



Un modelo de economía con futuro

# INFORME DEL BALANCE DE BIEN COMÚN 5.0 BALANCE COMPLETO 2021

### **Contenido**

Contenido	2
Información general sobre la organización	6
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	11
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	14
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 proveedores	
A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro	16
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	17
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	18

B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros	19
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	20
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	21
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 Propiedad y participación democrática	22
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	22
C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo	22
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	24
C2.1 Remuneración	
C2.2 Horario laboral	
C2.3 Condiciones de trabajo y en la conciliación	
C2.4 Aspecto negativo: contratos de trabajo injustos	
C <sub>3</sub> Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas	25
C <sub>3.1</sub> Alimentación durante la jornada laboral	
C <sub>3.2</sub> 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	26
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	27
D1 Actitud ética con los clientes	28
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	32
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	
D <sub>3</sub> Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios	34
D <sub>3.1</sub> Relación "coste-beneficio" medioambiental de productos y servicios (Eficiencia y Consister	ıcia)
D <sub>3.2</sub> Uso moderado de productos y servicios (Suficiencia)	
D3.3 Aspecto negativo: tolerancia frente al impacto medioambiental desproporcionado y consci	ente
D <sub>4</sub> Participación de los clientes y transparencia de producto	35
D4.1 Participación de los clientes en la toma de decisiones, desarrollo de producto e investigació mercado	n de
D4.2 Transparencia de producto	
D4.3 No declaración de sustancias/mercancías peligrosas	
Áreas de mejora TEMA D	37
E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios	38
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	44
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	
E <sub>3</sub> Reducción del impacto medioambiental	48
E3.1 Impacto absoluto / Gestión y estrategia	
E <sub>3.2</sub> Impacto relativo	
E3.3 Aspecto negativo: infracción de la normativa medioambiental e impacto desproporcionado	Э

E4 Transparencia y participación democrática del entorno social	52
E4.1Transparencia	
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	53
Planes de Mejora	54
Objetivos a corto y largo plazo	
Declaración de conformidad con UE. Divulgación de información no financiera (COM 2013/207)	58
Descripción del proceso de elaboración del Balance del Bien Común	58

#### 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	553
Personas empleadas eq. a tiempo com-	-02
pleto	583
Personas empleadas de ETT o temporada	115
Facturación	152.570.000
Beneficio anual	4.032 miles euros
Periodo del informe	1 de enero a 31 de diciembre de 2021

#### Filiales y organizaciones asociadas:

Grupo La Plana es un grupo empresarial familiar e independiente que actualmente (2022) cuenta con 5 plantas productivas: Packaging Betxí (Castellón); Packaging Cenicero (La Rioja); Packaging Onda (Castellón); Packaging Igualada (Barcelona) y Primera Línea Visual (PLV) en Pinto (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 Cartonajes 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 5 plantas productivas en Betxí (Castellón), Onda (Castellón), Cenicero (La Rioja), Igualada (Barcelona) y Pinto (Madrid), las 14 plantas de montaje en diversas zonas de España y una actividad comercial repartida por toda la península ibérica y sur de Francia.

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 Código Ético, así como en el Protocolo Familiar que marca la dirección del grupo.

La compañía, además de realizar el Balance en 2015, 2018 y 2021 por el cual pretende obtener las tres semillas, es simpatizante del movimiento de la EBC: colaboramos en el Grupo Local de Castellón y estamos asociados a la AVEBC (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 fabrica un amplio porfolio de soluciones de envases y embalajes de cartón y de formatos de exposición en punto de venta, adaptando sus características a las necesidades específicas de la actividad de negocio de sus clientes y sectores, aplicando la última tecnología en todas las fases del proceso de fabricación, y los controles de calidad y sostenibilidad más exhaustivos. En lo que se refiere específicamente a la fabricación de packaging, el grupo 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 sus distintas familias de producto adaptándolas a las necesidades específicas de sus clientes a través de un ciclo completo: diseño estructural, prototipado, ensayos reales y adaptación de los formatos finales a las producciones industriales, estudiando siempre diferentes cualidades y comportamientos en laboratorio y optimizando sus costes. Eficiencia, responsabilidad y sostenibilidad garantizada en todos los productos con certificaciones ambientales y de calidad. La compañía dispone además de sistemas de producción inteligentes, fabricando cajas completas en un solo proceso (impresión + troquelado + plegado). Actualmente hemos incorporado nuevas líneas de producto con el uso de cartón compacto para barquetas (bandejas de pequeño formato) y también algunos materiales auxiliares para PLV.

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 y permiten disponer de renovadas instalaciones que han incrementado significativamente la capacidad de producción y su distribución.

#### 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.

#### 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 5.05. En febrero de 2023 fue sometida a evaluación peer con otras dos organizaciones de la EBC y paso de tener una puntuación de 376 puntos a una puntuación final de 445.

### Grupo La Plana S.L.

Organización pionera de la

ECONOMÍA

DEL BIEN COMÚN

Un modelo de economía con futuro

Certificación Peer 2 semillas 23/05/2023



Ver. M5.0 Válida hasta 01/06/2025

#### **Resultados del BBC 2021**

### Calculadora del Bien Común - Versión 5.05 MATRIZ DEL BIEN COMÚN

Empresa:: GRUPO LA PLANA; Año del balance:: 2021

Nota: esto no es un certificado

Puntuación total: 445 de 1000 Puntos



Valores ► Grupos deinterés ▼	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 A3: Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro		A4: Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro
	29 de 73 <b>40</b> %	33 de 73 <b>45</b> %	88 de 146 <b>60</b> %	18 de 73 <b>25</b> %
B: Propietarios y proveedores	B1: Actitud ética en la gestión de recursos financieros	B2: Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros	p , p , a , p , p , p	
financieros	2 de 12 13 %	22 de 24 <b>90</b> %	10 de 12 <b>80</b> %	2 de 24 <b>10</b> %
C: Personas empleadas	C1: Dignidad humana en el puesto de trabajo	C2: Caracterísiticas de los contratos de trabajo	C3: Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas	C4: Transparencia y participación democrática interna
	16 de 49 <b>33</b> %	15 de 49 <b>30 %</b>	3 de 24 <b>13</b> %	16 de 49 <b>33</b> %
D: Clientes y otras organizaciones	D1: Actitud ética con los clientes	D2: Cooperación y solidaridad con otras organizaciones	de la destion de residios de los	
	24 de 49 <b>50 %</b>	12 de 49 <b>25</b> %	37 de 49 <b>75</b> %	33 de 73 <b>45</b> %
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
	15 de 49 <b>30</b> %	18 de 24 <b>75</b> %	22 de 49 <b>45</b> %	29 de 49 <b>60 %</b>

#### A1 Dignidad humana en la cadena de suministro

#### A1.1 Condiciones de trabajo e impacto social en la cadena de suministro

La gestión de la compras y contratación de Grupo La Plana (en adelante "GLP") es realizada principalmente por su departamento de compras, el cual gestiona el suministro de materias primas, auxiliares y otros fungibles. El resto de las compras y contrataciones de servicios profesionales, son realizadas por el personal autorizado de cada una de las áreas, los cuales siguen los procedimientos establecidos a tal efecto.

La gestión de compras y contratación es realizada de acuerdo con los requerimientos establecidos en la norma de gestión de la calidad ISO 9001, implementada en la organización y en coherencia con los principios de actuación establecidos en el código ético corporativo. Por otro lado, hay que destacar, que GLP tiene documentado su plan de actuación 2020/2025 de suministros.

De acuerdo con las actividades empresariales desarrolladas por GLP, las principales familias de compras son:

Inversión por familia de productos 2021		
Familia	Inversión %	
Materias primas	68,79 %	
Materias auxiliares	4,61%	
Otros fungibles	0,10 %	
Logístico/transporte	3,93 %	
Servicios profesionales	1,88 %	
Otros	20,69 %	

El análisis social y ambiental de la cadena de suministro se han analizado todas las empresas proveedoras con un gasto superior a los 50.000€ en el ejercicio 2021. También se ha realizado un análisis de políticas y sistema de gestión en materias de sostenibilidad de la cadena de suministro de nuestras empresas proveedoras más significativas, por la inversión realizada, la cual se detalla a continuación:

PROVEEDORES CON ÁREAS DE GESTIÓN		
ÁREAS DE GESTIÓN	%	
Dialogo con grupos de interés	50,00 %	
Derechos Humanos	42,86 %	
Circularidad	92,86%	
Cambio climático	92,86 %	

De acuerdo con los establecido en el código ético corporativo: "Con el objetivo de realizar una gestión ética de los suministros, basamos nuestras relaciones con los proveedores en la transparencia, la honestidad, el respeto y la cooperación justa y solidaria.

Prestamos atención a los impactos sociales y ambientales que puedan generarse en la cadena de suministro, especialmente los riesgos de vulneración de la dignidad humana y el uso de productos críticos en cuanto a la sostenibilidad medioambiental.

Para ello establecemos criterios que nos ayudan a evaluar a los proveedores según sus impactos en estos ámbitos y reducir riesgos."

Los criterios utilizados para la selección, homologación, valoración y deshomologación de empresas proveedoras son la relación calidad-precio, experiencia en el sector y la solvencia técnica. Hay que destacar que, en el cuestionario inicial para la homologación de proveedores, junto los requerimientos de calidad y seguridad, también se incluyen ítems sociales, por lo que se han incluido las siguientes cuestiones, las cuales son utilizadas como criterio de desempate o exclusión:

- ¿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?

A continuación, presentamos el análisis de riesgo de vulneración de la dignidad humana por la localización, de nuestra empresa proveedoras, el cual es realizado de acuerdo rating ITUC elaborado por la confederación internacional de sindicatos <a href="https://www.globalrightsindex.org/es/2022/countries">https://www.globalrightsindex.org/es/2022/countries</a>:

Riesgo de vulneración de Derechos Humano y Laborales (ITUC-CSI)			
País	Inversión %	Riesgo	
España	66,27%	Bajo	
Alemania	10,62 %	Muy bajo	
Francia	6,12 %	Bajo	
Países bajos	1,70 %	Bajo	
Arabia saudí	0,14 %	Alto	
Suecia	2,76 %	Muy bajo	
Portugal	2,96 %	Bajo	
Finlandia	9,43 %	Muy bajo	

Como se puede apreciar excepto, el 0.14% (que pertenece a un único proveedor de papel), el resto tienen sus centros de producción en Europa.

Por otro lado, hay que destacar que todas las empresas proveedoras de papel, están certificadas con el sello FSC (Forest Stewardship Council) es una organización independiente, internacional y sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es promover una gestión forestal ambientalmente responsable, socialmente

beneficiosa y económicamente viable en los bosques de todo el mundo, a través de sistemas de certificación forestal y de etiquetado del producto.

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 ratificado 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.

Las contrataciones de servicios, cuya calificación de riesgos de vulneración de la dignidad humana es bajo, se realizan principalmente en empresas de proximidad y familiares, lo que facilita el conocimiento de su gestión y reputación.

