencia medioambiental con las noticias que aparecen en la App abierta a todas las personas empleadas.
- Se ha impulsado la participación del personal en la elaboración del PMS

Como indicadores tenemos:

- El grado de conocimiento de la política medioambiental por parte de las personas empleadas no se ha testado, pero es pública y abierta a través de la aplicación y del manual de acogida y su Código Ético.
- El grado de asistencia a las formaciones en materia ambiental por parte de personas empleadas en Betxí es el 50% del personal del centro.

En el periodo del informe se ha implementado el Plan de Movilidad Sostenible y creación de la app donde hay un 35% de noticias e informaciones sobre mejoras en la sostenibilidad medioambiental.

Como área de mejora:

1. Formación medioambiental en los otros centros de trabajo

C3.4 Aspecto Negativo: Promoción y Tolerancia frente a la Actitud Medioambiental Irresponsable

Los siguientes aspectos negativos tienen lugar en la organización:

- Plásticos en máquinas vending.
- No se incentiva opción de viajes sostenibles.
- No se prohíbe usar productos no reciclados.
- No se separan los residuos generados en los productos de consumo del personal. (Solo el papel se recoge en el sistema de reciclaje interno, el resto de los residuos se elimina en el contenedor de la recogida de RSU)

En el periodo del informe se ha mejorado la Instalación punto de carga aditivo Ad Blue para todos los camiones diésel, que reduce la contaminación atmosférica. En los dos últimos años los camiones cumplen la normativa Euro-6 de la Comunidad Europea.

Como potencial de mejora:

1. Estudiar sustitución plásticos en vending.
2. Estudiar la implantación de la gestión de recogida selectiva de residuos de consumo del personal.

En este tema hay que señalar una puntuación negativa de-5.

C4 TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA INTERNA

C4.1 Transparencia Interna

El departamento de Comunicación Interna se encarga de hacer llegar toda la información relevante a los empleados, e igualmente cada departamento es responsable de transmitir las informaciones aportadas desde la Dirección.

Anualmente se hace una sesión de comunicación interna dirigidas a todos los empleados, donde se informa sobre la evolución de las ventas, los resultados, la productividad, la siniestralidad laboral, las inversiones y una previsión para el ejercicio siguiente, además de cuestiones relevantes de actualidad en la empresa.

Disponemos de una App interna que permite dar a conocer a todos nuestros empleados qué hacemos, las noticias de actualidad y newsletters, los datos del BBC o los documentos de interés como el Código Ético o la memoria de planes de mejora.

Los datos y su accesibilidad para las personas empleadas se pueden resumir en:

- Las actas del equipo de dirección y del Consejo de Familia no se dan a conocer a todo el personal.
- Un extracto de los balances económico-financieros se dan a conocer a todo el personal interesado.
- La auditoría de las cuentas anuales está disponible para el que esté interesado.
- Las decisiones sobre nueva contratación o despidos se informan a la Representación del personal.
- Los datos tecnológicos críticos solo se dan a conocer a quienes los tienen que gestionar.

Muchos datos disponibles se aportan a través de la App abierta a las personas empleadas.

Únicamente no está accesible a todos la estrategia técnico-comercial de la empresa tal como se expone en su Código Ético.

Como indicadores estimamos que un 50% de los datos económico-financieros son transparentes, así como un 25% de los datos técnicos.

En el periodo del informe se ha implementado:

- El desarrollo de la App donde todos los empleados pueden estar al tanto de los eventos importantes de la empresa, puesta en marcha ya en 2019.

Se ha propuesto como área de mejora:

1. Publicar el sistema de valoración de puestos de trabajo y las bandas retributivas cuando esté elaborado el sistema de evaluación del desempeño.
2. Comunicación incentivos variables al personal para transmitir transparencia. Directos e indirectos.
3. Alinear al cliente con nuestros objetivos en la EBC: concienciar sobre las ventajas del cartón, aconsejar para menor consumo de tintas, así como de cartón (ecodiseño) y la sostenibilidad del producto.
4. Explicar a las nuevas incorporaciones nuestra implicación y trabajo con la EBC.
5. Pasar una encuesta a toda la plantilla sobre que es la EBC y las ventajas que ha aportado. Después hacer sesiones de comunicación con las necesidades de información que surjan.

C4.2 Legitimación de la Dirección

La dirección está designada por el Consejo de Familia. No existe un sistema de evaluación de los directivos ni de mandos intermedios por sus subordinados. Sí hay procesos puntuales de consulta/dialogo.

Aun así, sí ha habido medidas implantadas como consecuencia de la participación de los empleados, por ejemplo, las derivadas del Plan de Igualdad y del Plan de Movilidad Sostenible.

No se tienen datos, como indicador, del porcentaje de directivos que son legitimados por sus personas empleadas a través de consulta/diálogo/contribución/participación.

En el periodo del informe se han puesto en marcha los dos Planes de Mejora comentados.

Se propone como área de mejora:

1. Terminar de elaborar el sistema de evaluación del desempeño, avanzando hacia un sistema de 360º.

C4.3 Participación de las Personas Empleadas en la Toma de Decisiones

La organización es jerárquica, pero se deja participar a las personas empleadas en algunas decisiones en áreas concretas.

Ha habido una buena experiencia y participación de las personas empleadas en las dos iniciativas de Planes de Mejora comentadas.

La empresa está dispuesta a favorecer la creación de comisiones de empleados para la implantación de planes de mejora. 50 personas han participado en las sesiones previas a la implantación de OSHAS.

Como indicador no se ha cuantificado el porcentaje de decisiones que se toman con consulta/colaboración/participación de las personas empleadas, pero ya ha habido al menos cuatro iniciativas que han involucrado en torno a 90 personas.

En el período del informe se ha implementado:

- Los dos Planes de Mejora comentados, la previa de OSHAS, y entrevistas para descripción de puestos de trabajo.

Como área de mejora:

1. Se plantea elaborar un protocolo de participación en el que se defina en qué tipo de decisiones pueden participar los empleados afectados.

C4.4 Aspecto Negativo: Impedimento del Comité de Empresa

Existe Comité de empresa en Packaging Betxí y Packaging Onda, y delegados de personal en Packaging Cenicero, debido al total de personas empleadas.

Según el Código Ético tienen el apoyo y respeto de la empresa para ejercer su función. Una gran mayoría de sus peticiones son atendidas.

Como indicador damos los siguientes datos concretos:

- En Packaging Betxí existe desde 1979
- En Packaging Cenicero desde 2003
- En Packaging Onda desde noviembre del 2018

En el periodo del informe se ha mejorado:

- 76% peticiones atendidas

ÁREAS DE MEJORA TEMA C

Los objetivos y áreas de mejora definidos para el próximo periodo son:

1. En relación con los resultados de la encuesta de clima laboral, mejorar la relación con superior jerárquico y mejorar la baja valoración de Comercial y Operaciones.
2. En cuanto a formación mejorar la formación directiva, de habilidades y medioambiental.
3. Estudiar implantar la certificación ISO 45000 en el periodo 2021-2022, así como reducir los accidentes del 2018 a cifras más bajas.
4. Ampliar a Packaging Onda el Plan de Igualdad.
5. Reducción gradual hacia las 35 horas semanales.
6. Buscar alternativas a la compensación de horas extras.
7. Aumentar la flexibilidad adaptada a las necesidades de los empleados.
8. Explorar posibilidades de extender la flexibilidad a otros colectivos.
9. Favorecer la orientación sostenible en los restaurantes de proximidad en Betxí y Onda donde comen muchos de los trabajadores de Packaging Betxí y Packaging Onda.
10. Fomentar grupos de consumo ecológico.
11. Explorar colaboración de alguna forma con Horta del Rajolar.
12. Estudiar incentivos para desplazamientos sostenibles a los restaurantes de proximidad.
13. Extender el PMS a Onda y Cenicero.
14. Formación medioambiental en los otros centros de trabajo
15. Estudiar sustitución plásticos en vending.
16. Estudiar la implantación de la gestión de recogida selectiva de residuos de consumo del personal.
17. Publicar el sistema de valoración de puestos de trabajo y las bandas retributivas cuando esté elaborado el sistema de evaluación del desempeño.
18. Terminar de elaborar el sistema de evaluación del desempeño, avanzando hacia un sistema de 360º.

