

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**LABORATORIOS EGALLE, S.L.**

CIF: B50086925

Polígono Industrial Malpica, Calle E, Parcela 69.

50016 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

EGALLE, S.L CIF: B50086925

#### 02 - Dirección - CP - Población

Polígono Industrial Malpica calle E nº 69, 50.016 Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Dentro del sector Industrial, Egalle es una empresa que se dedica a fabricar y distribuir productos de cosmética capilar y gel hidroalcohólico, personalizando y diferenciando cada una de sus marcas para llegar a diferentes mercados: cosmética profesional, retail, multiprecio y farmacias.

#### 04 - Año comienzo actividad.

1.983

#### 05 - Número de personas empleadas

35

#### 06 - Persona contacto

Juan Carlos Gil Roncalés

#### 07 - E-mail contacto

contabilidad@egalle.com

#### 08.- Página web

www.egalle.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)**

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

### **1.1 Información adicional**

En Egalle nos preocupamos y accionamos sobre la creación de empleo por competencias que aporten valor añadido, innovación, generación de beneficio y por supuesto en el cumplimiento exhaustivo de la legalidad vigente en cada momento.

La empresa tiene estudios de impactos y estrategias a incorporar tendentes al uso eficiente de los recursos, que vamos implementando de forma gradual de acuerdo al objetivo de crecimiento sostenido a nivel de organización. Existen medidas concretas de uso eficiente internas, de concienciación y forma de aplicación efectiva desde inicios de 2020.

Se han acometido desde el 2020 fuertes inversiones en la modernización de equipos y sistemas, software, digitalización, trabajo en remoto, seguridad de los empleados y mejoras tanto con la comunicación interna y externa de la empresa, tendemos a la industria 4.0 con claridad. Seguimos apostando por invertir en el crecimiento, modernización profesionalización, digitalización, y eficiencia de la organización.

En la misión y visión de la empresa se incluyen alguno de estos puntos dada la importancia que tienen:

Visión: ser una empresa multicanal de referencia internacional en el sector de la cosmética de forma sostenible.

Misión: Ofrecer al mercado una amplia variedad de productos cosmético capilares innovadores y de alta calidad con un excelente servicio que satisfaga las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

La empresa apuesta cada año por fabricar productos más respetuosos con el medio ambiente utilizando materias primas naturales y envases 100% reciclables.

Continuamos en Egalle SL apostando, por la tecnología, la innovación en la gestión actualizando e implementando sistemas de gestión integral que hacen más eficiente a la organización. El departamento de marketing trabaja diariamente con las redes sociales de la empresa, las webs y plataformas en un desarrollo estratégico del mercado digital.

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

No

### **2.1. Información adicional**

Es evidente que el tamaño es importante, y al tratarse de una empresa pequeña las dificultades son obvias. Nosotros apostamos por un continuo crecimiento sostenido implementado estrategias para que la empresa crezca en profesionalidad, eficiencia y rentabilidad y para ello es indispensable satisfacer a cada uno de los stakeholders, por ello la empresa se esfuerza diariamente en formar al personal y establecer procedimientos que contemplen la RSC de forma responsable.

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

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

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

#### **3.1. Información adicional**

Además de plantear y planificar por exigencia legal el impacto de los aspectos sociales y ambientales en la actividad. Debemos plantear y planificar, dado el sector en el que desarrollamos nuestra actividad, de forma voluntaria dando solución y adaptarnos a los retos económicos sociales y ambientales que se plantean en el futuro. Fijamos estrategias de diseños, investigación desarrollo y sostenibilidad de nuestros productos en un mercado muy exigente.

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

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

#### **4.1. Información adicional**

Egalle colabora con Ecoembes (organización medioambiental que promueve la sostenibilidad, el cuidado del medio ambiente y el reciclaje) y Ecoactiva (nuestro gestor de residuos) poniendo de manifiesto el compromiso de Egalle, no solo con el medio ambiente, y el uso de material reciclado y la valorización de los residuos generados, sino con la mejora continua de los procedimientos de producción hacia una realidad más verde, razón por la cual, muchos de nuestros productos de cosmética son veganos, naturales, sostenibles en su fabricación y no testados en animales.

Además, desde el 2020 se han sustituido los envases HDPE por envases PET, material 100% reciclable.

Por otra parte para Egalle es de capital importancia el apoyo a sectores necesitados y más aún en el contexto sanitario que vivimos, es por ello que a lo largo de esta difícil situación que ha atravesado, donamos unidades de gel hidroalcohólico destinados a la protección e higienización, en la lucha contra la COVID19.