Además, las colaboraciones con empresas de trabajo temporal se realizan con organizaciones que tienen implementados sistema de gestión de los Derechos Humanos y Laborales, políticas documentadas en las que se establece su compromiso de respeto y protección de los Derechos humanos y Laborales y se realiza un control efectivo del cumplimiento de condiciones laborales del personal, a través de los contratos de puesta a disposición.

Por último, hay que destacar que el 42,86% de los proveedores más significativos por inversión, tienen implementadas acciones en materia de gestión de los Derechos Humanos en sus cadenas de aprovisionamiento.

GLP muestra a sus proveedores en sus reuniones el resumen del Balance del Bien Común realizado y entrega una copia de este para animar a las organizaciones a plantearse su contribución al bien común.

En definitiva, podemos concluir, que el 100% de proveedores de materias primas, empresas de trabajo temporal y proveedores significativos, tiene un riesgo muy bajo de vulneración de la dignidad humana.

### 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

De acuerdo con el compromiso establecido en el código ético, GLP trata de establecer "relaciones comerciales a largo plazo, la corresponsabilidad en la cadena de suministro, la flexibilidad y la capacidad de comunicación con los proveedores, y no discriminamos a ningún tipo de empresa."

Este compromiso puede observarse en el análisis de antigüedad de la cadena de suministro:

Media antigüedad	o - 5 años	6 a 10 años	más 10 años
proveedores	50 %	7%	43 %

Hay que destacar del mismo, que las empresas proveedoras de la cadena de valor, en su gran mayoría se sitúan en los rangos de antigüedad de 6 a 10 años o más de 10 años, principalmente en este último.

Estas relaciones comerciales de largo plazo son fruto de las actuaciones implementadas con las empresas proveedoras de materias primas y auxiliares. El departamento de compras, de acuerdo con las previsiones de ventas e histórico de la organización, realizan una planificación de las compras con sus empresas proveedoras, en los que se establecen calidades, plazos de entrega, horquillas de precios, rappels y similares, así como las condiciones de pago. Esta planificación, es además revisada trimestralmente, con el objetivo de adaptar tanto la planificación como los precios, de acuerdo con las variaciones de los costes del mercado.

Los principales objetivos de este protocolo son:

- Facilitar la planificación de la producción de las empresas proveedoras y evitar, en la medida de lo posible, puntas de trabajo inesperadas.
- Establecer precios y condiciones de pago, de manera consensuada y justa.
- Potenciar las relaciones win to win, con las empresas proveedoras.
- Evitar puntas de trabajo inesperadas a las empresas proveedoras que pueden mermar la calidad de las materias primas, así como dificultar la disposición de materiales en tiempo y calidad establecidos en GLP.

De acuerdo con los procedimientos de compras establecidos, GLP trata de tener 2 a 3 proveedores por cada una de las materias primas y auxiliares que precisa. Para el resto de las compras, se trata en la medida de lo posible, obtener varias propuestas comerciales, seleccionado aquella que tiene una mayor adaptación los criterios y prioridades definidas.

Con el objetivo de realizar una gestión ética de nuestras empresas proveedoras, el código ético corporativo, establece la obligación de realizar un comportamiento ético con los mismos, la utilización de

criterios objetivos, establecer un procedimiento para evitar conflictos de interés de personal encargado de las compras y contrataciones de GLP, así como establecer un protocolo que limita la aceptación y concesión de regalos y similares. Por último, hay que destacar que todos los pagos a empresas proveedoras son realizados mediante medios informatizados.

Otros indicadores relevantes:

- "o" denuncias o sanciones en materia de corrupción, soborno o fraude con empresas proveedoras.
- "o" denuncias o sanciones por conflictos de interés en la gestión con empresas proveedoras.
- 35 días de periodo medio de pago a proveedores.
- 100% de pagos realizados mediante medios informatizados.
- "o" deuda con proveedores.

# A2.2 Promoción de la justicia y solidaridad en toda la cadena de suministro

Por la actividad de GLP el mayor riesgo en dicha materia se sitúa en los primeros eslabones de la cadena de suministro, puesto que la mayoría de las empresas proveedoras de materias primas y auxiliares son productoras.

Los requerimientos de productos certificados FSC, IFS, BRC o FSSCC 22000, los cuales tiene requerimientos ambientales y sociales, a lo largo de la cadena de custodia, evidencian el cumplimiento de estos a través de la auditoria de terceros independientes y ayudan a mantener el compromiso de gestión ética de la cadena de suministro y sus empresas proveedoras.

El establecimiento de relaciones duraderas con las empresas proveedoras, así como la prioridad de favorecer las compras de proximidad, facilita el conocimiento de la gestión que realizada por estás y deshomologar, aquellas que no tienen una comunión de valores con los establecidos en el código ético corporativo.

De acuerdo con el análisis de empresas proveedoras más significativos, el 57,14% desarrollan un modelo de negocio socialmente responsable, por lo que tienen implementadas acciones de interacción con grupos de interés, análisis de materialidad, rendición de cuentas y similares.

- El 100% del papel virgen suministrado al Grupo contiene el certificado FSC.
- 100% de proveedores de M.P. y M.A., estar certificados o son auditados de segunda parte por encargo de Cartonajes La Plana.
- 50% de los proveedores significativos tienen un sistema de gestión de grupos de interés.

#### 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

De acuerdo con lo establecido en el punto A1.1, se incluyen criterios ambientales en la homologación y valoración de las empresas proveedoras. Del mismo modo hay que destacar, la priorización de las compras de proximidad y el alto porcentaje de proveedores europeos, que reducen los costes ambientales logísticos.

Las empresas proveedoras, son un aliado estratégico, dado que permite mantener la certificación FSC mix y que los productos sean 100% reciclables.

De acuerdo con el análisis ambiental realizado, un 92,86% tiene políticas ambientales implementadas, para minimizar sus impactos ambientales, en materia de cambio climático y circularidad (preservación y conservación de los recursos naturales).

PROVEEDORES CON ÁREAS DE GESTIÓN		
ÁREAS DE GESTIÓN	%	
Circularidad	92,86%	
Cambio climático	92,86 %	

En este sentido, la mayoría de los proveedores están realizando avances en la reducción de sus impactos en materia de cambio climático y consumo de energía. Las empresas proveedoras realizan mediciones anuales que muestran sus progresos, que son publicados de forma transparente en sus memorias de sostenibilidad o documentos similares. Por otro lado, cabe destacar que las empresas proveedoras son líderes en economía circular al fabricar una materia prima proveniente de fuentes renovables (FSC, PEFC) o recicladas, y que es 100% reciclable.

Aunque por volumen de compra no tiene una importancia relevante, es importante destacar que las tintas utilizadas son en base agua, lo que reduce los impactos de los productos y favorece su reciclaje y reutilización.

La política y gestión de la calidad, tiene por objetivo garantizar unos elevados estándares de calidad y seguridad de los productos, por ello Grupo la Plana mantiene un riguroso control de las materias primas y auxiliares, que favorece la reducción de no conformidades y por ende los costes ambientales derivados de desperdicios, mermas y similares.

Por último, hay que destacar que el 100% de la energía eléctrica consumida por GLP, proviene de fuentes de energía limpias o renovables, por lo que tiene un "GDO o" de acuerdo con las verificaciones realizadas por el ministerio de España de transición ecológica y reto demográfico.

- 100% de los productos corporativos con reciclables.
- 100% de proveedores de papel tienen certificación FSC.
- 100% de la energía eléctrica utilizada con "GDO o".
- 92,86% de los proveedores significativos reducen sus impactos ambientales (cambio climático y circularidad).
- 194 no conformidades gestionadas con proveedores en 2021.

## 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 principales actuaciones para facilitar y potenciar la participación de las empresas proveedoras, ha sido descrita en el apartado A1.1, las cuales se encuadran dentro de la planificación anual de reuniones consensuadas con las empresas proveedoras, junto las revisiones trimestrales realizadas con las mismas.

Además, con el objetivo de incrementar la transparencia con todos nuestros grupos de interés, en el que se incluyen nuestras empresas proveedoras, GLP publica anualmente su Estado de Información no Financiera y trienalmente su Balance del Bien Común, el cual se muestra en reuniones con las empresas proveedoras.

Otro aspecto relevante, es el procedimiento de gestión de no conformidades con las empresas proveedoras, en virtud del cual las no conformidades son evidencias y mostradas a las empresas proveedoras se consensuan la solución de estas, tratando no solo de dar solución a la misma, sino establecer una mejora continua de los procesos que benefician a ambas partes. Dicho procedimiento de gestión de no conformidades ha sido elaborado de acuerdo con la norma ISO 9001 de gestión de la calidad implementada.

100% de informes ESG publicados.

- 4 reuniones anuales con proveedores estratégicos para planificación, negociación y revisión de condiciones.
- 194 no conformidades gestionadas con proveedores en 2021.

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

GLP no tiene una alta influencia en sus empresas proveedoras más importantes, por lo que trata de colaborar con organizaciones que comparten sus valores, exigir certificaciones en las que se evalúan aspectos sociales con requerimientos en su cadena de aprovisionamiento, así como mantener informadas a las mismas de su visión de gestión ética de su cadena de aprovisionamiento.

En dicho sentido hay que destacar qué, dentro de sus empresas proveedoras más significativas, tienen implementados sistemas de gestión de grupos de interés, certificaciones de gestión de la dignidad humana en su cadena de aprovisionamiento (Sedex-Smeta y declaración "Modern Slavery") y valoración de ratings en dicha materia (Ecovadis).

- 100% de proveedores de papel tienen certificación FSC.
- 50% de los proveedores significativos tienen un sistema de gestión de grupos de interés.
- 42.86% de empresas proveedoras significativas tiene implementados sistema de respeto y protección de Derechos Humanos y Laborales en su cadena de aprovisionamiento.

### Áreas de mejora TEMA A

Propuesta de mejoras:

- Implementar marco de integridad en la gestión de compras: política de compras responsables, código ético de empresas proveedoras y política de respeto y protección de los Derechos humanos y Laborales.
- Sistematizar la gestión y control de riesgos sociales de la cadena de suministro.
- Revisar y actualizar plan de compras.
- Formar al personal de compras y contratación en materia de Derechos Humanos.
- Integrar en un único modelo de gestión las compras de todos los centros de producción del grupo.
- Implementar encuestas satisfacción con proveedores.
- Ampliar el análisis y requerimientos a otras compras significativas o de alto riesgo.
- Implementar sistema de consulta de grupos de interés (entrevistas y encuestas).

 Evaluar la transparencia y participación democrática de proveedores principales, de forma sistematizada.

# 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 de GLP no supere el 60% del activo. Los datos del 2021 nos indican que, a pesar de las relevantes inversiones, el endeudamiento representa un 49,09% del activo, siendo el endeudamiento bancario un 29,56% del Activo.