19. Elaborar un protocolo de participación en el que se defina en qué tipo de decisiones pueden participar los empleados afectados.
20. Comunicación incentivos variables al personal para transmitir transparencia. Directos e indirectos.
21. Explicar a las nuevas incorporaciones nuestra implicación y trabajo con la EBC.
22. Pasar una encuesta a toda la plantilla sobre que es la EBC y las ventajas que ha aportado. Después hacer sesiones de comunicación con las necesidades de información que surjan.

D1 ACTITUD ÉTICA CON LOS CLIENTES

D1.1 Comunicación Transparente con los Clientes

En Grupo La Plana, consideramos a nuestros clientes como socios, anteponiendo sus necesidades a la obtención de beneficio económico y generando una relación de confianza basada en la transparencia y el trato directo. Nuestros productos se fabrican específicamente para cada cliente para lo cual desarrollamos prácticas de diálogo y de atención de expectativas, con el fin de entregar productos de calidad máxima, que cubran sus necesidades a la vez que se respetan las del resto de grupos de interés.

Nuestro objetivo es co-crear valor con los clientes.

Para la adquisición de nuevos clientes existen dos procedimientos:

1. Mediante TENDERS: oferta abierta realizada por el posible cliente en la que éste marca los parámetros a cumplir. En un principio, para participar se nos solicita información de la empresa: capacidades técnicas, maquinaria, capacidad productiva, estados financieros, etc. Si cumplimos estos parámetros y los económicos, podemos iniciar la relación con el cliente.
2. Mediante puerta fría: contactos comerciales, proyectos de innovación o mejora en diversos aspectos del producto.

Con clientes ya existentes, mantenemos una actitud de escucha activa de sus necesidades y tratamos de satisfacerlas siempre que sea viable por nuestra parte.

La parte variable del salario de nuestra fuerza de ventas es únicamente del 20% y se divide en objetivos de ventas (5%), objetivos de calidad (5%) y una variable de beneficio de la empresa (10%).

Las peticiones y reclamaciones de los clientes son atendidas por el Departamento de Calidad, donde se ocupan de realizar la detección de la causa y su pronta solución. Con el fin de mejorar la atención en este aspecto, se plantea la creación del Departamento de Atención al Cliente, proyecto latente en

la organización desde hace tiempo, considerando que nos ayudará a implementar un sistema de peticiones y reclamaciones más claro y sencillo que la metodología actual.

En 2018 se realizó el estudio *Evaluación de la satisfacción del cliente 2018* en colaboración con AIDIMME, evaluando el nivel de satisfacción, de forma cuantitativa, con una muestra de 137 clientes de los principales sectores: cerámica, hortofrutícola e industria. Con ello, se introdujo un cambio metodológico ya que, hasta la fecha, este tipo de estudios los realizaba nuestro propio personal.

Como resultado global, cabe decir que la satisfacción de los clientes es elevada, con una nota global de 8,4 sobre 10. Uno de cada tres clientes está totalmente satisfecho y sólo el 5% de los clientes se muestra insatisfecho.

De este informe se derivaron indicadores para realizar el seguimiento y mejora del nivel de satisfacción en los próximos años.

En concordancia con esta actitud transparente, nuestras campañas publicitarias se centran en las realizadas en publicaciones especializadas del sector y en ellas se emplea un lenguaje real y sin artificios. El coste publicitario en el año 2018 fue de 35.000 €. No invertimos en publicidad de ferias y eventos, como tampoco admitimos gastos por comidas, fiestas u otro tipo de obsequios a los clientes.

Los objetivos y áreas de mejora establecidos han sido:

1. Elaborar un Plan de marketing para fomentar la comunicación y transparencia tanto interna como externa.
2. Creación de Departamento de Atención al cliente.

D1.2 Accesibilidad

Atendemos las necesidades de nuestros clientes y buscamos alternativas personalizadas que mejoren nuestro producto y les den una solución eficaz, no únicamente en la entrega sino con todos los medios disponibles para prestar un servicio complementario cuando se requiera.

Las principales barreras que existen en la compra y uso de nuestros productos son económicas y de falta de medios físicos para suministrar a clientes que no disponen de instalaciones de descarga del material, como carretillas elevadoras, muelles de carga, etc.

Para los clientes con dificultades económicas, Grupo La Plana cuenta con el apoyo de un seguro (COFASE) y, además, existe un Comité de Riesgos en la empresa para estudiar y conceder un riesgo adicional a los clientes que lo precisen. Esta práctica supone, en los casos en los que el seguro no asume el riesgo, una ayuda a las empresas que se inician o que tienen dificultades económicas para aplicar sus planes de consolidación. También concedemos ayudas para la financiación de instalaciones como líneas de empaquetado, montaje... El periodo de cobro se adapta a los clientes y viene definido

por los distintos momentos y circunstancias de estos, considerando su forma de cobro a sus propios clientes, con el fin de contribuir a evitarles tensiones de tesorería.

El total de la facturación a clientes con dificultades económicas en 2018 supuso un 3% sobre el total.

Respecto a los clientes en los que existen dificultades en la expedición de producto ya que, por su tamaño, no disponen de medios suficientes, estamos estudiando la forma de adaptarla mediante vehículos equipados con medios de descarga como carretillas elevadoras, plataformas, etc. Esta acción se plantea dentro del Plan de Mejora 2019-2021.

Nos preocupa dar servicio a pequeños clientes con problemáticas de falta de equipamiento, de desarrollo de productos, de maquinaria para el montaje de los embalajes... por ello les ofrecemos los mismos servicios que a clientes de mayor volumen, aunque las condiciones económicas son muy difíciles de equiparar a los grandes volúmenes de fabricación.

Objetivos y áreas de mejora:

1. Adaptación de la expedición del producto a clientes que no disponen de equipamiento suficiente.

D1.3 Aspecto Negativo: Publicidad Engañosa y Acciones Comerciales no Éticas

No realizamos publicidad engañosa ni intrusiva y esta actividad se limita a la publicación en revistas especializadas y en nuestra web.

Dentro del Plan de Marketing en desarrollo, una de las acciones más importantes en referencia a la Economía del Bien Común es crear una estrategia de comunicación de sus valores hacia el exterior.

Potencial de mejora:

1. Elaborar Plan de marketing para fomentar la comunicación y transparencia tanto interna como externa: mayor comunicación de los valores EBC hacia el exterior.



D2 COOPERACIÓN Y SOLIDARIDAD CON OTRAS ORGANIZACIONES

D2.1 Cooperación con otras Organizaciones

Grupo La Plana no realiza cooperaciones con otras empresas del sector fuera del marco de AFCO (Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado) donde invierte una importante cantidad de tiempo y recursos para el desarrollo de proyectos sectoriales y, en la actualidad, ocupa una vocalía en su Junta Directiva.