Además Egalle cuenta con un programa solidario con el que contribuye cada año con ropa y productos de higiene para residencias y albergues que se donan al banco de alimentos.

Sacamos ya en años anteriores al mercado una nueva línea de producto Best Price, es

nuestra línea mas económica, creada para que en estos momentos en los que la inflación es un gran problema para la población, la adquisición de productos de gran calidad no suponga un gran desembolso ya que esta línea además de económica cuenta con las siguientes características:

- Vegana
  - Respetamos nuestro entorno, por ello, hemos minimizado el impacto usando envases PET 100% reciclables con menos gramaje en su fabricación.
  - Una parte de nuestra línea tiene fórmulas con un índice de naturalidad por encima del 94%. Libres de sulfatos, parafinas, peg-s, y con extractos de origen natural.

## **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.**

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

### **5.1. Información adicional**

Tenemos identificados todos los grupos de interés y definidas algunas de las acciones que se realizan para cada uno de ellos estamos en el proceso de formalizar un plan específico para cada uno de ellos que permita analizar las características de cada grupo y su impacto global en RSC para ejecutar acciones más concretas.

Se trabaja en indicadores específicos y herramientas de comunicación reciproca para adoptar una estrategia sobre los resultados del análisis y ejecutar las acciones correspondientes.

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

### **6.1. Información adicional**

Internamente existe un sistema formalizado de reuniones y comité de toda la plantilla con los líderes de la organización donde se pone de manifiesto dentro de cada grupo, las necesidades y las acciones de mejora que se deben tomar para satisfacer a cada grupo de interés.

## **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?**

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

### **7.1. Información adicional**

Dentro del plan RSC se plantea la definición de este código y un desarrollo específico a un código de conducta interno mediante encuestas, entrevistas y reuniones para conocer el

alcance que se desearía, implicando a todos, dirección, responsables, operarios? posteriormente se procederá a implementar mediante acciones y planificación de buenas prácticas y concienciación de impactos en aspectos económicos, sociales y medioambientales.

Además tenemos protocolos de actuación para producción, guías de fabricación con instrucciones, guías de envasado.

Código de conducta como tal tenemos un dossier de bienvenida.

Reuniones protocolarizadas de los aspectos que aseguran la sostenibilidad de la empresa.

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

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

### **8.1. Información adicional**

Existe el protocolo de actuación de todos los componentes de la empresa y con las pautas de actuación generales, se van desarrollarlo con planes de acción concretos e individualizados.

Visión: ser una empresa multicanal de referencia internacional en el sector de la cosmética de forma sostenible.

Misión: Ofrecer al mercado una amplia variedad de productos cosmético capilares innovadores y de alta calidad con un excelente servicio que satisfaga las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Valores:

Compromiso: realizamos nuestro trabajo con profesionalidad y responsabilidad ofreciendo lo mejor de nosotros mismos.

Trabajo en equipo: la colaboración conjunta nos lleva a obtener resultados superiores.

Pasión: disfrutamos con lo que hacemos y eso redunda en el resultado final.

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

#### **9.1. Información adicional**

Estamos comprometidos con la RSC y la vamos a llevar a cabo a través de la consecución del sello RSA. Supondrá una implantación plena de un plan RSC para todas las acciones presentes y futuras de la sociedad en relación a todos los grupos de interés y la sociedad en su conjunto.

Todo proceso estará basado en la estrategia RSC incluyendo la concreción a medio plazo,

además del sello en la correspondiente memoria, alianzas y obtención de sellos de calidad específicos.

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

**10.1. Información adicional**

El Plan RSC de la empresa contará con todos los elementos que permitan una medición, evaluación y comparación continua para todos los componentes específicos.

Del análisis de materialidad derivaran los indicadores específicos de medición, valoración por pesos (ponderación), evaluación temporal trimestral y correcciones si fuera el caso mientras se ejecutan acciones y resultados para la mejora continua semestral.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

**11.1. Información adicional**

Se realiza sistemáticamente una reunión semanal en la que se analizan: Quejas de clientes, incidencias en el producto (calidad) y plazos de entrega del producto, todo ellos es objeto de medida y de análisis.

Además desde 2017 se han aplicado encuestas de satisfacción a los diferentes segmentos de clientes, los resultados clave de percepción que se han medido son: La calidad del producto, el servicio dado por EGALLE y el índice de recomendación (NPS). El porcentaje de respuesta no siempre ha sido alto por lo que se está planteando cambiar la forma de medir estos resultados.