La independencia financiera de Grupo La Plana está garantizada con un índice de autofinanciación a 31/12/2021 del 50,91% (Fondos Propios sobre Activo Total), mientras que la media del sector fue del 47,85% (dato del 2020). La evolución de este indicador desde el 2018 ha sido significativamente mejor que la media del sector, -8% frente al -16% del sector.

#### **B1.2** Financiación externa orientada al Bien Común

Desde la elaboración del último BBC apenas han variado las características y condiciones de la actividad, por lo que existen las mismas limitaciones que en su momento se apuntaron.

El capital ajeno de GLP representa el 49,09% del Activo, y está compuesto por las siguientes partidas:

FINANCIADOR	%
Deudas Bancaria	60,21%
Deudas Proveedores	34,34 %
Deudas Socios	0,45 %
Otras	5 %
Total Endeudamiento	100 %

#### **B1.3** Actitud ética de los proveedores financieros

El pool bancario no ha variado desde el último informe. Principalmente se contratan tres productos financieros con estas entidades: Préstamos, Líneas de Crédito y Líneas de descuento. Todas las entidades financieras con las que se trabaja son banca tradicional, y aunque la mayoría ofrece productos financieros éticos, estos representan una parte muy pequeña de su actividad.

La sustitución total por entidades financieras éticas es actualmente poco probable debido a que existen en el mercado financiero pocas entidades que puedan satisfacer las necesidades y, a la vez, cumplir con los requisitos de entidades alineadas con principios de EBC. No obstante, se mantienen conversaciones con Triodos Bank y otras entidades éticas para encontrar la manera de que en el futuro se pueda 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 2021 el beneficio ascendió a 4.032 miles euros. Desde 2018 no se ha realizado reparto de dividendos, el resultado neto obtenido ha sido aportado a Reservas en su totalidad.

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

Los Gastos Estratégicos del 2021 y la previsión para el 2022 se refleja en la siguiente tabla:

Gastos	2021	2022
Otros Aprovisionamientos	66,59 %	59,07 %
Otros Gastos de Explotación	13,56 %	17,80 %
Amortización	14,53%	16,80 %
Gastos de personal	5,32 %	6,33 %
Total Gastos	100 %	100 %

Las Inversiones llevadas a cabo en 2021 (altas de activos fijos) ascienden a 4.071.532€. Desde 2018 se han adquirido nuevas plantas de producción.

#### B2.2 Aspecto negativo: repartición injusta de los recursos financieros

Durante el 2021 no se ha deslocalizado la producción.

Desde 2018 no se han repartido dividendos, no obstante, sólo 2 de los 9 accionistas del grupo no trabajan en la empresa.

# 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. Las Inversiones llevadas a cabo en 2021 corresponden en su mayoría a la sustitución de maquinaria para mejorar la seguridad y eficiencia de los procesos de fabricación. La nueva maquinaria mejora el 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% de las inversiones realizadas en 2021 incluye alguna mejora en el impacto medioambiental y/o social.

#### **B3.2 Inversiones orientadas al Bien Común**

Desde la realización del último balance (2018) no se ha realizado ninguna Inversión Financiera, año en el que se redactó 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 gobernanza)".

### B3.3 Aspecto negativo: dependencia de recursos perjudiciales para el medio ambiente

GLP emplea recursos que son considerados perjudiciales para el medioambiente, como son el Gasoil y el Gas Natural, representando un 0,14% y 0,66% del gasto, respectivamente.

Indicadores	2018	2019	2020	2021
% Gasto Gas	0,80 %	0,53 %	0,67%	0,66 %
% Gasto Gasóleo	0,20 %	0,18	0,15 %	0,14 %
Kg Gasóleo / m² producido (*)	0,95	0,9	0,82	0,57
KWH Gas / m² producido (*)	179,34	162,36	174	176

#### **B4 Propiedad 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 en el que están representadas todas las personas accionistas junto algunos directivos de la compañía. Todas las decisiones relevantes suelen ser adoptadas por unanimidad y previamente informadas al consejo de familia. Esta figura es que 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

No Aplica

### Áreas de mejora TEMA B

Propuesta de mejora:

- Sistematizar e integrar el seguimiento de indicadores y planes de mejora del BBC de forma continua.
- Sistematizar el análisis medioambiental/social de las inversiones en activos, cuantificando sus mejoras para la toma de decisiones.
- Tras realizar el estudio de instalación de equipos de generación de energía solar en la planta de Onda (ya se ha iniciado su instalación), abordar el estudio de las plantas de Betxí y Cenicero.
- 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

Grupo la Plana tiene claro que las personas son el centro de la cultura organizacional, lo que se refleja en la misión, visión y valores de la organización. Desde 2018 se realizan estudios anuales de clima laboral a partir de los cuales se han establecido equipos de trabajo para recoger e implementar algunas propuestas de mejora que incrementen la cultura organizacional centrada en las personas.

Los conflictos se abordan dentro de cada departamento, trabajándolos con la persona jerárquicamente responsable. Si es necesario, se apoya el procedimiento desde el departamento de Personas y Valores. Si hay alguna queja relativa al Plan de Igualdad se tramita en la comisión mixta de seguimiento, tal y como fija el propio plan. Solo en casos graves (por ejemplo, temas de prevención de riesgos laborales o incumplimientos de normativa alimentaria) se plantea llegar a imponer sanciones de acuerdo en lo estipulado en el convenio colectivo.

En cuanto a la organización del trabajo, se fomenta que cada persona trabaje de la manera más autónoma posible. Existe una descripción de las funciones que engloba cada puesto de trabajo. En la actualidad dichas descripciones están en revisión para tener una versión actualizada de las mismas. Una vez actualizadas, se entregarán a cada persona empleada el detalle de sus funciones para que tenga la información correcta. Además, los objetivos personales influyen en una parte variable del salario que percibe cada persona.

Los principales datos de este apartado en 2021 han sido los siguientes: Tasa de rotación de personal del 14%; Antigüedad media de 15 años; Tasa de satisfacción en la encuesta de clima laboral 5,81/10. Horas de formación impartidas: 1.203.

#### C1.2 Promoción de la salud y seguridad en el trabajo

Grupo la Plana tiene implementado un sistema de mejora continua en materia de prevención de riesgos laborales que recoge todas las mejoras que se van planteando y su seguimiento hasta que se implantan. Además, cada puesto de trabajo cuenta con su evaluación de riesgos con la graduación de los mismo.

Para intentar minimizar el número de accidentes laborales, se ha vinculado una parte del salario variable que perciben las personas empleadas al número de accidentes ocurridos.

Principales indicadores: Tasa de días de baja por enfermedad 4%. Cantidad de accidentes de trabajo 27. Horas de formación en prevención de riesgos laborales: 307.

#### C1.3 Diversidad e igualdad de oportunidades

En Grupo la Plana se trabaja por ser una empresa con igualdad de oportunidades para todas las personas, sin importar sus características personales. El grupo tiene implantadas varias medidas que fomentan la contratación de mujeres para equilibrar el porcentaje de personas empleadas por género. Estas medidas ya dan sus frutos puesto que el porcentaje de mujeres en la plantilla está mejorando, aunque aún queda camino por recorrer.

Las plantas de Betxí, Onda y Cenicero cuentan con plan de igualdad firmado y registrado, y están en proceso de implantación las plantas de Pinto e Igualada.

Actualmente no existe ningún colectivo que esté identificado como en riesgo de discriminación.

Principales indicadores: 26% de la plantilla son mujeres. El 38% de las incorporaciones en 2021 fueron mujeres (el 62% hombres). 56 bajas por maternidad y 7 por paternidad.

#### C1.4 Aspecto negativo: condiciones de trabajo indignas

En Grupo la Plana no hay personas contratadas que tengan unas condiciones de trabajo indignas. De hecho, en 2021 no ha habido ninguna queja por condiciones de trabajo.

GLP tiene un alto compromiso con el cumplimiento de la normativa en tema de respeto del descanso llegando a suspender turnos de trabajo si es necesario para que ninguna persona empleada haga más horas ni menos descansos de los estipulados.

Durante el ejercicio 2021, se han recibido 5 reclamaciones judiciales. Ninguna de ellas, ha sido por condiciones laborales indignas.

#### C2 Características de los contratos de trabajo

#### C2.1 Remuneración

La organización trabaja con un sistema de retribuciones que, para el personal directo de producción, está basado en lo que marca el convenio colectivo con mejoras sustanciales. Cada puesto de trabajo tiene una banda salarial máxima y mínima que se adapta a cada persona para determinar su salario. Ninguna persona empleada en Grupo la Plana tiene un salario indigno acorde con el coste de la vida de la región en la que viven.

De momento las personas empleadas no pueden participar en la fijación de su salario.

Principales indicadores: Remuneración más alta contra la más baja: 17,72 aunque con condiciones diferentes (personal de alta dirección con contrato en el régimen general asimilado que tiene menor protección social). El 100% del personal tiene un salario superior al salario mínimo vital.

#### **C2.2** Horario laboral

La jornada semanal en Grupo la Plana es de 38,75 horas. Las personas que trabajan en producción tienen unos horarios fijos en función de los turnos de trabajo, aunque se permiten cambios entre las personas que trabajan en la misma sección, pero van a un turno diferente, lo que supone cierta flexibilidad. El resto de personal tiene flexibilidad para determinar su horario dentro de unos parámetros fijos (margen para fijar la entrada, la salida y la pausa para comer entre unas bandas fijadas por la organización).

La empresa registra todas las horas que hace el personal laboral. En puesto de trabajo presenciales con ficheros tradicionales y, en caso de teletrabajo, mediante una aplicación informática.

Cuando, por circunstancias de la producción, hay que trabajar en sábado se realiza una distribución irregular de la jornada utilizando el sábado por la mañana y dando descanso entre semana. De manera muy puntual se puede trabajar algún sábado por la tarde, que se consideraría horas extraordinarias y se remunerarían con un plus del 50%. Nunca se realizan horas extraordinarias en domingo. En ningún caso una persona empleada supera las 80 horas extraordinarias al año. Solo se realizan horas extraordinarias cuando no hay más remedio para cumplir una fecha de entrega pactada con una empresa cliente.

Principales indicadores: Horas extras en 2021 han ascendido a un total de 7.210.

#### C2.3 Condiciones de trabajo y en la conciliación

GLP trabaja con contratos indefinidos, eventuales y a tiempo parcial (que son los mínimos).

Cuando una persona pide adaptar su horario por sus circunstancias personales se le concede, aunque trabaje en producción, siempre que sea posible organizar al resto de personal. Lo normal es que a nadie se le deniegue una petición de adaptación horaria.

Principales indicadores: Reparto de contratos por tipo. Contratos indefinidos (80 %); contratos eventuales (20%) y contratos a tiempo parcial (0,7 %).

#### C2.4 Aspecto negativo: contratos de trabajo injustos

En Grupo la Plana nunca se cubre un puesto de trabajo concatenando a varias personas con contrato eventual. Si la persona se adapta al puesto de trabajo se le ofrece un trabajo indefinido (que es el que tiene el 80% de la plantilla).