En concreto, en el ejercicio 2018 se dedicaron:

- Calidad- Comité Técnico UNIQ 120 horas
- Recursos Humanos 60 horas
- Dirección 70 horas.

Desde AFCO se trabaja por defender los intereses del sector y se desarrollan proyectos para aumentar sus estándares de calidad. Fuera de este ámbito no nos planteamos colaboraciones futuras ni el compartir conocimientos con otras organizaciones del sector. AFCO trabaja por la mejora del medio ambiente al impulsar alternativas al plástico.

Sin embargo, en el caso de proveedores, sí se realizan colaboraciones para desarrollo de productos y mejora de aspectos ambientales, como el proyecto en desarrollo de reutilización de concentrados de tintas.

Objetivos y áreas de mejora:

1. La organización no se plantea realizar otro tipo de acciones de cooperación.

D2.2 Solidaridad con otras Organizaciones

Ofrecemos ayuda en ocasiones puntuales a proveedores y clientes que lo solicitan.

Las principales acciones solidarias que realizamos son a través de la Fundación Cívica Novessendes de Betxí y a la que, en 2018, se dedicaron un total de 850 horas de trabajo de una persona de nuestra plantilla. Además, ofrecemos a nuestras personas empleadas la posibilidad de realizar voluntariado corporativo. Del anterior Plan de Mejora 2016/2018 se derivó la elaboración del *Plan de Voluntariado Corporativo del Grupo La Plana*, pendiente de consolidar (Ver aspecto E2.2).

Objetivos y áreas de mejora:

1. La organización no se plantea realizar otras acciones solidarias

D2.3 Aspecto Negativo: Abuso de Poder de Mercado frente a otras Organizaciones

No emitimos juicios de valor, ni existe dumping ni otras acciones poco éticas en nuestra política de precios. Trabajamos para tener una mejor ventaja competitiva basada en la calidad de nuestro producto y el servicio pre y post-venta.

Desde nuestro Departamento de I+D se desarrollan nuevas patentes de productos, pero en ningún caso con un fin exclusivo de bloquear la innovación de otras organizaciones sino únicamente para proteger nuestra labor de desarrollo de prácticas intrusivas. Estas patentes están disponibles para las organizaciones que paguen su correspondiente valor.

Potencial de mejora:

1. Se continuará trabajando en la misma línea

D3 IMPACTO AMBIENTAL DEL USO Y DE LA GESTIÓN DE RESIDUOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

D3.1 Relación “Coste-Beneficio” Medioambiental de Productos y Servicios (Eficiencia y Consistencia)

El cartón ondulado es el embalaje sostenible por excelencia, porque es natural, 100% reciclable y biodegradable y respeta la salud del consumidor y del planeta.

En Grupo La Plana somos conocedores del impacto ambiental de nuestro producto en las etapas de uso y gestión de residuos, trabajamos en pro de aportar soluciones eficientes a nuestros clientes en este aspecto y aplicamos una política de preferencia de uso de materiales no peligrosos (p.e. optimización de materiales, utilización de tintas menos contaminantes...). En nuestras instalaciones y proceso de fabricación, tratamos de minimizar al máximo nuestros impactos sobre el medio ambiente gestionando adecuadamente los residuos, depurando las emisiones gaseosas y gestionando nuestros vertidos a través de empresas gestoras debidamente autorizadas. Mediante la certificación en la norma UNE-EN- ISO 14001:2015 Sistema de Gestión Medioambiental, la empresa garantiza todos estos controles y establece metas para mejorar sus impactos.

Respecto a las fases de uso y gestión de los residuos cabe indicar que nuestros clientes no son el usuario final del embalaje, por lo que por nuestra parte no podemos ejercer ningún control sobre ellas. No obstante, el Punto Verde, visible en todos los envases gestionados por un Sistema Integrado de Gestión de residuos (SIG), es un símbolo de información mediante el cual, todas las empresas envasadoras adheridas a los SIG de residuos identifican los envases de sus productos, obligando a los usuarios a gestionar correctamente sus residuos destinándolos, en el caso del cartón ondulado, a su reciclaje.

La industria papelera española garantiza el reciclaje de la totalidad del papel y cartón que se recupera y que actualmente asciende al 69,1%. La tasa de utilización se sitúa en el 83,6% y la de reciclaje en el 78,4%. La colaboración ciudadana en la recuperación y el reciclaje es fundamental. Separar el papel

y embalajes de cartón usados y depositarlos en los contenedores azules es la mayor contribución al consumo responsable de papel que puede hacer el ciudadano.

En el diseño de envases siempre tenemos en cuenta el mínimo desarrollo necesario para garantizar la protección del producto en procesos de envasado, almacenamiento, distribución y punto de venta.

Los materiales son en un alto porcentaje reciclados, siendo también necesaria la incorporación de fibra virgen para garantizar la sostenibilidad del reciclado del papel.

Podemos potenciar el ecodiseño seleccionando otros materiales: tintas, colas... con características ambientales mejoradas, así como influir en fases del ciclo de vida reduciendo impactos, mejorando la reciclabilidad, etc. Basándonos en estas circunstancias, estimamos que es posible implantar un proceso de ecodiseño y obtener la certificación correspondiente.

Objetivos y áreas de mejora:

1. Estudio de viabilidad de la certificación Norma UNE-En 13427:2005 en Ecodiseño

D3.2 Uso Moderado de Productos y Servicios (Suficiencia)

La suficiencia es un aspecto consolidado en la empresa. Proporcionamos a nuestros clientes todas las especificaciones técnicas necesarias para un uso óptimo del producto, lo que implica menos pérdidas en sus procesos. Realizamos estudios en laboratorio de composición idónea del cartón acorde al uso del producto, lo cual permite mejorar el consumo de papel adecuándolo a las prestaciones exigibles. En el ejercicio 2018 se han realizado en la empresa 138 estudios de composición idónea del cartón según su uso y 49 en AIDIMME. El total de trabajos de laboratorio para la mejora de diferentes aspectos relacionados con la composición del producto ascendieron a un total de 417 durante el ejercicio 2018.

Participamos en el proyecto **UNIQ, Sello de Calidad Agrícola** que aúna los mejores conocimientos técnicos del sector del cartón ondulado. El embalaje UNIQ está preparado para el futuro siendo la calidad, innovación, adaptabilidad y sostenibilidad, sus principales características. El papel con el que se fabrican estos embalajes dispone del sello FSC de gestión forestal sostenible.



Objetivos y áreas de mejora:

1. Elaborar Plan de marketing para fomentar la comunicación y transparencia tanto interna como externa: planificar comunicaciones voluntarias a los clientes sobre los principales impactos ambientales derivados del uso y la gestión de residuos del cartón ondulado con el fin de que lleguen al usuario final.

D3.3 Aspecto Negativo: Tolerancia frente al Impacto Medioambiental Desproporcionado y Consciente

Además de las ventajas medioambientales propias del cartón ondulado, una de nuestras principales ventajas competitivas es la creación de valor con nuestros productos y no la venta y creación de necesidades "innecesarias". Dentro de nuestro Código Ético no toleramos un consumo desproporcionado con políticas de precios, sistemas de incentivos u obsolescencia programada más allá del crecimiento económico propio y necesario para la pervivencia de la actividad.

Potencial de mejora:

1. Se continuará trabajando en la misma línea

D4 PARTICIPACIÓN DE LOS CLIENTES Y TRANSPARENCIA DE PRODUCTO

D4.1 Participación de los Clientes en la Toma de Decisiones, Desarrollo de Producto e Investigación de Mercado

Nuestro proceso productivo lleva implícita la escucha activa de las necesidades del cliente y el desarrollo de productos conjunto, aunque ofrecemos también productos estandarizados como en el caso de la industria cerámica, hortofrutícola y del vino.

