

RSA - PYMES

Empresa evaluada

WORLDPATHOL GLOBAL UNITED, S.A.

CIF:A99534059

Polígono Empresarium - Parque Magnus.

C/Ajedrea 20, Nave 22C

50720 - La Cartuja Baja

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

WORLDPATHOL GLOBAL UNITED, S.A.

02 - Dirección - CP - Población

Calle Ajedrea 20, Nave 22C, Polígono Empresarium, 50720 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Empresa biotecnológica de investigación, desarrollo y/o fabricación de APIs, Medical Device, Cosmética y Complemento Alimenticio.

04 - Año comienzo actividad.

Aunque la empresa matriz fue constituida en 2018, la actividad dio comienzo en 2011 a través de WORLDPATHOL SL

05 - Número de personas empleadas

43

06 - Persona contacto

Carlos Ondiviela

07 - E-mail contacto

carlos.ondiviela@worldpathol.com

08.- Página web

www.wpglobalunited.com

GENERAL

Tendencias Globales

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

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,

etc)

- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

1.1 Información adicional

Desde la constitución de la sociedad, siempre se tuvo presente que, como valor añadido al servicio o producto ofrecido, debía aportar algo más, y en la medida de lo posible, exigirlo a los grupos de interés.

En el campo propio de la empresa, esto es, el sector Biosanitario, resulta además sencillo de entender la relación existente entre todos los enfoques planteados: Así por ejemplo, las nuevas tecnologías, van (o debieran ir) de la mano del desarrollo social y económico sostenible,

La empresa que pretenda mostrarse como innovadora, perderá su credibilidad si no pone el foque en aspectos sociales y medioambientales.

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

2.1. Información adicional

Es muy difícil, por no decir imposible que las PYMES de manera aislada puedan afrontar retos globales, Tiene que haber una planificación, ejecución y seguimiento de manera conjunta, en la medida de lo posible, como por ejemplo a través del regulador u organismos internacionales.

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

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

3.1. Información adicional

Pertenece a un sector muy regulado y con altas exigencias medioambientales de salida. Cumplirlas y certificarlas a rajatabla ha sido una constante en nuestra carrera. Los retos económicos y sociales con nuestra plantilla se empezaron a considerar tras el COVID de forma sistemática y a pesar de la no aplicabilidad de según qué normas en nuestro sector (biotecnología). Como objetivo de este año queremos avanzar en la mayor implicación de Kpi económicos, sociales y ambientales en nuestra estrategia estructural.

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

4.1. Información adicional

En WorldPathol cerramos nuestro ejercicio fiscal en septiembre. El presupuesto del

ejercicio 2023 (sep 22- sep 23) es el primero con partidas destinadas al desarrollo de proyectos sociales y ambientales; anteriormente, la empresa realizaba este tipo de proyectos con carácter esporádico.

Posiblemente, la actuación más relevante en el ámbito social fue la puesta en marcha de diversos proyectos derivados de la pandemia por Covid-19, que aunque finalmente han ocasionado retornos económicos, inicialmente se ideó como un apoyo a los servicios públicos de salud, desde la entrega de todo el material que pudiera ser de utilidad (principalmente EPIs), hasta la suspensión de diversos programas de desarrollo para la puesta a punto de equipos y recursos que pudieran ser necesarios para la realización de pruebas diagnósticas.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

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

5.1. Información adicional

Inicialmente se realizó un trabajo exhaustivo para conocer e identificar cada grupo de interés. No obstante es una tarea que debemos retomar tras los grandes cambios sufridos en la entidad.

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

6.1. Información adicional

La empresa dispone de una forma de comunicación diferente según sea el grupo de interés.

Con los empleados se llevan a cabo reuniones mensuales para conocer sus necesidades y/o anhelos de primera mano.

Con los clientes, se realizan encuestas de satisfacción, visitas de seguimiento personalizadas y eventos corporativos de unión entre RRHH de las empresas.

Y con los proveedores, así como con otros grupos de interés, se establecen comunicaciones generalmente no presenciales con carácter trimestral.

Gobierno de la organización

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

7.1. Información adicional

Al igual que para todos los procedimientos internos de la empresa, existe un protocolo que describe los códigos de conducta y actuación, que son conocidos tanto por los trabajadores como por los socios. Durante el periodo de primavera-verano de 2022 se ha actualizado por parte de la Unidad de Garantía de Calidad de la empresa, y revisado los contenidos y

herramientas de difusión interna de esta documentación.