Todo el mundo percibe un salario por su trabajo, incluso las personas que están estudiando y tienen un contrato en prácticas o están becadas.

En GLP el salario medio que perciben hombres y mujeres en cada categoría profesional son muy similares (la diferencia ronda el 1%).

# C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas

#### C3.1 Alimentación durante la jornada laboral

En todos los centros de trabajo existen comedores equipados para que las personas empleadas puedan llevarse la comida desde casa. Además, existen máquinas de "vending" con productos industriales.

Se ha mandado una comunicación a los restaurantes cercanos a la planta de Bextí, a los que suelen acudir a comer las personas empleadas en esa planta, con indicaciones sobre alimentación saludable.

La empresa está concienciada con la alimentación saludable y se han tomado medidas al respecto (como la comunicación a los restaurantes de Betxí), no obstante, no tiene una política por escrito sobre alimentación saludable.

Hay un proyecto en marcha, juntamente con la empresa de vending, para mejorar el impacto medioambiental de los productos que incluyen las máquinas.

#### C3.2 Movilidad sostenible al puesto de trabajo

La planta de Betxí cuenta con un plan de movilidad sostenible. En el resto de las plantas del grupo estos planes están en desarrollo. Fruto de este plan, el 33% de las personas empleadas de la planta de Betxí se desplazan al trabajo de forma sostenible.

## C3.3 Cultura organizacional sostenible y sensibilización con el medio ambiente

Grupo La Plana está altamente concienciada con el cuidado del medioambiente y fomenta el comportamiento responsable de las personas empleadas. Algunas medidas tomadas para favorecer el comportamiento medioambientalmente responsable del personal laboral han sido la instalación de contenedores de reciclaje en todas las instalaciones del grupo y la instalación de fuentes de agua para reducir el consumo de plástico de las botellas individuales.

# C3.4 Aspecto negativo: promoción y tolerancia frente a la actitud medioambiental irresponsable

En la empresa hay máquinas de "vending" con los productos envueltos en plásticos innecesarios. En la actualidad se está trabajando junto con la empresa proveedora de vending, para eliminar dichos plásticos innecesarios.

# C4 Transparencia y participación democrática interna

#### **C4.1 Transparencia interna**

La información fluye de manera constante hacía el personal laboral a través de la app de comunicación interna, el portal del empleado y a través de las personas responsables de cada departamento.

Además, anualmente se hace una presentación de resultados a todas las personas empleadas del grupo en el que se cuentan principales datos económico-financieros, inversiones, etc.

Las incorporaciones de personal se comunican a la representación del personal laboral y a todo el personal. Los despidos se comunican a la representación del personal laboral.

#### C4.2 Legitimación de la dirección

La selección del equipo directivo se realiza sin la participación del personal laboral, excepto de las personas que deben participar en el proceso de selección por su cargo.

Se realiza una evaluación 360° al personal de dirección. En estos momentos está en desarrollo el plan de acción para mejorar los resultados obtenidos.

#### C4.3 Participación de las personas empleadas en la toma de decisiones

En la organización, la toma de decisiones es jerárquica. El personal participa en la fijación de su propio horario de trabajo (dentro de los márgenes que propone la empresa).

El personal laboral participa a través de diferentes comités en diferentes aspectos estratégicos de la organización como la igualdad de oportunidades, seguridad y salud laboral y el comité de empresa. Además, el personal puede proponer cambios (fijos o puntuales) que siempre son estudiados por la empresa.

#### C4.4 Aspecto negativo: impedimento del comité de empresa

GLP no pone ningún impedimento a la existencia de comités de empresa o de representación del personal laboral. En todas las empresas del grupo existe la figura que marca la ley en función del número de personas empleadas.

### Áreas de mejora TEMA C

Propuesta de mejora:

- Reducir la tasa de rotación de personal laboral.
- Incrementar la tasa de satisfacción del personal laboral en la encuesta de clima laboral.
- Reducir el número de accidentes y el número de días de baja.
- Finalizar la implantación del Plan de Igualdad de PLV.
- Incluir dentro del plan de formación de la empresa acciones sobre la gestión eficiente del tiempo.
- Elaborar una política de alimentación saludable por escrito.

- Hacer difusión entre el personal laboral de hábitos de alimentación saludable.
- Ampliar la publicación de información para que el personal laboral pueda acceder a la mayoría de los datos fundamentales de manera fácil.

#### D1 Actitud ética con los clientes

Desde 2019 hasta la fecha de la redacción de este nuevo balance, Grupo La Plana ha avanzado considerablemente en su actitud ética con la clientela, tanto la histórica como con la potencial. Gracias al plan de mejora anterior, ha sido posible crear el departamento de atención al cliente y el área de investigación y desarrollo. Dichas áreas están permitiendo llevar a cabo una relación transparente, horizontal y honesta con la clientela, facilitando las relaciones justas y la retroalimentación continua.

La recién creada área de atención al cliente trabaja la comunicación clara y directa con la clientela, tanto para llevar a cabo las comunicaciones corrientes, como para solventar reclamaciones y/o quejas. Para facilitar esta tarea, se han desarrollado dos herramientas que se aplican en las 5 compañías del grupo; la primera es un formulario de "no conformidad" tanto para reclamaciones como para devoluciones en el cual la empresa cliente puede explicar de forma detallada el descontento o el problema incurrido a la hora de recibir el pedido y la segunda herramienta es el protocolo OTIF (on time in full), un informe a nivel gerencial sobre estadísticas de satisfacción y entrega a tiempo para facilitar la mejora continua hacia la clientela.

La actitud hacia los clientes se guía principalmente por el Protocolo Familiar y por el Código Ético, ambos acordados y firmados por el Consejo de Familia, en el que destaca la gestión de la confidencialidad, prevención de los conflictos de interés y una estricta política de no aceptación de regalos, favores comerciales y/o incentivos para evitar cualquier tipo de soborno o corrupción.



#### D1.1 Comunicación transparente con los clientes

En Grupo La Plana los principios y valores guían la relación con los clientes. Se considera prioritario alinearse con sus intereses y necesidades, generando una relación de confianza basada en la transparencia y el trato directo y no discriminatorio.

Los productos corporativos se fabrican específicamente para cada cliente, para lo cual se desarrollan prácticas de diálogo y de atención de expectativas, ofreciendo asesoramiento y apoyo técnico, con el fin de incorporar sus ideas y deseos en el desarrollo de soluciones y entregar productos de máxima calidad, que cubran sus necesidades y legítimos intereses a la vez que se respetan los del resto de grupos de interés.

Asimismo, se llevan cabo acciones de mejora continua del servicio que se presta a los clientes, con el objetivo de mejorar su experiencia pre y post-venta, aportando calidad, innovación y desarrollo tecnológico.

En el caso, en el que algún cliente muestre de manera reiterada un comportamiento carente de respeto hacia las personas o sus derechos o una manifiesta falta de ética, Grupo La Plana suspenderá sus relaciones comerciales o de negocio.

Dado que Grupo La Plana mantiene su compromiso de hacer negocios de forma justa, honesta, legal, transparente y ética, se han establecido en un apartado específico del Código Ético, en el que se establecen una serie de directrices que guían el comportamiento del personal en sus interacciones con los clientes en relación con la aceptación o solicitud de regalos y favores comerciales.





Grupo La Planta tiene establecidos dos caneles de venta:

- Mediante TENDERS: oferta abierta realizada por el posible cliente en la que éste marca los parámetros a cumplir. En un principio, para participar se solicita información de la empresa: capacidades técnicas, maquinaria, capacidad productiva, estados financieros, etc. En caso de cumplimiento de los requerimientos establecidos y aceptación de la oferta económica, se inicia la relación comercial.
- Mediante puerta fría: contactos comerciales, proyectos de innovación o mejora en diversos aspectos del producto.

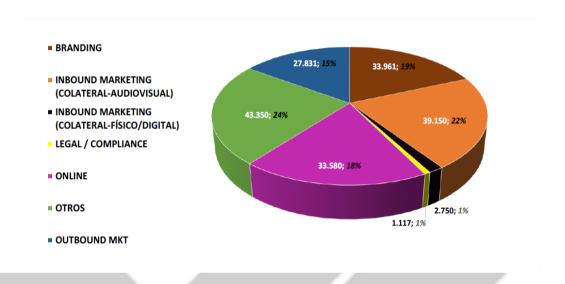
Con la clientela fidelizada, se mantiene una relación cercana y de confianza mutua, en la cual la transparencia y el respeto son los valores diferenciales de GLP. En cuanto a los clientes potenciales, gracias al departamento de I+D+i, se realiza comunicación individualizada y especializada, co-creando también prototipos de productos sin compromiso de venta.

El departamento comercial ha definido un procedimiento de gestión de pedido urgentes, por el que un responsable comercial puede priorizar hasta un 10% de la producción diaria. Por otro lado, el departamento de calidad trabaja de forma coordinada con el de atención al cliente las no conformidades de la clientela, mediante reportes semanales, estableciéndose objetivos de mejora continua.

En cuanto a los objetivos comerciales, el salario variable de la fuerza de ventas es del 20% y se divide en objetivos de ventas (5%), objetivos de calidad (5%) y una variable de beneficio de la empresa (10%).

Respecto a la comunicación, entendida como campañas publicitarias y acciones de marketing y merchandising, si bien es cierto que se ha creado el área de marketing y ampliado considerablemente el presupuesto en publicidad, ésta sigue cumpliendo con lo estipulado en el Código Ético, respetando los valores familiares, potenciando la venta ética y la comunicación transparente sin artificios, falsedades o publicidad engañosa.

#### **INVERSIÓN / CATEGORÍAS PRINCIPALES**



El presupuesto de marketing, ventas y publicidad: gastos de acciones y campañas para el 2021 asciende a un total de 181.739 euros.

#### **D1.2** Accesibilidad

Grupo La Plana trabaja constantemente para facilitar la accesibilidad para sus clientes; entendida como acceso a la información, facilidad de gestiones y accesibilidad financiera.

El acceso a la información se garantiza gracias a la renovación y actualización de su web y canales digitales que presentan una interfaz simple y clara, además de contar con toda la información actualizada sobre el grupo empresarial y reuniones presenciales y semanales para cada cliente con su respectivo comercial.

Las gestiones son ágiles y prácticas, gracias a la coordinación entre los departamentos de calidad, atención al cliente y comercial.

Finalmente, en cuanto a la accesibilidad financiera de GLP, es importante destacar las numerosas acciones llevadas a cabo durante estos años afectados por la pandemia de la Covid-19. En todas las

filiales se ha tratado de colaborar con entidades y empresas locales en acciones solidarias para los colectivos más afectados por la crisis y en el específico se han ampliado las ayudas individualizadas a la clientela que más lo ha precisado.