Con el fin de conocer en mayor profundidad las motivaciones, necesidades latentes, barreras, puntos fuertes y aspectos de mejora, realizaremos un estudio cualitativo del nivel de satisfacción de los clientes.

En 2018 el 100 % de las innovaciones de productos y servicios se han desarrollado junto con el cliente y puntualmente se trabaja también en proyectos para mejorar aspectos sociales como el actualmente en curso del uso del Braille en los envases de cartón ondulado.

Objetivos y áreas de mejora:

1. Estudio cualitativo del nivel de satisfacción de clientes con el fin de conocer sus motivaciones, necesidades latentes, barreras, puntos fuertes y aspectos de mejora

D4.2 Transparencia de Producto

En la ficha técnica de cada producto están todas las especificaciones referentes a su uso y composición. Esta información es facilitada a todos los clientes que lo solicitan. Según la tipología de clientes existe una estrategia de comunicación de precios, pero no se realiza una publicación en

general de estos ni de sus diferentes componentes, únicamente a los clientes que así lo solicitan para poder suministrarles (TENDERS). Cabe indicar que nuestros productos están sometidos al índice PPI (Producers Price Index) de variación de precios de mercado según el precio del papel que se publica periódicamente por los propios fabricantes.

Somos conocedores de la dimensión de los costes externalizados que en 2018 se estiman de un 3% sobre facturación, siendo principalmente centros de montaje subcontratados. Según especificaciones del sello BRC, estamos obligados a comunicar al cliente que el producto ha sido terminado por terceros. En esta materia debemos establecer procedimientos de control sobre los impactos sociales y ambientales de estos servicios externalizados ya que se realizan, pero sin estar protocolizados debidamente.

Objetivos y áreas de mejora:

1. Más información y control en los centros de montaje externalizados

D4.3 No Declaración de Sustancias/Mercancías Peligrosas

Las certificaciones (BRC, UNIQ e ISO), la normativa a la que está sujeta la actividad y los compromisos adquiridos de forma voluntaria, nos obligan a proporcionar información transparente y veraz de todos nuestros productos a los clientes.

Potencial de mejora:

1. Se continuará trabajando en la misma línea

ÁREAS DE MEJORA TEMA D

Los objetivos y áreas de mejora definidos para el próximo periodo son:

1. Creación de Departamento de Atención al cliente.
2. Adaptación de la expedición del producto a clientes que no disponen de equipamiento suficiente.
3. Estudio de viabilidad de la certificación Norma UNE-En 13427:2005 en Ecodiseño.
4. Elaborar Plan de marketing para fomentar la comunicación y transparencia tanto interna como externa: planificar comunicaciones voluntarias a los clientes sobre los principales impactos ambientales derivados del uso y la gestión de residuos del cartón ondulado con el fin de que lleguen al usuario final. Mayor comunicación de los valores EBC hacia el exterior.
5. Estudio cualitativo del nivel de satisfacción de clientes con el fin de conocer sus motivaciones, necesidades latentes, barreras, puntos fuertes y aspectos de mejora.

E1 PROPÓSITO E IMPACTO POSITIVO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

E1.1 Productos y Servicios que Cubren las Necesidades Básicas y Mejoran la Calidad de Vida

Para la EBC el ser humano se encuentra en el centro. La dignidad humana prevalece sobre la figura de la persona empleada como “recurso”, no debiéndose vulnerar bajo ningún concepto. Siguiendo este principio, en Grupo La Plana, analizamos nuestros productos a fin de reducir los posibles impactos negativos sobre el entorno, tanto a nivel ambiental como social.

Cada año nos esforzamos por ofrecer un producto mejor, que aumente la calidad de vida de las personas y al mismo tiempo conciente al consumidor sobre la necesidad de consumir de forma responsable.

De acuerdo con la clasificación de las necesidades básicas vitales definidas por Max Neef y M. Rosenberg, nuestros productos cubren fundamentalmente 4 necesidades básicas:

- Subsistencia y salud
- Ocio y recreación
- Autonomía
- Creación

El tipo de satisfactor es sinérgico ya que el usuario puede reutilizar nuestras cajas una vez usadas.

Así, colaboramos con centros educativos ofreciendo el material para la realización de trabajos o eventos escolares, con iniciativas de personas y grupos de ciudadanos a quienes aportamos cajas o planchas de cartón cuando nos lo solicitan, y en algunos casos se realizan fabricaciones específicas sin cargo para entidades o iniciativas sociales.

Nuestras políticas estratégicas están fuertemente alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por Naciones Unidas en su Agenda 2030 y nuestros productos cubren en mayor o menor medida los 17 ODS.



- Damos empleo a más de 300 personas
- Colaboramos con ONG's repartiendo materiales
- Donamos caja a Horta de Rajolar, un proyecto para fomentar las condiciones sociales del personal de campo.



- Transportamos los alimentos a través de nuestros embalajes, también para ayuda humanitaria en países con conflictos.



- Una caja de cartón es más higiénica que otras fabricadas en otros materiales.
- El material impide que los alimentos se contaminen.
- Además, nuestros productos poseen la certificación BRC sobre seguridad alimentaria.



- Colaboramos con escuelas, universidades y centros educativos, bien acogiendo visitas o cediendo material para sus eventos y actos.
- Además, a través de la Fundació Novessendes, hemos empezado a liderar en 2019 un proyecto orientado a la integración de los principios de la EBC en los institutos de la Comunidad Valenciana.



- Tenemos un Plan de Igualdad que garantiza el trato igualitario a todo el personal.



- En la planta de Onda hemos reducido un 47% el consumo de agua gracias al proyecto "Vertido Cero".
- Utilizamos tintas orgánicas para que sea más fácil la depuración del agua y para reducir los impactos sobre el ecosistema acuático.



- Poseemos una planta de cogeneración para el cartón ondulado que aprovecha los vapores generados.
- La planta de Onda posee paneles solares.
- Toda la energía eléctrica que se utiliza procede de compañía comercializadora que posee garantía de origen renovable.



- Nos guiamos por los principios de la EBC en cuanto a las condiciones de trabajo.
- En los procesos de selección, damos prioridad a los trabajadores y trabajadoras que proceden del pueblo.
- Intentamos fomentar el desarrollo local de Betxí y de su huerta a través del proyecto Horta de Rajolar

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Colaboramos con numerosas asociaciones y colectivos del sector para avanzar juntos hacia el desarrollo de productos más sostenibles e innovadores.
10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuestro producto es accesible y no elitista, por lo que favorece la resolución de desigualdades sociales.
11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fomentamos el reciclaje de nuestros productos de cara al consumidor, lo que promueve su valorización y el desarrollo de una sociedad más respetuosa y sostenible.
12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuestro producto procede de producción sostenible (FSC) y además puede reciclarse por lo que promueve el consumo responsable y favorece la economía circular.
13 ACCIÓN POR EL CLIMA 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuestra área de medio ambiente mantiene activo de forma constante un amplio sistema de gestión ambiental que nos permite identificar los potenciales impactos ambientales generados, aplicar medidas correctivas frente a posibles ineficiencias y reducir año tras año nuestra huella ecológica. ▪ Realizamos una revalorización de restos de tintas y reciclamos todo el recorte de catón. ▪ Hemos puesto en marcha un Plan de Movilidad Sostenible en la planta de Betxi
14 FLORA Y FAUNA ACUÁTICAS 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuestros productos fabricados en cartón reciclable sustituyen en muchos casos otros elaborados con materiales plásticos no reciclables que ponen en grave peligro la salud de nuestros océanos y de consecuencia la biodiversidad marina.
15 FLORA Y FAUNA TERRESTRES 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizamos cartón de producción sostenible con etiqueta FSC para evitar la sobreexplotación de los recursos naturales y la alteración de los ecosistemas terrestres.
16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuestra política de empresa se rige por los valores familiares firmes en nuestro afán por hacer de Grupo la Plana una organización sana y sostenible.
17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Colaboramos con numerosas entidades a fin de poner en valor los principios de la EBC y en general, de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como única vía para garantizar el desarrollo sostenible y el avance de nuestra sociedad.