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

8.1. Información adicional

SI. Todos los miembros de la empresa conocen la cultura y objetivos de la empresa. No obstante, resulta más notorio en aquellos empleados que por razón de su cargo tengan más obligaciones.

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

Aunque en este momento la empresa no cuenta con un Plan de Responsabilidad Social, es un objetivo en el 2023 desarrollarlo. El presupuesto del ejercicio 2023 (sep 22- sep 23) es el primero con partidas destinadas al desarrollo de proyectos sociales y ambientales; anteriormente, la empresa realizaba este tipo de proyectos con carácter esporádico. Debemos remarcar que en WorldPathol cerramos nuestro ejercicio fiscal en septiembre.

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

10.1. Información adicional

Como ya se ha indicado, no existe aun un Plan, sino que estamos inmersos en su desarrollo. En todo caso, debe plasmar objetivos claros y definidos, y por supuesto serán medibles, para conocer el grado de su cumplimiento.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

Además del feedback directo que el propio cliente nos transmite, bien de motu propio o a solicitud de nuestras encuestas de satisfacción, procuramos estar atentos a lo que se indica de nosotros en otros medios, como redes sociales, reseñas de Google... Hemos establecido un calendario de comunicación y visita directa de fraternidad y seguimiento con los principales clientes de la empresa.

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los

procesos de la organización?

12.1. Información adicional

Diversas herramientas digitales (módulo de calidad del ERP, buzón de correo) y foros (comités técnicos periódicos y entrevistas regulares con el personal) obtenemos sugerencias de mejora, tanto de los clientes, como de proveedores y personal. Con base en la información obtenida, tratamos de responder a las necesidades planteadas, resolver dudas o quejas y poner los medios para que no vuelvan a suceder. Al ser una empresa no demasiado grande, nos permite ser más ágiles en la adopción de medidas.

Innovación en los productos y servicios

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

13.1. Información adicional

Siempre. Somos una empresa de I+D biotecnológica y desde el primer día se ha obrado así, hasta el punto de que muchos productos se han desarrollado de la mano de quien luego iba a ser el cliente. Por ejemplo, determinadas vacunas veterinarias están siendo desarrolladas de la mano de los ganaderos (o integradoras).

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

Dentro de la estrategia 2024 se han incorporado elementos de comunicación y control propios para trazar, seguir y analizar la evolución de nuestros sistemas de calidad, productos y servicios.

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

15.1. Información adicional

No puede ser de otra manera, y de hecho estamos obligados a ello por ley. Por ejemplo, en el ámbito farmacéutico, debemos llevar a cabo la farmacovigilancia de nuestros productos, esto exige comunicar de manera inmediata cualquier incidencia no ya al consumidor sino a las autoridades. Continuamos en este nuevo ejercicio fiscal del grupo WorldPathol (sep 23 - sep 24) ampliando los RRHH destinados a dar este servicio de forma significativa.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

16.1. Información adicional

Nuevamente no cabe obrar de otra forma. Por imperativo legal debemos informar desde la composición, ficha técnica, dosificación, riesgos por sobredosificación... todo lo tiene que tener el consumidor.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

Tal como se ha indicado ya, se llevan a cabo reuniones personales con cada trabajador, con periodicidad mensual, a fin de conocer sus necesidades, expectativas y también detectar el grado de satisfacción con la empresa.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

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

18.1. Información adicional.

Desde el inicio de la actividad Worldpathol desarrolló planes para promover y garantizar la igualdad de todos sus trabajadores, tanto a nivel retributivo, como de acceso, formación y promoción, en sintonía con lo establecido en la legislación social y el propio Convenio de aplicación, el de Industria Química.

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

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

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

Actualmente se valora cada situación específica para valorar modificaciones que pudieran ser necesarias (por ej. cambios de jornada, horarios..) Hasta la fecha no se ha valorado por colectivos específicos, dado que el tamaño de la empresa todavía no es demasiado grande y que el tratamiento de los casos de uno en uno ha resultado bien.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

En las reuniones mensuales mantenidas con cada trabajador, dentro de las necesidades y expectativas, siempre se valora la necesidad (por parte del trabajador o de la empresa) de iniciar cualquier acción formativa.