Grupo La Plana cuenta con el apoyo de un seguro (COFASE) pero además tiene un Comité de Riesgos que se reúne cada semana para estudiar y conceder un riesgo adicional a las empresas clientes que lo precisen y que el seguro no pueda/quiera cubrir. Con esta práctica, incrementamos la capacidad de ayudar a las empresas que solicitan ampliar plazos de pago o crear financiaciones para poder aplicar sus planes de consolidación o para poder empezar a comercializar sus productos. Grupo La Plana también adapta los periodos de cobro de forma individualizada para facilitar a los clientes las gestiones internas y aliviar las cargas a sus tesorerías.

El total de la facturación a clientes con dificultades económicas y riesgo asumido completamente por el grupo entre 2019 y 2021, ha supuesto casi un 30% del total de los clientes financiados.

GLP no tiene clientes que provienen de grupos vulnerables.

Cuota de clientes financiados						
Riesgo	Nº Clientes	% Nº clientes	% Ventas			
Riesgo con seguro externo	924	80,10 %	71,70 %			
Sin seguro externo	229	19,90 %	28,30 %			
Total general	1.153	100 %	100 %			

### D1.3 Aspecto negativo: publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas

Grupo La Plana no realiza publicidad o marketing engañoso y/o intrusivo.

# D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones

#### D2.1 Cooperación con otras organizaciones

Grupo La Plana es parte activa de la Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado (AFCO); lidera las acciones de cooperación y colaboración de la asociación gracias a su participación en la Junta Directiva y en el Comité Técnico dedicado a UNIQ, sello de calidad de cartón agrícola.



#### Dedicación AFCO entre 2019 y 2021:

- Calidad Comité Técnico UNIQ: 106 horas
- Recursos Humanos: 45 horas
- Dirección: 60 horas.

#### D2.2 Solidaridad con otras organizaciones

Grupo La Plana actúa de manera solidaria y desinteresada con otras organizaciones a través de su plan de voluntariado (véase detalle en E2). En concreto, en 2020 dos personas empleadas se han beneficiado de este plan y han realizado voluntariado empresarial en Cáritas de La Villavella y en Cruz Roja de Onda.

En cuanto a la solidaridad con empresas del mismo sector; a día de hoy se llevan a cabo colaboraciones o facilitado el contacto de empresas del sector a clientes cuando no puede satisfacer sus demandas, sobre todo cuando hay peticiones de productos específicos que se trabajan.

# D2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a otras organizaciones

Grupo La Plana no perjudica, impone bloqueos o daña a ninguna otra organización del sector o no. Contemplar ser líder del mercado para el Grupo significa ser empresa líder en ética y transparencia.

GLP no emite juicios de valores ni comparaciones con otras empresas, no trabaja con estrategias de dumping, no trabaja con acuerdos secretos, ni estrategias de maximización de beneficios y tampoco trabaja con patentes exclusivas para perjudicar a otras entidades.

Grupo La Plana garantiza todos estos aspectos con su Código Ético y con la supervisión y control llevada a cabo por el Comité de Ética.

# 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)

En la mayor parte de los centros se evalúa el impacto ambiental de la producción y constantemente se trabaja en pro de aportar soluciones eficientes a los clientes, lo que permite garantizar una optimización de materias primas, fomentar el ecodiseño de los productos, producir de forma más eficiente y reducir el impacto ambiental durante el uso y reciclaje de los productos por parte del consumidor.

La evaluación de los aspectos ambientales en las plantas de Betxí, Onda y Cenicero es posible gracias a la implantación y certificación de un sistema de gestión medioambiental basado en la norma internacional ISO 14001:2015. Su integración en estos centros permite evaluar los aspectos ambientales clave de todo el proceso productivo y mejorar el desempeño ambiental año tras año.

Además, se aplica una política de preferencia de uso de materiales no peligrosos (por ejemplo, mediante la optimización de materiales, la utilización de tintas menos contaminantes...), se ha implementado un proyecto de gestión sostenible y valorización de residuos, se han integrado sistemas de reducción del consumo de agua y correcto tratamiento del agua residual, medición del ruido generado en las instalaciones y calculo la huella de carbono en la mayor parte de las instalaciones estableciendo mecanismos de mitigación para su reducción.

A pesar de ello, este sistema de seguimiento y control de los impactos ambientales se aplica a tres de las cinco sedes del Grupo, por lo que a partir de 2022 se implantará en las nuevas sedes. Adicionalmente, se prevé iniciar con la certificación ISO 14006 sobre gestión del ecodiseño. Gracias a esta certificación, en Grupo la Plana integrará mecanismos concretos para la identificación de los impactos ambientales producidos en todas las fases del ciclo de vida de los productos, con el fin de reducirlos al mínimo y garantizar una economía circular en todas las fases.

#### D3.2 Uso moderado de productos y servicios (Suficiencia)

La suficiencia es un aspecto consolidado en la organización. Se proporciona a los clientes todas las especificaciones técnicas necesarias para un uso óptimo del producto lo que implica menores pérdidas en los procesos de producción, uso y consumo. Por otra parte, se realizan 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.

Como se ha comentado en apartados anteriores, GLP participa en el proyecto UNIQ, Sello de Calidad Agrícola, que aúna los mejores conocimientos técnicos del sector del cartón ondulado. El embalaje UNIQ está caracterizado por una fabricación de calidad, por la innovación, la adaptabilidad y la sostenibilidad. El papel con el que se fabrican estos embalajes dispone del sello FSC de gestión forestal sostenible.



En 2021 el Grupo adquirió Primera Línea Visual (PLV), una empresa de diseño y fabricación de soluciones de publicidad en puntos de venta que utiliza diferentes materiales muy diversos al cartón ondulado: metacrilato, madera, etc. Por ello, el objetivo a corto plazo es integrar las políticas de suficiencia también en las nuevas sedes, para garantizar un consumo responsable de todos los productos.

Hay que destacar que desde 2020, existe en la empresa un área de marketing y comunicación que trabaja de forma coordinada para proporcionar una mayor información a los clientes, tanto de los productos fabricados como de las posibilidades de uso y consumo más sostenibles. Gracias a este nuevo departamento, la información al consumidor se amplía y se garantiza, por tanto, un uso y consumo más responsable por parte del consumidor final.

# D3.3 Aspecto negativo: tolerancia frente al impacto medioambiental desproporcionado y consciente

El Código Ético recoge por escrito entre otros, aspectos relacionados con el impacto ambiental del producto a lo largo de toda la cadena de valor. Por ello, no se tolera la venta poco ética que ofrezca al consumidor un producto innecesario, así como una política de precios que favorezca sistemas de incentivos basados en ventas o la obsolescencia programada del producto.

# 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 conjuntamente, aunque ofrecemos también productos estandarizados como en el caso de la industria cerámica, hortofrutícola y la 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 cuyos resultados se evalúan e integran en la toma de decisiones.

Recientemente se ha creado el departamento de administración comercial, un área clave que pone en contacto directo al cliente con los profesionales del diseño y que consigue afinar más sus exigencias en cuanto a las necesidades de diseño, prestaciones y especificaciones sin pasar por intermediarios. Este nuevo departamento ha mejorado notablemente la información proporcionada a todos los clientes y ha permitido agilizar el proceso de diseño, mejorando su satisfacción y agilizando los tiempos de desarrollo y entrega.

El carácter innovador de Grupo La Plana le permite avanzar en el desarrollo continuo de nuevos diseños y productos propuestos a sus clientes, y por ello se realizan en muchas ocasiones diseños 100 % personalizados. El 100% de innovaciones de producto realizadas con clientes, han aportado mejoras sociales o ambientales, al mismo.

#### **D4.2 Transparencia de producto**

En la ficha técnica de cada producto quedan reflejadas todas las especificaciones referentes a su uso y composición. Esta información es facilitada a todos los clientes que lo solicitan.

Existe una estrategia de comunicación de precios de acuerdo con la tipología de cliente, aunque no se realiza ninguna publicación en general de estos ni de sus diferentes componentes, únicamente a los clientes que así lo solicitan para poder suministrarles (TENDERS). Con la nueva área de administración comercial la información del producto de cara al cliente se ha ampliado de forma exitosa. Cabe destacar que todavía trabajamos en mejorar la digitalización del proceso en lo que respecta a la prestación online de servicios a los clientes. Esto es una tarea pendiente que se abarcará a partir de 2023.

Cabe indicar que los 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.

Siguiendo con las necesidades contempladas en el anterior balance, en esta materia se deben establecer procedimientos de control sobre los impactos sociales y ambientales de los servicios externalizados que se realizan, los cuales llevan a suponer alrededor de un 3% de la facturación.

#### 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, obliga a Grupo La Plana a proporcionar información transparente y veraz de sus productos a los clientes.

### Áreas de mejora TEMA D

Los objetivos y áreas de mejora definidos son:

- Elaborar un Plan de marketing narrativo para fomentar la comunicación y transparencia tanto interna como externa y alinearlo al Código Ético ya existente.
- Creación de una APP o de un portal online para que el cliente se pueda comunicar de forma inmediata y sistematizada con el departamento de atención al cliente y con cada filial.
- Crear una estrategia de comunicación externa.
- Investigar la posible colaboración en proyectos sociales con otras empresas del sector fuera del abanico de AFCO.
- Ampliar la integración del sistema de gestión medioambiental basado en la norma internacional ISO 14001:2015 a todas las sedes del Grupo.
- Obtener la certificar ISO 14006 sobre Ecodiseño.
- Integrar las políticas de suficiencia también en las nuevas sedes, para garantizar un consumo responsable de todos nuestros productos.
- Creación de un procedimiento para el establecimiento de alianzas estratégicas con agentes de interés del sector.
- Certificar con ISO 9001 a PLV y nuevas sedes (seguir mejorando los resultados de las encuestas de satisfacción y el trato al cliente).
- Más información y control en los centros de montaje externalizados.
- Diseñar e implementar la nueva estrategia de comunicación en materia de RSC, mediante la colaboración de los departamentos de Sostenibilidad y Comunicación.
- Digitalización como punto clave para el conocimiento de la información online por parte de nuestros clientes. Que el cliente sepa dónde está su pedido, las últimas cajas en stock o que pueda previsualizar el diseño escogido y validarlo de forma remota, aumentando la fiabilidad del producto, son algunas de las prestaciones disponibles por los sistemas digitales. Esta tarea se está llevando a cabo desde el área de desarrollo de producto.
- Crear un portal de entregas.

- En PLV, trabajar en plan de transparencia y comunicación de la información de producto pues es una cuestión clave en el sector.
- En la nueva web, ampliar la información ambiental de los procesos pues actualmente no está redactada, aunque sí se muestran las líneas estratégicas clave: residuo cero, movilidad, etc.

# 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

Grupo La Plana sen esfuerza cada día más para mejorar la calidad de vida de las personas, tanto de las que tienen una relación con nuestras cinco plantas de producción, como con la sociedad en general. Como fabricantes garantizamos e innovamos para que los productos sean sostenibles y supongan la mejor calidad posible, el sistema de producción es totalmente automatizado para evitar riesgos de contaminación y de accidentes para las personas empleadas; de la misma forma contamos con una red propia de logística con flota de vehículos para garantizar las mejores condiciones de trabajo de las personas transportistas y el mínimo impacto ambiental y social.