E1.2 Impacto Social de los Productos y Servicios

Grupo La Plana es la primera empresa del sector en auditarse en Economía del Bien Común. Gracias a la implantación de los principios promovidos por el movimiento, podemos evaluar, no solo nuestro desempeño económico empresarial sino también a nivel ambiental y social. La evaluación continua de las tres variables nos permite crecer como empresa sostenible, responsable y comprometida con el entorno.

Además, dada la naturaleza de la empresa y al tratarse de una empresa familiar, nuestros valores se rigen también de acuerdo a los valores familiares que constituyen nuestra razón de ser y de actuar en beneficio siempre de las personas.

Trabajamos juntamente con AFCO (Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado) en proyectos sociales promovidos por el sector.

También realizamos visitas de estudiantes a la planta de Betxí en las que explicamos entre otros, nuestros principios EBC.

Disponemos de un protocolo familiar que preserva la continuidad de nuestros principios y valores familiares para futuras generaciones. Dichos valores están perfectamente alineados con la EBC por lo que se fundamentan en la necesidad de crear valor compartido en la compañía y en la sociedad donde operamos.

Además, durante los últimos años hemos llevado a cabo acciones de comunicación tanto internas como externas para dar a conocer las características de sostenibilidad de nuestros productos y del proceso productivo en general, así como de las acciones sociales alineadas con la EBC.

Tras el análisis durante el proceso de consultoría se definieron las siguientes áreas de mejora:

1. Alinear al cliente con nuestros objetivos en la EBC para concienciar sobre las ventajas del cartón frente a otros materiales, aconsejar sobre un menor consumo de tintas, así como de cartón (para integrar conceptos de ecodiseño) y exponer los fundamentos que definen la sostenibilidad del producto.
2. Lanzar un catálogo nuevo de productos donde se incorpore nuestra estrategia EBC y la filosofía *Ecofriendly* de nuestros proyectos.

E1.3 Aspecto Negativo: Productos y Servicios que Vulneran la Dignidad Humana

No podemos catalogar nuestro producto como no ético ya que se fabrica considerando los principios fundamentales de la EBC, de la RSC y de la Declaración de Derechos Humanos.

E2 CONTRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD

E2.1 Impuestos y Prestaciones Sociales

Sabemos que la sociedad es la máxima beneficiada y/o perjudicada por nuestra actividad y, por tanto, tenemos muy en cuenta sus necesidades. Contribuimos a través del pago de los impuestos y de las prestaciones sociales.

Indicador	2017	2018
Volumen facturación (€)	102.945.518 €	109.353.864 €
Impuesto de Sociedades realmente pagado	826.947 €	265.610 €*
Contribuciones a la Seg.Social de la empresa realmente pagadas	3.095.199€	3.500.849€
Diferencia entre salario bruto y neto	2.577.534 €	2.913.493 €
Cuota de contribución tributaria neta	0,952	1,923

(*) Compensadas pérdidas de Packaging Onda debidas a subactividad ocasionada por nuevas inversiones en capacidad productiva

Tras el análisis durante el proceso de consultoría se definieron las siguientes áreas de mejora:

1. Establecer un sello/logo con texto en las cajas que recomiende al consumidor su reciclado y/o que informe sobre los criterios ambientales y sociales que se han tenido en cuenta a la hora de su fabricación. Ofrecer la posibilidad de impresión a nuestros clientes que así lo deseen.

E2.2 Contribución Voluntaria a la Comunidad

Grupo La Plana contribuye voluntariamente a la comunidad mediante numerosas colaboraciones con diferentes agentes. La aportación total de la empresa a proyectos y actos desarrollados en la comunidad asciende a 11.695,22 € en 2018. Igualmente, en 2018 se destinaron 108.000€ a la Fundació Novessendes. La aportación voluntaria a la comunidad neta, respecto a la facturación, fue del 0,0695% en 2017 y del 0,0727% en 2018.

Se atienden las colaboraciones locales en las ubicaciones de las plantas del Grupo La Plana, a las que se les otorga ayuda de acuerdo a unos criterios definidos, además todos los empleados de la empresa pueden realizar sugerencias de colaboración en actos o eventos en los que participen. Mediante decisión del Consejo Familiar se gestionan todas las peticiones y se da prioridad a dichas colaboraciones.

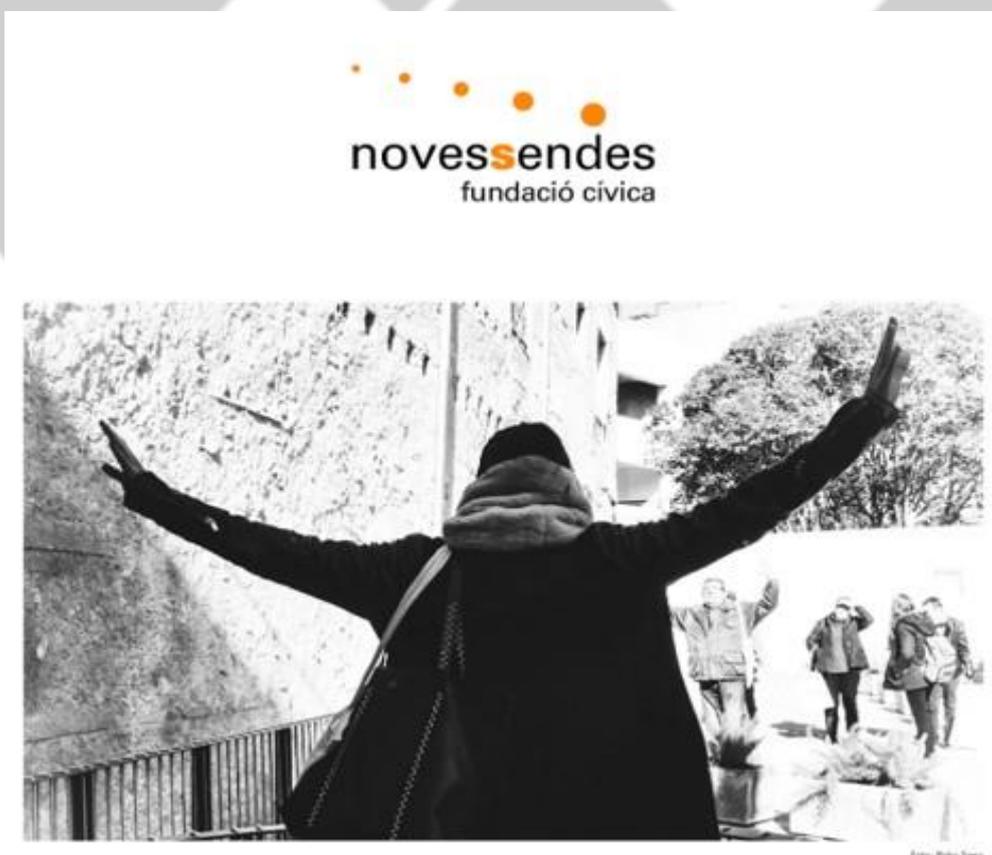
Además, cada año se ceden terrenos donde se ubica el proyecto de Horta del Rajolar que desarrollo la Fundació Novessendes, la dedicación laboral de una persona empleada de la empresa (850 horas en 2018) y la participación en el patronato.