Hemos mejorado las encuestas de satisfacción y hemos realizado una división de grupos de clientes con preguntas personalizadas para cada grupo, además las hemos creado y enviado a través de google forms para que la experiencia del cliente sea mucho mas cómoda y atractiva y esto nos ayude a obtener un mayor porcentaje de respuesta.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

**12.1. Información adicional**

A través de los resultados obtenidos de las encuestas y del análisis de las reuniones semanales donde se ponen de manifiesto tanto las quejas directas de los clientes, como las conversaciones mantenidas con nuestros comerciales, de estos resultados se sacan conclusiones que se plasman en el Plan Comercial Anual que se desarrolla cada año.

Se analizan de forma sistemática indicadores como la cuota de cliente o su rentabilidad además de las necesidades y expectativas de los clientes.

Desde 2017 se desarrollan las siguientes acciones:

- Segmentación de clientes por tipología
- Características diferenciadas para cada tipo de cliente
- Promoción de productos por redes sociales, pagina web, email y cursos según tipología

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

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

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

#### **13.1. Información adicional**

Tenemos un sistema incorporado registrado y formalizado se lleva a cabo un análisis interno y externos de nuestros productos y las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Posteriormente se hacen muestras y pruebas antes de implantación

Establecemos un análisis de situación, planificación e inversión y esfuerzo continuo en innovación de materiales junto con evaluación y proceso de mejora continua.

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

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

#### **14.1. Información adicional**

Se van incorporando aspectos ambientales y/o sociales en la producción y se analizan sistemáticamente en la gestión.

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

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

#### **15.1. Información adicional**

Incorporamos acción y seguimiento además de la anticipación y precisión, para Egalle es clave la calidad de los productos.

A los clientes se les realiza:

- Seguimiento de transporte para detectar incidencias o retrasos para evitar la queja del cliente. Control de logística con indicadores.
- Se envía periódicamente una newsletter con las novedades además de Post semanales y mensuales para dar a conocer los productos de las marcas en Instagram y Facebook, Post

semanales en LinkedIn con las novedades de la empresa y mantenemos actualizadas todas las web de cada marca con los productos detallados.

- Llevar un seguimiento post venta a través de un CRM incluido en la nueva ERP

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

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

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

#### **16.1. Información adicional**

Protocolarizado e integrado, la actuación es completa.

En la oferta comercial, catálogos y etiquetas de todos nuestros productos se informa de manera detallada las características, propiedades, ingredientes y modo de uso.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

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

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica

#### **17.1. Información adicional**

Internamente existe un sistema formalizado de reuniones de toda la plantilla con los líderes de la organización y de los líderes entre sí donde se actualizan los tableros de anuncios como canal de comunicación interna y se facilitan espacios de tiempo para expresar libremente opciones e ideas de mejora de cualquier ámbito.

En 2020 también se pusieron en marcha reuniones individuales anuales de cada trabajador con gerencia.

Además desde 2017 se aplica anualmente una encuesta de clima laboral en la que se miden las percepciones en las siguientes dimensiones a través de 26 ítems:

- MOTIVACIÓN
- FORMACIÓN
- COMUNICACIÓN
- LIDERAZGO
- ? COMPROMISO

La encuesta se ha ido adaptando y modificando y está abierta para incluir nuevas preguntas enfocadas a la RSC.

### **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)?**

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

#### **18.1. Información adicional.**

La organización realiza un diagnóstico organizativo de adaptación persona-puesto, existe un proceso formal de selección y acogida de personas sin tener en cuenta en ninguno de los casos aspectos género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura.

Además estamos en el proceso de la elaboración de un plan de igualdad.  
Hemos planificado nuevos planes de carrera para nuestros trabajadores.

### **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?**

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Hemos aplicado acciones de conciliación laboral, flexibilidad, vacaciones, asuntos propios etc. La idea es diseñar un protocolo donde se recojan unos puntos concretos de actuación, cómo debe proceder un empleado para solicitarlo y quién aprueba o deniega las solicitudes.

### **Formación y desarrollo profesional**

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

#### **20.1. Información adicional.**

Dado el pequeño número de empleados las acciones concretas son directas sin necesidad de una sistemática mayor, normalmente proponemos desde gerencia alguna de las formaciones que consideramos importantes realizar pero también son los trabajadores los que nos hacen propuestas.

Cada se realizan formaciones externas y además este 2021 la empresa ha comprado una suscripción anual de una plataforma de formaciones donde todos los trabajadores tienen acceso y pueden hacer las formaciones que consideren.