Los productos principales están vinculados con el packaging y si bien, directamente no cubren necesidades básicas, sí lo hacen de forma indirecta. Se ha desarrollado un centro de innovación (InnLab) en el cual se trabaja mejora continua de los productos y ofrecer un espacio de aprendizaje para contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas. Gracias a la apuesta hacia la I+D+i, minimizamos los impactos negativos sociales y ambientales vinculados con los embalajes.

Un claro ejemplo de innovación social/ambiental, son los proyectos EcoBox y BaginBox. El primero está enfocado en la creación de grandes embalajes funcionales que minimizan el espacio a la hora del transporte y facilitan la descarga manual y el BaginBox es una nueva propuesta de envase de cartón para reducir y sustituir el plástico, gracias a la cual se reduce hasta un 60% la necesidad de este último, creando contenedores más sostenibles y prácticos.

EcoBox Bag in Box









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 impacto social que generan los productos es muy alto; se trabaja en 5 centros de producción distribuidos en España, aportando trabajo de calidad, fortaleciendo las comunidades locales y la regeneración del planeta. Además, el tipo principal de satisfactor es sinérgico ya que, por ejemplo, el packaging es 100% reciclable y en ocasiones reutilizable.

En el específico, de cara al impacto social de los productos podemos ver cómo la labor de GLP está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030:





- Damos empleo a más de 500 personas
- Colaboramos con 35 ONG's, entidades sociales y municipios tanto con aportaciones económicas como con la participación activa de nuestras personas empleadas, gracias a nuestro plan de voluntariado.
- Entre 2020 y 2021 hemos donado 53.582 uds. entre cajas, planchas y platós a 23 entidades sociales



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



- El packaging es higiénico y no es tóxico.
- 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.
- A través de la Fundació Novessendes, apoyamos un proyecto de educación para una ciudadanía global en varios centros educativos de la Comunitat Valenciana



 Tenemos un Plan de Igualdad que garantiza el trato igualitario a todo el personal, implementado en nuestras 4 filiales y en negociación en PLV, nuestra nueva incorporación al grupo.



- En la planta de Onda hemos reducido un 82% el consumo de agua gracias al proyecto "Vertido Caro"
- 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, aprovechando el calor generado para producir el vapor necesario en el proceso de ondulado del cartón
- 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.
- Fomentamos el desarrollo local en los municipios en los que se encuentran nuestras filiales, gracias a acuerdos y colaboraciones con las entidades del tejido local y con los ayuntamientos.



- Colaboramos con numerosas asociaciones y colectivos del sector para avanzar juntos hacia el desarrollo de productos más sostenibles e innovadores.
- Hemos creado InnLab, centro de I+D.



 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.



 Nuestro producto procede de producción sostenible (FSC) y además puede reciclarse por lo que promueve el consumo responsable y favorece la economía circular.



- 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 Betxí.
- En nuestra filial PLV creamos soluciones innovadoras como la línea The Carton Home; muebles de cartón de alta calidad y modernos diseños, pensados en primer lugar para gamers.



 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



 Utilizamos cartón de producción sostenible con etiqueta FSC para evitar la sobreexplotación de los recursos naturales y la alteración de los ecosistemas terrestres.



- 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.
- Contamos un Código Ético y con la implantación de un Canal Ético interno y de un Comité de Ética para velar el cumplimiento y uso de estos.



 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.

#### Indicadores:

- Tipo de satisfactores: 26,34% satisfactores sinérgicos. 68,06% satisfactores singulares.
- Cobertura de necesidades: 100% necesidades básicas.
- Sirven al desarrollo: 99% de las personas.

#### E1.2 Impacto social de los productos y servicios

El Grupo La Plana, es la primera entidad del sector de la fabricación de envases y embalajes de cartón ondulado y compacto en España en estar certificada y auditada en Economía del Bien Común. Desde su fundación en 1973, trabaja para dejar una huella positiva la sociedad.

Al margen de los impactos sociales de los productos y soluciones aportadas por el Grupo, indicadas en el apartado anterior, su identidad corporativa hace que la organización, trate de ser un generador de bienestar, en especial en los grupos de interés que están relacionados directa o indirectamente en su cadena de valor.

Las cinco compañías del grupo fortalecen las comunidades tanto en la esfera privada como en la laboral; empleando personas, facilitando recursos y apoyando proyectos sociales bajo petición de estas.

Durante la pandemia causada por la COVID19, se ha colaborado con los municipios en los que se encuentran las plantas de producción para poner en marcha acciones de apoyo económico para la población más vulnerable; un ejemplo han sido las acciones que se han llevado a cabo con el Ayuntamiento de Cenicero donde se encuentra uno de los centros, en el que se ha llevado a cabo acciones sociales para personas en riesgo de exclusión social. Además, en los municipios de Betxí y Onda, se ha empleado el dinero destinado a las cenas de empresa que se suspendieron debido a la pandemia, en crear vales descuento para las personas empleadas a utilizar en los comercios locales gracias a un plan social creado y fomentado por el mismo Grupo La Plana.

Para garantizar un impacto social positivo en la sociedad, se cuenta con el Código Ético corporativo que ha sido actualizado y mejorado en 2021. Este proyecto cuenta con dos herramientas para su funcionamiento: un canal ético interno para las personas empleadas y un Comité de gestión y control.



El Código Ético ha sido fruto de los valores, inquietudes y voluntad de la familia fundadora del Grupo y la implantación del Canal Ético se ha realizado en dos fases; una primera de difusión interna y una segunda (prevista en 2022) que implica la difusión a los principales stakeholders del grupo, incluyendo al entorno social inherente a las localidades en las cuales se ubican las plantas de producción.

La iniciativa de actualización y modificación del Código Ético surgió en el Consejo de Familia y a partir de ese punto, se puso en marcha una comisión interna para hacer más operativo el trabajo.



# Introducción 1 Misión, visión y valores 2 Ambito de aplicación 4 Grupo La Plana y el Bien Común 5 Cumplimiento de la legalidad 6 Condiciones y relaciones laborales 7 Conflidencialidad 10 Conflicto de intereses 11 Favores comerciales y regalos 12 Relaciones institucionales con partidos políticos y confesiones religiosas 13 Uso de los Sistemas de Información 14 Nuestro compromiso con los clientes 16 Relación con los proveedores 17 Canal Ético 18 Control del cumplimiento 19 Comité de Ética 20 Vigencia y actualización 21

GLP trabaja la cooperación entre las empresas del sector, a través de AFCO (Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado) en proyectos sociales promovidos por las empresas integrantes de la Asociación.

Además, Grupo La Plana promueve y participa en acciones y proyectos sociales gracias a las aportaciones económicas como las donaciones en especie, que realiza a diferentes entidades del territorio nacional; contabilizando desde 2019 unas 80 colaboraciones con 44 entidades distintas por un valor total de 17.175,27 euros de aportaciones valorizadas en especie y 379.955 euros en donaciones monetarias y mecenazgos.

#### Indicadores:

 100% de los productos, son soluciones sostenibles de envase y embalaje, al ser realizados con materias primas y auxiliares sostenibles.

## E1.3 Aspecto negativo: productos y servicios que vulneran la dignidad humana

1,33% de los clientes del Grupo, producen y/o difunden productos con impacto negativo (producción de agroquímicos). A ser un impacto negativo indirecto, se les ha descontado – 50 puntos.

#### E2 Contribución a la comunidad

#### **E2.1** Impuestos y prestaciones sociales

La sociedad es el grupo de interés que recibe un mayor número de impactos por las actividades empresariales de Grupo La Plana, por ello se tienen en cuenta sus necesidades, demandas y expectativa. GLP contribuye a través del pago de sus impuestos y las prestaciones sociales.

Indicador	2019	2020	2021
Volumen facturación	114.679.363,36 €	109.971.879,92 €	152.570. 707, 74 €
Impuesto de Sociedades real- mente pagado	822.251,05€	918.830,95 €	937.603,33 €
Contribuciones a la Seg.Social de la empresa realmente pagadas	4.413.154,28€	4.612.373,75€	4.927.832,47€
Diferencia entre salario bruto y neto	2.922.661,72€	3.178.305,39 €	3.524.055,48€
Cuota de contribución tributaria neta	1,05	1,03	1,14
Cuota empleados de contribución tributaria neta (Se divide la contribución neta de los empleados entre el salario bruto, el resultado de este cociente es la cuota de contribución tributaria neta de los empleados).	0,22	0,23	0,23
Aportación monetaria voluntaria a la comunidad menos el benefi- cio propio que se obtiene	74.525€	79.152,34€	88.236 €
Subvenciones recibidas	4.779,35 €	6.771,63 €	2.789,98€

#### E2.2 Contribución voluntaria a la comunidad

Grupo La Plana contribuye voluntariamente a la comunidad mediante numerosas colaboraciones con diferentes agentes:

- MICE (Mostra internacional de cinema educatiu).
- BAC-Betxí Art Compromés.
- Q.ido, Cuidados a domicilio.
- Payasospital.
- Aurora grupo de suport
- Cáritas (Barcelona, Vilavellla e Igualada)
- Cruz Roja (Castellón y Barcelona).
- Mamas en acción.
- Restaurante Voramar.
- Xarxa teatre.
- Asociación cultural Malabó.
- Asociación cultural Tapete de Oro.
- Associación fibromialgia i malalties reumàtiques de Betxí.
- Ayuntamiento El Paso (isla de la Palma).
- Asociación cultural Rondalla de Bextí.
- Asociación española contra el cancer.
- Club de atletismo Onda.
- Club natació Halia Vila-real.
- Unió musical de Betxí.
- Sant Antoni Pop Festival.
- Fundació novessendes.
- Transbetxí.
- Fluchos.
- Publirotulos.
- Ayuntamiento de Betxí.
- Personas empleadas del grupo.

Diferentes colegio e Institutos de educación secundaria.

Entre 2020 y 2021 hemos donado 53.582 uds. entre cajas, planchas y platós a 23 entidades sociales.

La aportación económica total y las financiaciones de mecenazgo del grupo, entre 2019 y 2021, asciende a 379.955 euros, de los cuales 324.000 € a la Fundació Novessendes (108.000 euros anuales).

El Grupo colabora con diferentes entidades sociales y gracias al plan de voluntariado y a la participación de las personas empleadas, se responde a toda solicitud de cooperación y aportaciones a Ong´s. El órgano encargado de otorgar las ayudas es el Consejo Familiar que responde a las peticiones a través de la comisión de RSE y del Plan de Voluntariado.

Dentro de las principales aportaciones monetarias, podemos ver como el 85% se destina a la Fundación Novessendes.