La Fundació Novessendes es la mayor aportación a la comunidad de la empresa. Es una fundación cívica ubicada en Betxí, que trabaja con la misión de mejorar la sociedad y el bienestar de los ciudadanos en su ámbito territorial, buscando la implicación de las personas, grupos y entidades en ese objetivo compartido de mejora comunitaria.

Novessendes se fundó en el año 2001 por Grupo La Plana, S.L. como fundación de empresa relacionada con la responsabilidad social empresarial, con la visión de la empresa como instrumento al servicio de la solidaridad, que debe comprometerse con la comunidad donde se desarrolla su actividad.

En 2010 dejó de ser una fundación de empresa para convertirse en fundación cívica, abriendo el patronato a la participación de personas procedentes de diferentes ámbitos (asociativo, educativo, empresarial, administración local, etc.) y es así como se cedió el control de la fundación a la ciudadanía. Grupo La Plana mantiene su compromiso de una importante aportación económica anual.

La fundación trabaja día a día para abrir caminos de participación social. Promueve procesos comunes desde la responsabilidad y el compromiso cívico, apoyan iniciativas de personas y organizaciones de la ciudadanía y ponen en marcha proyectos que aportan valor para la construcción de un mundo más armonico y un desarrollo sostenible.



Tras el análisis durante el proceso de consultoría se definieron las siguientes áreas de mejora:

1. Profundizar en el plan de voluntariado corporativo y poner en marcha su ejecución.

E2.3 Aspecto Negativo: Elusión y Evasión Fiscal

Grupo La Plana únicamente opera en territorio nacional, aunque vende al sur de Francia, Argelia y Portugal. No existe transferencia entre cuentas ubicadas en diferentes países ni socios comerciales en paraísos fiscales. La elusión y la evasión fiscal no son actuaciones posibles en la empresa y están penalizadas en nuestro código ético y nuestros principios fundamentales empresariales.

E2.4 Aspecto Negativo: Falta de Prevención Frente a la Corrupción

Nunca se ha dado un caso de corrupción en la empresa y no se tolera ninguna actuación que pudiera incurrir en ello.

E3 REDUCCIÓN DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

E3.1 Impacto Absoluto / Gestión y Estrategia

En Grupo La Plana sabemos que el futuro pasa por una innovación sostenible que garantice el desarrollo sin comprometer nuestros recursos naturales. Por ello, disponemos de estrategias innovadoras que nos permiten hacer frente a los retos ambientales del planeta y llevar a cabo políticas basadas en criterios de suficiencia y de eficiencia de los procesos.

En el proceso de producción se llevan a cabo tres procesos fundamentales que llevan implícitos diferentes impactos ambientales analizados en el ciclo de vida del producto:

- Onduladora o fabricación cartón: a partir del papel se producen planchas de carón ondulado según formatos, que pasan al almacén automatizado para su posterior conversión en cajas.
- Converting: Las planchas son pasadas a las máquinas, donde, según modelos o artículos, son impresas, troqueladas, dobladas, pegadas y agrupadas en paquetes para finalmente ser paletizadas.
- Embalaje: Las cajas paletizadas pasan a través de las máquinas retractiladora y flejadora siendo embaladas y dispuestas en el almacén de cargas para su expedición a clientes.

Todos los impactos ambientales se analizan en cada una de las fases productivas del proceso y a través del departamento de medio ambiente se proponen medidas de mejora para evitar posibles impactos negativos.

Como parte de nuestras políticas de *Residuo Cero*, en 2018 desarrollamos el proyecto piloto, en las instalaciones de Onda, de recuperación de aguas residuales y revalorización de tintas. Además, se ha construido una nave exclusiva para el almacenamiento de residuos y para la i+D dentro del departamento de medio ambiente.

A lo largo de estos últimos dos años, hemos iniciado un proyecto de movilidad sostenible consistente en la renovación de nuestra flota de vehículos que nos ha permitido sustituir los antiguos camiones de corta distancia por otros que cumplen la normativa EURO6 y son menos contaminantes. Paralelamente, se desarrolló un proyecto de *car sharing* y otras iniciativas entre los empleados que ha permitido reducir las emisiones de CO₂ derivadas del desplazamiento al trabajo de nuestros empleados. Igualmente, disponemos de la certificación de calidad ISO 9001:2015, de gestión ambiental ISO 14001, BRC sobre seguridad alimentaria y UNIQ de calidad agrícola.

Sistema Integrado de gestión ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015	Sistematizan los aspectos ambientales de las actividades de la organización y la prevención de la contaminación. Aseguran un buen sistema de gestión de calidad (SGC).
Certificación alimentaria BRC	Garantiza un sistema de gestión de calidad documentado, y el control de requisitos de condiciones ambientales, instalaciones, productos, procesos, y personal.
Sello de calidad agrícola UNIQ	Asegura que el envase ofrece todas las garantías para contener y transportar los productos hortofrutícolas frescos.

Estas certificaciones nos exigen día a día analizar nuestros valores ambientales para intentar disminuir progresivamente nuestra huella ecológica.

En Grupo La Plana disponemos de una estrategia global de sostenibilidad ambiental que se basa entre otros, en el reporte continuo de indicadores. Gracias a ello, podemos controlar en tiempo real todos los procesos y actuar a tiempo frente a posibles desviaciones en el ciclo de producción.

Dentro de nuestra estrategia ambiental, reportamos datos relacionados con:

- Consumo de energía
- Movilidad sostenible
- Emisiones
- Consumo de agua
- Consumo de combustibles fósiles
- Residuos peligrosos
- Residuos no peligrosos
- Vertido
- Contaminación acústica

Indicador	2016	2017	2018
Consumo de agua total en todas las plantas del alcance (m3) BETXÍ	16.791	14.328	14.695
Consumo electricidad (kWh) BETXÍ	5.667.748	5.443.126	5.643.956
Consumo gas natural (kWh) BETXÍ	19.676.704	20.223.643	20.580.848
Consumo Gasoil desplazamientos vehículos propios (l) BETXÍ	204.307	164.000	150.012
Generación solar (kWh) BETXÍ		77.374	84.062
Tm papel y carton reciclado BETXÍ	9.622	11.584	10.171
Huella de carbono absoluta (Kg CO2 eq) BETXÍ, corregida por energ.eléctrica evitada debida a la cogeneración		5.428.321	
Huella de carbono relativa (Kg CO2 eq/m ²) BETXÍ		0,0608	
Huella de carbono relativa (Kg CO2 eq/empleador) BETXÍ		22.821	
Nº planes de mejora medioambientales en marcha BETXÍ	8	8	10
COVs BETXÍ	5	4.6	4
Consumo de agua total en todas las plantas del alcance (m3) ONDA	16.044	19.916	14.695
Consumo electricidad (kWh) ONDA	3.741.295	4.966.607	5.066.220
Consumo gas natural (kWh) ONDA	7.653.710	8.642.188	8.686.543
Consumo Gasoil desplazamientos vehículos propios (l) ONDA	15.581	13.970	4.770
Generación solar (kWh) ONDA		77.374	84.062
Tm papel y carton reciclado ONDA	4.123	4.827	5.543
Huella de carbono absoluta (Kg CO2 eq) ONDA, corregida por energ.eléctrica evitada debida a la generación fotovoltaica		2.092.066	
Huella de carbono relativa (Kg CO2 eq/m ²) ONDA		0,0215	
Huella de carbono relativa (Kg CO2 eq/empleador) ONDA		17.434	
Nº planes de mejora medioambientales en marcha ONDA	7	7	9
COVs ONDA	3	3	4

Tras el análisis durante el proceso de consultoría se definieron las siguientes áreas de mejora:

1. Automatización del alumbrado interior y exterior con luxómetros en la planta de Onda.
2. Fin de semana cierre de válvulas de agua y apagado total de iluminación en la planta de Onda.