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

21.1. Información adicional.

El entorno cambiante de nuestro sector y las distintas tecnologías que van surgiendo nos demandan estar constantemente adaptándonos al cambio. La formación de nuestro personal es la base de este cambio.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

Este es uno de los temas en los que más debemos avanzar dentro de la compañía. Partimos de un nivel de seguridad y formación para la salud laboral muy alto debido a nuestros sectores objetivo, pero debemos avanzar en la trazabilidad personal de cada puesto e individualizar entre personas.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

Protocolizar las compras en base a una continua evaluación crítica de los proveedores ha sido una constante. Hemos ido más allá y sólo trabajamos con los mejores proveedores que son capaces de aportar la demostración del cumplimiento de aspectos sociales, ambientales y económicos de primer orde.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

24.1. Información adicional.

Este apartado es uno de los fuertes de la empresa, clasificando desde hace años a los proveedores como críticos en función de aspectos diversos, más allá del precio.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

25.1. Información adicional.

Se colabora en proyectos afines a la cultura y objetivos de la empresa, generalmente destinados al bienestar y a la salud de las personas, pero sin planificación específica. Este año, a pesar de la falta de planificación aparente se han dedicado partidas específicas a programas sociales y de bienestar.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

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

26.1. Información adicional.

Es una materia en la que la empresa tiene un largo recorrido por delante. Aunque haya actuaciones relacionadas con el negocio de la empresa, no existe una planificación detallada. Este año hemos empezado destinando algunos recursos para llevar a cabo acciones más amplias de las ejecutadas hasta la fecha.

Transparencia con el entorno social de la organización

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

27.1. Información adicional

Esta tarea queda relativamente pendiente, pues la difusión de las actuaciones sociales por norma general solo se dan a conocer entre los propios trabajadores de la empresa sin que exista hasta la fecha otro tipo de difusión.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

28.1. Información adicional

No existe una planificación de las comunicaciones, sino que surgen nuevamente ante hechos puntuales. Sin embargo, es uno de los objetivos recogidos en el nuevo presupuesto del grupo para este ejercicio 2023 (sep 22 - sep 23), comunicar de forma efectiva las acciones sociales realizadas desde la compañía.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

29.1. Información adicional.

El cuidado del medio ambiente ha estado tan presente en los socios y gestores de la empresa, que todos los proyectos desarrollados internamente incorporan cuales son las ventajas adicionales que aportan en comparación con otras soluciones. Por ejemplo, en el ámbito de la vacunación de animales estabulados, uno de los objetivos primordiales ha sido el tratar de reducir la repetición de dosis para evitar generar residuos adicionales, ya que aunque hablamos de cantidades individualmente muy pequeñas (por ej del plástico del envase primario), hay millones de animales que deben ser vacunados...

Compromiso frente al cambio climático

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

30.1. Información adicional.

Al igual que para todos los demás procesos internos de la empresa, existen protocolos de actuación relativos al impacto ambiental de la actividad de la misma (transporte, estudios con animales,...) al objeto de causar el mínimo daño posible al medio ambiente y que todos trabajadores tengan acceso a dicha información. Dentro de los objetivos estratégicos de la compañía se han encuadrado ahorro energético, reciclaje de residuos y acciones para reducir nuestra huella de carbono.

Economía circular

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

31.1. Información adicional

Prácticamente la cuarta parte de nuestros gastos operativos se han empleado para la generación de soluciones de economía circular, propias y para terceros.

Comunicación ambiental

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

32.1. Información adicional

Todas las personas empleadas en la empresa son conocedoras de las actuaciones en materia ambiental y el impacto de la propia actividad empresarial.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

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

-

Valoración Global

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

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La empresa, como no podía ser de otra forma, siempre ha tenido muy en cuenta el impacto ambiental de su actividad. En este sentido, ha venido desarrollando protocolos internos de actuación que minimizaran el consumo de recursos, la producción de elementos nocivos y/o contaminantes, y en el caso de producirse necesariamente, contar con un gestor autorizado de residuos.

Igualmente, ha transmitido a sus grupos de interés, la importancia y la necesidad de actuar conforme a sus protocolos.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Es evidente que el plano social es un área que debe ser mejorada, y en una doble vertiente.

Por un lado, deben abordarse cuestiones que tengan un impacto más global, no sólo a nivel interno de la empresa. Es dar un paso mas allá, afrontando retos no tan cercanos o inmediatos.

Y por otra parte, dar a conocer las actuaciones es del todo relevante no para dar publicidad a la empresa, sino para que terceras partes puedan tener conocimiento de estas políticas y objetivos, y finalmente puedan sumarse a esta iniciativa.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

(ODS)?

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

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?