La Fundació Novessendes 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 Cartonajes 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 armónico y un desarrollo sostenible. Finalmente, además de las aportaciones económicas y en especie, se colabora cada año1 con diferentes organizaciones y administraciones locales:

Visita informativa- didáctica	Filial Betxí	Filial Onda
Centro Formación Ocupacional El Trellat	abr-19	-
IES JB Porcar	dic-19	-
Centro Ocupacional de la Fundación Espurna	-	feb-20
IES Profesional Broch i Llop	may-20	-
IES Benigasló	may-20	- 1

En 2021 no se realizan visitas debido a las restricciones por la covid-19

COLABORACIONES SOCIALES	
Voluntariado corporativo. Dos empleados del Grupo realizaron voluntariado corporativo en Cáritas de La Vilavella y Cruz Roja de Onda	may-20
Colaboración Grupo La Plana con Cruz Roja. Se pusieron en marcha tres iniciativas: El calendario solidario, Sorteo de Oro y Campaña de juguete educativo.	nov-20
Desayuno Virtual Grupo La Plana y Fundación de Acción contra el Hambre. El encuentro tuvo como finalidad acercar el Grupo La Plana a los integrantes de la Fundación.	may-21
VII Networking de Empleo de la Mesa de Responsabilidad Social de Castelló, invitados por la Fundación Secretariado Gitano. El objetivo de la jornada era intercambiar experiencias y fomentar la empleabili- dad de los colectivos con mayores dificultades para acceder al mer- cado laboral.	oct-21
Mesa sectorial de logística y limpieza industrial de Castellón, colaboración entre los/as agentes comprometidos/as con la empleabilidad de los mayores de 45 años. Invitados por la Fundación de Acción Contra el Hambre	nov-21

En 2021 no se realizaron visitas debido a las restricciones por la COVID19

Aportación monetaria voluntaria a la comunidad menos el beneficio propio que se obtiene:0,064% en 2019, 0,071% en 2020 y 0,057% en 2021.

#### 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 el código ético y principios fundamentales empresariales.

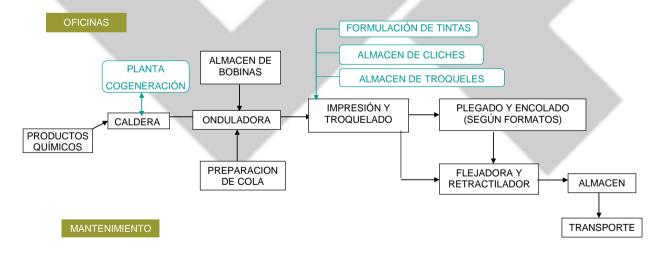
#### E2.4 Aspecto negativo: falta de prevención frente a la corrupción

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 es consciente que el futuro pasa por una innovación sostenible que garantice el desarrollo de la actividad sin comprometer los recursos naturales del planeta. Por ello, disponen de estrategias innovadoras que 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 dos procesos fundamentales que llevan implícitos diferentes impactos ambientales analizados en el ciclo de vida del producto:

- Onduladora: fabricación de planchas de cartón ondulado a partir del papel como materia prima.
- <u>Converting</u>: Las planchas son pasadas a las máquinas, donde son impresas, troqueladas, dobladas, pegadas y agrupadas en paquetes para su paletizado y posterior expedición a clientes

Todos los impactos ambientales se analizan en cada una de las fases productivas del proceso de fabricación de cartón y a través del departamento de medio ambiente se proponen medidas de mejora para evitar posibles impactos negativos. Para ello, el sistema de gestión ambiental está desarrollado de acuerdo con los requisitos contemplados en la norma internacional ISO 14001:2015, integrada en las plantas de Onda, Betxí y Cenicero. En 2022 se hará extensiva la implantación de la norma al resto de centros operativos del Grupo.

La evaluación de los resultados ambientales durante los últimos años ha demostrado una mejora notable del desempeño ambiental de la empresa.

A nivel de gestión de residuos, cabe destacar la eliminación de los residuos clasificados como "D" y cuyo origen final es el vertedero. Por su parte, más del 99 % de la cantidad total de todos los residuos se valoriza, favoreciendo la circularidad de los procesos y disminuyendo así la generación de residuos clasificados como "R".

Los principales residuos peligrosos gestionados por la empresa corresponden a las baterías usadas (394 Kg en 2021), el aceite usado (1.000 kg en 2021) y los envases de plástico de productos químicos o peligrosos utilizados (1.240 kg). En cuanto a los no peligrosos, los principales corresponden con la chatarra larga (53.510 kg en 2021), el residuo industrial de mezcla (23.520 kg en 2021) y el chapajo (6.780 kg en 2021).



Para aumentar el porcentaje de valorización de residuos, además de la venta del recorte, en 2022 se prevé triturar los materiales sobrantes de los mandriles y del cartón. Cabe destacar que el objetivo a corto plazo alcanzar la certificación "residuo cero", garantizando que el 100 % de los residuos generados se valoriza. Actualmente, existen pocos tratamientos en los que todavía no podemos garantizarlo, por ejemplo, en los clichés, la tinta sólida seca o el absorbente.

A nivel de instalaciones, cabe destacar que se han instalado contenedores de selectiva en oficinas y centros de fabricación, fabricados por la propia organización en cartón. Igualmente, se ha llevado a cabo formación al personal en materia de segregación de residuos.

En cuanto al uso y consumo del agua necesaria en nuestro proceso productivo, cabe destacar que se ha alcanzado una reducción progresiva del consumo de agua en Onda, Betxí y Cenicero. Para ello, se analizan las desviaciones por uso para mejorar las ratios de consumo en cada centro.

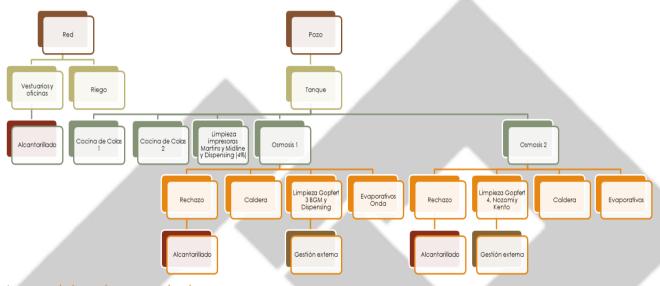


Imagen 1: balance de aguas analizado.

También es importante destacar que se ha reducido el rechazo en el proceso de ósmosis en la planta de Onda.



El objetivo a corto plazo es el control y la optimización del consumo de agua en las calderas y la reducción del consumo de agua de limpieza en el manipulado o converting.

Por otra parte, en el período 2020-2021, la generación de agua residual de la planta de Onda pasó de 38 a 29 l / 1.000 m2 y en la sede de Betxí, de 48 a 41 l / 1.000 m2. El objetivo al respecto se centrará en la reducción de las limpiezas en bandejas, la revisión del funcionamiento de boyas y válvulas, el uso de

mangueras con pistola a presión y la formación continua al personal en materia de buenas prácticas ambientales.

En cuanto a los niveles de ruido, en 2021 todas las sedes han superado de manera exitosa las auditorias de ruido.

Por último, cabe destacar que desde 2018 se calcula la huella de carbono de la organización de acuerdo con la metodología propuesta por el Ministerio de Transición ecológica para los alcances 1 y 2.

La evolución de 2021 respecto a 2020 supuso una reducción del 4,5 %. Los datos de huella de carbono por trabajador/a y sede en 2021 fueron los siguientes:

	Kg CO2	Nº Trabajadores/as	Kg CO2/trabajador/a
Betxí	7.643.946	241	31.718
Onda	4.643.946	193	24.062
Igualada	463.171	46	10.069
Cenicero	3.675.360	52	70.680

Para reforzar nuestro compromiso con el medio ambiente y como mecanismo de mitigación, se plantean tres objetivos para reducción de emisiones en 2022:

- Disminuir un 5 % las emisiones respecto a los resultados de 2021.
- Sustitución de instalaciones obsoletas con criterios de eficiencia energética, así como la optimización de los sistemas de iluminación, los motores, la caldera, los compresores, secadores, la calefacción y los sistemas de refrigeración.
- Ampliar el alcance del cálculo de la huella de carbono al alcance 3, incluyendo el impacto de nuestras materias primas.

#### E3.2 Impacto relativo

En Grupo La Plana tiene el convencimiento que su 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 se ha desarrollado ningún estudio "benchmarking" para evaluar concretamente las acciones que llevan a cabo las empresas de la competencia.

A corto plazo se prevé entablar conversaciones con AFCO (Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado) para colaborar en la prestación de datos ambientales ya que no existe publicación de datos del sector.

## E3.3 Aspecto negativo: infracción de la normativa medioambiental e impacto desproporcionado

Se trabaja por encima de los requisitos legales en materia de gestión medioambiental y nunca se ha recibido alguna reclamación o denuncia al respecto.

# E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

#### **E4.1 Transparencia**

En 2020 se creó el nuevo departamento de marketing y comunicación para mejorar las comunicaciones con nuestros grupos de interés y para favorecer la transparencia.

Al respecto cabe mencionar que toda la información relevante de la empresa se publica en la web y se incluyen también, los balances del bien común realizados hasta la fecha. Además, se controla el envío a medios de comunicación de datos financieros puntuales para informes o anuarios, y se pone a disposición de terceros información en nuestras plataformas online sobre datos clave de la actividad, certificados de calidad e Informes de los Balances del Bien Común.

Se comunica principalmente el contenido de carácter comercial, información corporativa en materia de RSC y demás información sobre actividades que ayudan a incrementar la notoriedad de marca en los mercados de interés.

En materia de sostenibilidad, se publica información general sobre la EBC y sobre los proyectos en los que se participa a nivel de sostenibilidad y compromiso social, económico y cultural. La memoria EBC se auditó en 2015 y se prevé que en 2021 también se audite externamente.

A nivel externo, se dispone 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.

En 2022 se prevé ampliar la información web en materia de RSC gracias al nuevo responsable de sostenibilidad del Grupo y la creación de un canal ético de denuncias.

#### 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. Por ello, se tiene en cuenta las exigencias de los clientes, de las empresas proveedoras o de las personas trabajadoras para mejorar y alcanzar los objetivos establecidos.

Para integrar todas estas sugerencias, se analizan en primer lugar, todas las expectativas y necesidades de los grupos de interés (mediante el análisis de contexto y de partes interesadas del procedimiento a tal fin de calidad). Una vez desarrollado dicho análisis, que se actualiza anualmente, por lo que se lleva a cabo un análisis DAFO que ayuda a evaluar los posibles riesgos de la compañía en cuanto a los diferentes grupos de interés.

Igualmente, se pone a disposición del público en general los canales de comunicación (formularios web, redes sociales, teléfono, email) para animarlos a realizar cualquier tipo de consulta. Estos canales están unificados a nivel de Grupo, aunque en el caso de nuestras plantas, también cuentan con sus propios teléfonos y direcciones de email para establecer flujos de comunicación. Se analiza y da respuesta a las consultas recibidas y se segmenta a las personas de contacto por tipo de consulta. Aunque no se hacen públicos estos resultados, sí se analizan y se extraen conclusiones generales sobre los diálogos mantenidos cuando hacen relación a consultas o cuestiones relacionadas con el ámbito comercial.