3. Aprovechamiento de la energía total mediante la instalación de baterías de condensadores, para compensar la reactiva en la planta de Onda.
4. Instalación de contadores de consumo agua lavado en impresoras en la planta de Onda.
5. Control del consumo de vapor de Gas y de Agua en Caldera Packaging Onda 2.
6. Apagado en remoto de compresores, vía Scada (actualmente en manual desde consola máquina) en Onda.
7. Estudio de caudalímetros en salida de compresor para control de fugas en la planta de Onda.
8. Reducción del consumo de agua, mediante buenas prácticas en la planta de Onda.
9. Reutilización de aguas mediante Ultrafiltración en la planta de Onda.
10. Control del alumbrado por temporizador en la planta de Betxí.
11. Contadores de consumos agua y energía en la planta de Betxí.
12. Estudio de caudalímetros en salida de compresor para control de fugas en la planta de Betxí.
13. Automatización del alumbrado interior y exterior con luxómetros en la planta de Betxí.
14. Aprovechamiento de la energía total mediante la instalación de baterías de condensadores, para compensar la reactiva en la planta de Betxí.
15. Reducción del consumo de agua, mediante buenas prácticas en la planta de Betxí.
16. Valorización o reciclabilidad de residuos que van a vertedero en la planta de Betxí.

E3.2 Impacto Relativo

Creemos que nuestro desempeño está por encima de la media del sector ya que las empresas que tienen nuestro tamaño no realizan una labor tan exhaustiva para garantizar la integración de las variables ambientales en el proceso productivo.

No obstante, no hemos desarrollado ningún estudio “benchmarking” para evaluar concretamente las acciones que llevan a cabo las empresas de nuestra competencia.

E3.3 Aspecto Negativo: Infracción de la Normativa Medioambiental e Impacto Desproporcionado

Nunca se ha tenido ninguna reclamación o denuncia al respecto. Únicamente se recibió una solicitud por parte de una vecina del pueblo cercana a la fábrica de Betxí que sugería controlar los niveles acústicos de la fábrica. Tras realizar las mediciones oportunas se verificaron unos niveles acústicos adecuados. Las exigencias de la persona interesada resultaron ser superiores al nivel acústico medido en fin de semana, cuando precisamente la fábrica cesaba la actividad y por tanto se asoció el ruido al paso de vehículos propio de la carretera.

E4 TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA DEL ENTORNO SOCIAL

E4.1 Transparencia

El departamento de Comunicación Interna se encarga de hacer llegar toda la información relevante a los empleados, e igualmente cada departamento es responsable de transmitir las informaciones aportadas desde la Dirección. A partir del 2019 se ha puesto en marcha una aplicación (App) para comunicación interna.

A nivel externo, disponemos de una página web y presencia en redes sociales que nos permiten llevar a cabo una comunicación fluida de nuestros productos, actividades, noticias y filosofía y principios de empresa.

E4.2 Participación del Entorno Social en la Toma de Decisiones

En Grupo La Plana sabemos que la transparencia y participación en la toma de decisiones de nuestros grupos de interés es básica para garantizar nuestra permanencia en el mercado. Debemos tener en cuenta las exigencias de nuestros clientes o nuestros empleados si deseamos mejorar y alcanzar nuestros objetivos.

Para integrar todas estas sugerencias, analizamos en primer lugar, todas las expectativas y necesidades de nuestros grupos de interés (mediante el análisis de contexto y de partes interesadas en el procedimiento a tal fin de calidad). Una vez desarrollado dicho análisis, que actualizamos con periodicidad anual, llevamos a cabo un análisis DAFO que nos permite evaluar los posibles riesgos de la compañía en cuanto a los diferentes grupos de interés.

Tras el análisis durante el proceso de consultoría se definieron las siguientes áreas de mejora:

1. Integrar en el procedimiento de calidad del DAFO estratégico los valores de la EBC.
2. Protocolizar y buscar métodos para establecer y/o mejorar la comunicación interna y la RSC en la organización.
3. Buscar asesoramiento para medir e incentivar el grado de implicación en la empresa de la tercera generación de la familia y establecer un plan de sucesión.
4. Establecer procedimiento para gestionar las sugerencias que llegan a través de la App.

E4.3 Aspecto Negativo: Manipulación de la Información y Falta de Transparencia

En Grupo La Plana no consentimos la manipulación de información de cara a ningún grupo de interés. Nuestros principios incluyen la honestidad y la transparencia y, por tanto, están totalmente prohibidas este tipo de prácticas en la organización.

ÁREAS DE MEJORA TEMA E

Los objetivos y áreas de mejora definidos para el próximo periodo son:

1. Establecer un sello o logo con texto en las cajas que recomiende al consumidor su reciclado o que informe de qué criterios ambientales y sociales se han tenido en cuenta a la hora de hacer la caja. Ofrecer la posibilidad de impresión a nuestros clientes que así lo deseen.
2. Guion o material (AFCO) para comunicar durante las visitas escolares la importancia de las cajas de cartón, su utilidad y respetuosas con el medio ambiente.
3. Protocolizar y buscar métodos para establecer y/o mejorar la comunicación interna y la RSC en la organización.
4. Buscar asesoramiento para medir e incentivar el grado de implicación en la empresa de la tercera generación de la familia y establecer un plan de sucesión.
5. Establecer procedimiento para gestionar las sugerencias que llegan a través de la App.
6. Integrar en el procedimiento de calidad del DAFO estratégico los valores de la EBC.
7. Automatización del alumbrado interior y exterior con luxómetros en la planta de Onda.
8. Fin de semana cierre de válvulas de agua y apagado total de iluminación en la planta de Onda.
9. Aprovechamiento de la energía total mediante la instalación de baterías de condensadores, para compensar la reactiva en la planta de Onda.
10. Instalación de contadores de consumo agua lavado en impresoras en la planta de Onda.
11. Control del consumo de vapor de Gas y de Agua en Caldera Packaging Onda 2.
12. Apagado en remoto de compresores, vía Scada (actualmente en manual desde consola máquina) en Onda.
13. Estudio de caudalímetros en salida de compresor para control de fugas en la planta de Onda.
14. Reducción del consumo de agua, mediante buenas prácticas en la planta de Onda.
15. Reutilización de aguas mediante Ultrafiltración en la planta de Onda.
16. Control del alumbrado por temporizador en la planta de Betxí.
17. Contadores de consumos agua y energía en la planta de Betxí.
18. Estudio de caudalímetros en salida de compresor para control de fugas en la planta de Betxí.
19. Automatización del alumbrado interior y exterior con luxómetros en la planta de Betxí.
20. Aprovechamiento de la energía total mediante la instalación de baterías de condensadores, para compensar la reactiva en la planta de Betxí.

- 21. Reducción del consumo de agua, mediante buenas prácticas en la planta de Betxí.
- 22. Valorización o reciclabilidad de residuos que van a vertedero en la planta de Betxí.