El % de decisiones relevantes para los grupos de interés que fueron tomadas con su participación (desglosadas por el grado de participación), no está cuantificado.

El Grupo tiene establecido un comité de ética.

# E4.3 Aspecto negativo: manipulación de la información y falta de transparencia

Grupo la Plana no tolera la manipulación de información de cara a ningún grupo de interés. Los 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

Las acciones de mejora previstas son:

- Crear el área de Responsabilidad Social Empresarial.
- Integrar las propuestas sociales de Onda y Betxí en las demás filiales.
- Implantación de valores EBC a nivel de grupo.
- Profundizar en el plan de voluntariado corporativo y poner en marcha su ejecución.
- Desarrollar una acción social en cada filial.
- Alcanzar la certificación "residuo cero" en todas las sedes.
- Reducción del agua residual de las limpiezas en bandejas, revisión del funcionamiento de boyas y válvulas y uso de manqueras con pistola a presión.
- Ampliar la formación continua al personal en materia de buenas prácticas ambientales.
- Disminuir un 5 % las emisiones respecto a los resultados de 2021.
- Sustitución de instalaciones obsoletas con criterios de eficiencia energética, así como la optimización de los sistemas de iluminación, los motores, la caldera, los compresores, secadores, la calefacción y los sistemas de refrigeración.
- Ampliar el alcance del cálculo de la huella de carbono al alcance 3, incluyendo el impacto de nuestras materias primas.

- Entablar conversaciones con AFCO (Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado) para colaborar en la prestación de datos ambientales ya que no existe publicada ninguna publicación del sector al respecto.
- Ampliar la información web en materia de RSC.
- Implementar un sistema de gestión de grupos de interés desde el nuevo departamento de sostenibilidad.

#### 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:

Acciones	Responsable	Plazo
TEMA A		
Implementar marco de integridad en la gestión de compras: política de compras responsables, código ético de empresas proveedoras y política de respeto y protección de los Derechos humanos y Laborales.	Área de compras	Corto
Sistematizar la gestión y control de riesgos sociales de la cadena de suministro.	Área de compras	Medio
Revisar y actualizar plan de compras.	Área de compras	Medio
Formar al personal de compras y contratación en materia de Derechos Humanos.	Área de sostenibili- dad	Medio
Integrar en un único modelo de gestión las compras de todos los centros de producción del grupo.	Área de compras	Medio
Implementar encuestas satisfacción con proveedores.	Área de compras	Medio
Ampliar el análisis y requerimientos a otras compras significativas o de alto riesgo.	Área de compras	Largo
Implementar sistema de consulta de grupos de interés (entrevistas y encuestas).	Área de sostenibili- dad	Medio
Evaluar la transparencia y participación democrática de proveedores principales, de forma sistematizada.	Área de compras	Medio

TEMA B		
Sistematizar e integrar el seguimiento de indicadores y planes de mejora del BBC de forma continua.	Área sostenibili- dad	Largo
Sistematizar el análisis medioambiental/social de las inversiones en activos, cuantificando sus mejoras para la toma de decisiones.	Área financiera	Medio
Tras realizar el estudio de instalación de equipos de generación de energía solar en la planta de Onda (ya se ha iniciado su instalación), abordar el estudio de las plantas de Betxí y Cenicero.	Área financiera	Medio
Seguir contactando de forma regular con la banca ética para conocer si su operativa va adaptándose a nuestras necesidades	Área financiera	Continua

TEMA C		
Reducir la tasa de rotación del personal laboral	Área de perso- nas y valores	Largo
Incrementar la tasa de satisfacción del personal laboral en la encuesta de clima laboral	Área de perso- nas y valores	Largo
Reducir el número de accidentes laborales y el número de días de baja que comportan	Área de perso- nas y valores	Largo
Finalizar la implantación del Plan de PLV.	Área de perso- nas y valores	Corto
Incluir en el plan de formación de la empresa acciones sobre la gestión eficiente del tiempo	Área de perso- nas y valores	Medio
Extender la flexibilidad en el tipo de contrato al personal directivo mostrando que es una práctica que encaja con la cultura de la organización	Área de perso- nas y valores	Corto
Elaborar una política de alimentación saludable por escrito	Área de perso- nas y valores	Medio
Hacer difusión entre el personal laboral de hábitos de alimentación saludable	Área de perso- nas y valores	Medio
Ampliar la publicación de información para que el personal laboral pueda acceder a la mayoría de los datos fundamentales de manera fácil	Área de perso- nas y valores	Medio

TEMA D		
Elaborar un Plan de marketing narrativo para fomentar la comunica- ción y transparencia tanto interna como externa y alinearlo al Código Ético ya existente.	Área de comuni- cación	Medio
Creación de una APP o de un portal online para que el cliente se pueda comunicar de forma inmediata y sistematizada con el departamento de atención al cliente y con cada filial.	Área de comuni- cación	Medio
Crear una estrategia de comunicación externa.	Área de comuni- cación	Medio
Investigar la posible colaboración en proyectos sociales con otras empresas del sector fuera del abanico de AFCO.	Área de comuni- cación	Largo
Ampliar la integración del sistema de gestión medioambiental basado en la norma internacional ISO 14001:2015 a todas las sedes del Grupo.	Área de calidad y medio am- biente	Medio
Obtener la certificación ISO 14006 sobre Ecodiseño.	Área de calidad y medio am- biente	Medio
Integrar las políticas de suficiencia también en las nuevas sedes, para garantizar un consumo responsable de todos nuestros productos.	Área de opera- ciones	Medio
Creación de un procedimiento para el establecimiento de alianzas estratégicas con agentes de interés del sector.	Área comercial	Medio
Certificar con ISO 9001 a PLV (seguir mejorando las encuestas de satisfacción y el trato al cliente).	Área de calidad y medio am- biente	Medio
Más información y control en los centros de montaje externalizados.	Área comercial	Medio
Diseñar e implementar la nueva estrategia de comunicación en materia de RSC, mediante la colaboración de los departamentos de Sostenibilidad y Comunicación.	Sostenibilidad	Corto
Digitalización como punto clave para el conocimiento de la información online por parte de nuestros clientes. Que el cliente sepa dónde está su pedido, las últimas cajas en stock o que pueda previsualizar el diseño escogido y validarlo de forma remota, aumentando la fiabilidad del producto, son algunas de las prestaciones disponibles por los sistemas digitales. Esta tarea se está llevando a cabo desde el área de desarrollo de producto.	Área comercial	Medio
Crear un portal de entregas.	Área comercial	Largo
En PLV, trabajar en plan de transparencia y comunicación de la información de producto pues es una cuestión clave en el sector.	Área de comuni- cación	Medio
En la nueva web, ampliar la información ambiental de los procesos pues actualmente no está redactada, aunque sí se muestran las líneas estratégicas clave: residuo cero, movilidad, etc.	Área de comuni- cación	Medio

TEMA E			
Crear el área de Sostenibilidad	Dirección general	Corto	
Integrar las propuestas sociales de Onda y Betxí en las demás filiales.	Área de comunica- ción	Medio	
Implantación de valores EBC a nivel de grupo.	Área de sostenibilidad	Medio	
Profundizar en el plan de voluntariado corporativo y poner en marcha su ejecución.	Área de comunica- ción	Medio	
Encuesta sobre plan de voluntariado.	Área de comunica- ción	Medio	
Encuesta en las filiales si las personas empleadas son voluntarias.	Área de comunica- ción	Medio	
Simplificar el plan de voluntariado.	Área de comunica- ción	Medio	
Integrar el plan de voluntariado.	Área de comunica- ción	Medio	
Desarrollar una acción social en cada filial.	Área de comunica- ción	Medio	
Alcanzar la certificación "residuo cero" en todas las sedes.	Área de calidad y medio ambiente	Medio	
Reducción del agua residual de las limpiezas en bandejas, revisión del funcionamiento de boyas y válvulas y uso de mangueras con pistola a presión.	Área de calidad y me- dio ambiente	Medio	
Ampliar la formación continua al personal en materia de buenas prácticas ambientales.	Área de calidad y me- dio ambiente	Medio	
Disminuir un 5 % las emisiones respecto a los resultados de 2021.	Área de calidad y medio ambiente	Medio	
Sustitución de instalaciones obsoletas con criterios de eficiencia energética, así como la optimización de los sistemas de iluminación, los motores, la caldera, los compresores, secadores, la calefacción y los sistemas de refrigeración.	Área de operaciones	Largo	
Ampliar el alcance del cálculo de la huella de carbono al alcance 3, incluyendo el impacto de nuestras materias primas.	Área de calidad y me- dio ambiente	Largo	
Entablar conversaciones con AFCO (Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado) para colaborar en la prestación de datos ambientales ya que no existe publicada ninguna publicación del sector al respecto.	Área de calidad y me- dio ambiente	Medio	
Ampliar la información web en materia de RSC.	Área de sostenibilidad	Medio	
Implementar un sistema de gestión de grupos de interés desde el nuevo departamento de sostenibilidad.	Área de sostenibilidad	Medio	

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

# Declaración de conformidad con UE. Divulgación de información no financiera (COM 2013/207)

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 del 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 un grupo de consultores y consultoras de la AVEBC (Associació Valenciana per al Foment de l'Economia del Bé Comú), que nos ha apoyado en todo el proceso de elaboración del Balance del Bien Común y de definición de nuevos planes de mejora.

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



En el proceso ha participado el personal responsable de cada departamento, junto a algunos de sus colaboradores, asignando un/a consultor/a EBC para cada tema:

- Jose Gámiz: Tema A.
- Maria Amigo: Tema B.
- Esteban Fortea: Tema C.
- Raquel Gómez y Camila Miraudo: Tema D.
- Raquel Gómez y Camila Miraudo: Tema E.

#### Fases del proceso:

- Fase 1: Se realizará una primera reunión inicial para repasar las tareas realizadas hasta la fecha, dar a conocer al equipo de trabajo y establecer definitivamente el cronograma de trabajo.
  - o Personal implicado: Dirección, responsables de área y consultores/as EBC
- Fase 2: Cada consultor/a realizará 4 reuniones presenciales o a través de videoconferencia (a consensuar con el/la responsable de área en función de horarios y disponibilidad) con sus homólogos de empresa hasta completar la información solicitada por la nueva matriz 5.o. Se cumplimentará un registro de indicadores general por cada área a fin de establecer un registro común de medición de indicadores EBC a lo largo de los años.
  - o Personal implicado: responsables de área y consultores/as EBC
- Fase 3: Una vez establecidos todos los planes de mejora, el equipo EBC redactará la memoria EBC y se enviará a cada área para que puedan realizar sus aportaciones.
  - o Personal implicado: consultores/as EBC
- Fase 4: Jornada presentación de resultados.
  - o Personal implicado: Dirección, consultores/as EBC, responsables de área y equipo de área.