PLANES DE MEJORA

Objetivos a Corto y Largo Plazo

A continuación, se exponen todos los objetivos y planes de mejora definidos en el proceso de consultoría EBC y la periodicidad en su desarrollo.

Los planes de mejora se dividirán por temas y en función de su plazo de ejecución:

- Corto plazo: hasta 1 año
- Medio plazo: entre 2-3 años
- Largo plazo: más de 3 años

Plan de Mejora	Indicador EBC	Plazo
TEMA A		
1 Evaluar la satisfacción que tienen los proveedores con Grupo La Plana en cuanto al trato recibido, la participación, los pagos realizados y los plazos de los pagos.	A2.1	CORTO
3 Sistematizar la selección y evaluación de proveedores para continuar mejorando la contribución al bien común en la cadena de suministro de una forma sistemática. Esto incluirá una política y unos procedimientos que desarrollen la política.	A3.1 / A4.2	CORTO
TEMA B		
3 Sistematizar e integrar el seguimiento de indicadores y planes de mejora del BBC de forma continua.	B1.1	CORTO
4 Sistematizar el análisis medioambiental/social de las inversiones en activos, cuantificando sus mejoras para la toma de decisiones.	B3.1	CORTO
5 Realizar estudio para instalar equipos de generación de energía solar en las plantas de producción.	B3.1	CORTO

TEMA C

6	En relación con los resultados de la encuesta de clima laboral, mejorar la responsabilidad en la cadena de mando y la baja valoración de Comercial y Operaciones.	C1.1	CORTO
7	Mejorar la formación de mandos intermedios en habilidades de gestión de personas.	C1.1	CORTO
8	Implantar la certificación ISO 45000 de prevención de riesgos laborales, así como reducir los accidentes del 2018 a cifras más bajas.	C1.2	MEDIO
9	Ampliar a Packaging Onda el Plan de Igualdad.	C1.3	CORTO
10	Analizar la actual actuación en flexibilidad de horario laboral, para clarificar la situación, generar ideas y estudiar mejoras.	C2.2 / c2.3	CORTO
11	Establecer algún tipo de comunicación para favorecer la orientación sostenible en los restaurantes de proximidad en Betxí y Onda donde comen muchos de los trabajadores de Packaging Betxí y Packaging Onda.	C3.1	CORTO
12	Fomentar el consumo ecológico entre los y las empleadas y explorar alguna forma de colaboración con Horta del Rajolar.	C3.1	CORTO
13	Extender el PMS a Onda y Cenicero.	C3.2	MEDIO
14	Estudiar sustitución plásticos en vending.	C3.4	CORTO
15	Estudiar la implantación de la gestión de recogida selectiva de residuos de consumo del personal.	C3.4	CORTO
16	Publicar el sistema de valoración de puestos de trabajo.	C4.1	CORTO
17	Mejorar la comunicación del incentivo variable a cada persona.	E4.1	CORTO
18	Explicar a las nuevas incorporaciones nuestra implicación y trabajo con la EBC.	E4.1	CORTO
19	Pasar una encuesta a toda la plantilla sobre que es la EBC y las ventajas que ha aportado. Después hacer sesiones de comunicación con las necesidades de información que surjan.	E4.1	MEDIO
20	Estudiar la implantación de un sistema de evaluación del desempeño, avanzando hacia un sistema de 360º.	C4.2	MEDIO
21	Definir la Política de Participación del Grupo La Plana, partiendo de un diagnóstico y estableciendo los sistemas más adecuados en función de la Estrategia general del Grupo y las particularidades de cada Dpto., haciendo un inventario consensuado con el Comité de Dirección de aquellas decisiones más relevantes en las que se considere que los grupos de interés pueden y deben aportar sus opiniones.	C4.3	MEDIO

TEMA D

22	Creación de Departamento de Administración Comercial	D1.1	CORTO
23	Estudio de viabilidad de la certificación Norma UNE-En 13427:2005 en Ecodiseño.	D3.1	CORTO
24	Fomentar el marketing enfocado a la transparencia, tanto interna como externa: planificar comunicaciones voluntarias a los clientes sobre los principales impactos ambientales derivados del uso y la gestión de residuos del cartón ondulado con el fin de que lleguen al usuario final, y al mismo tiempo concienciar sobre las ventajas del cartón, aconsejar para minimizar el consumo de tintas y de cartón (ecodiseño) y la sostenibilidad del producto. Mayor comunicación de los valores EBC hacia el exterior.	D1.1 / D1.3 / D3.2 / E1.2	CORTO
25	Estudio cualitativo del nivel de satisfacción de clientes con el fin de conocer sus motivaciones, necesidades latentes, barreras, puntos fuertes y aspectos de mejora.	D4.1	MEDIO

TEMA E

26	Establecer un sello o logo con texto en las cajas que recomiende al consumidor su reciclado o que informe de qué criterios ambientales y sociales se han tenido en cuenta a la hora de hacer la caja. Ofrecer la posibilidad de impresión a nuestros clientes que así lo deseen.	E1.2	CORTO
27	Guion o material (AFCO) para comunicar durante las visitas escolares la importancia de las cajas de cartón, su utilidad y respetuosas con el medio ambiente.	E4.1	CORTO
28	Buscar métodos y plantear una estrategia para establecer y/o mejorar la RSC en la organización.	E4.2	CORTO
29	Buscar asesoramiento para incentivar el grado de implicación en la empresa de la tercera generación de la familia y establecer un plan de sucesión.	E4.2	CORTO
30	Integrar los valores de la EBC en el procedimiento de acciones estratégicas de la compañía.	E4.2	CORTO
31	Reducción de impacto ambiental en la planta de Onda, mediante la optimización de sistemas causantes (incluye 8 iniciativas previstas)	E3.1	CORTO
32	Reducción de impacto ambiental en la planta de Betxí, mediante la optimización de sistemas causantes (incluye 6 iniciativas previstas).	E3.1	CORTO

DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD CON UE. DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA (COM 2013/2017)

Aplicamos el estándar del Informe del Balance del Bien Común cumpliendo con las exigencias de la divulgación de información no-financiera marcadas por la UE porque este estándar es universal, medible, comparable, público, auditado por una tercera parte y fácil de entender por el público en general.

DESCRIPCIÓN DE PROCESO DE ELABORACIÓN DEL BALANCE DEL BIEN COMÚN

El proceso de elaboración del Balance e Informe del Bien Común ha sido realizado con recursos propios y mediante el apoyo de una empresa externa que nos ha apoyado en todo el proceso de adaptación de la matriz 5.0 y de definición de nuevos planes de mejora en esta versión 2018.

El proceso de consultoría se ha llevado a cabo mediante varias fases:



Durante la Fase I y II ha participado el personal responsable de cada departamento, junto a algunos de sus colaboradores, asignando un/a consultor/a EBC para cada tema:

- Pedro Olazabal: Tema A
- Maria Amigo: Tema B
- Joaquín Sanchís: Tema C
- Sonia Gil: Tema D
- Raquel Gómez: Tema E

En la Fase IV se ha llevado a cabo un proceso interno participativo en el que ha participado personal de todos los departamentos de forma voluntaria. El objetivo de dichas sesiones ha sido definir concretamente los planes de mejora por área y establecer metodologías eficaces para su implantación.

Los resultados del BBC se han llevado a cabo mediante la realización de una reunión interna a modo de resumen del proceso, en la que han participado todos los responsables de área y posteriormente se ha dado a conocer los resultados del BBC y la publicación de la memoria a través de la App interna y mediante la página web de la compañía.