Además se va a desarrollar un plan de formación que incluya lo existente más lo que salga

en la encuesta Ad Hoc que se realice.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

### **21.1. Información adicional.**

En cada departamento se desarrollan acciones formativas en función de las necesidades que se requieren conforme crecen los requisitos y competencias de la organización.

## **Seguridad y Salud**

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

#### **22.1. Información adicional.**

Está externalizado el servicio de prevención de riesgos laborales y de la salud.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

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

##### **23.1. Información adicional.**

Se tienen en cuenta aspectos económicos, técnicos y medioambientales en las especificaciones técnicas de las materias primas incorporadas a la producción

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

##### **24.1. Información adicional.**

Se clasifican los proveedores en parámetros de adecuación-calidad, precio, y la incorporación de sus procesos aspectos sociales y medio ambientales

## **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?**

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización sin planificación específica

#### **25.1. Información adicional.**

Para Egalle es de capital importancia el apoyo a sectores necesitados y más aún en el contexto sanitario que vivimos, es por ello que a lo largo de esta difícil situación que ha atravesado, y aun atraviesa nuestro país, llevamos donadas 4374 unidades de gel hidroalcohólico destinados a la protección e higienización, poniendo, de esta forma, nuestro grano de arena en la lucha contra la COVID19. Por otro lado, Egalle cuenta con un programa solidario con el que contribuye cada año con ropa y productos de higiene para residencias y albergues que se donan al banco de alimentos.

Egalle colabora con Ecoembes (organización medioambiental que promueve la sostenibilidad, el cuidado del medio ambiente y el reciclaje) y Ecoactiva (nuestro gestor de residuos) poniendo de manifiesto el compromiso de Egalle, no solo con el medio ambiente, y el uso de material reciclado y la valorización de los residuos generados, sino con la mejora continua de los procedimientos de producción hacia una realidad más verde, razón por la cual, muchos de nuestros productos de cosmética son veganos, naturales, sostenibles en su fabricación y no testados en animales. Además, desde el 2020 se han sustituido los envases HDPE por envases PET, material 100% reciclable.

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

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

Se planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

#### **26.1. Información adicional.**

No existe una alta capacidad financiera para realizar grandes acciones, pero cada año intentamos realizar alguna colaboración o donación con asociaciones u ONG ?s.

- 2019 donación al banco de alimentos champús destinados a albergues y residencias.
- 2020 donación de gel hidroalcohólico al ayuntamiento de Zaragoza, destinado a la protección e higienización para la lucha contra la COVID19.
- 2021 tenemos preparada ya en nuestras instalaciones una donación de ropa para residencias y albergues y está prevista una colaboración con médicos sin fronteras.

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

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

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

### **27.1. Información adicional**

Todas las novedades se publican en nuestras redes sociales (Facebook e Instagram), linkedn y en las paginas web.

## **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?**

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

#### **28.1. Información adicional**

Se prevee la implantación de forma inmediata un proceso sistematizado de feedback derivado del análisis de materialidad y de las herramientas de comunicación con los stakeholders.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

Se evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

#### **29.1. Información adicional.**

Dentro de nuestra estrategia anual siempre destinamos un espacio para reducir nuestro impacto medioambiental.

En los últimos años hemos reducido el número de proveedores internacionales y sustituido por proveedores nacionales y locales para de este modo reducir la distancia y acercarnos cada vez más a fabricar productos de km 0 y además potenciar y favorecer el consumo local.

Otra de las acciones que hemos realizado el último año es buscar proveedores de envases que utilicen PET como material principal en los envases, para reducir consumo de plástico, puesto que las botellas tienen menos gramaje y son 100% reciclables.

### **Compromiso frente al cambio climático**

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

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

#### **30.1. Información adicional.**

Algunas de las acciones que hemos realizado en el último año han sido:

- Reducción de consumo de plástico y compra de papel reciclado
- Facilitado contenedor de papel y cartón en la oficina para reciclar
- Sustitución de envío de facturas físicas por envío telemático
- Trituradora de papel para utilizar el papel usado como relleno de las cajas de contenido delicado para amortiguar golpes.
- Propuesta de utilización de papel a doble cara y papel sucio.

Se está rediseñando la web para añadir una pestaña llamada sostenibilidad donde se puedan incluir todas las acciones y colaboraciones que realizamos, documentos que aporten transparencia y toda la información que se exija para la RSC

## **Economía circular**

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

#### **31.1. Información adicional**

Dada la innovación y creatividad de este sector se impone el reciclaje y utilización de materias primas aparcadas por esta creatividad

## **Comunicación ambiental**

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

Se comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

#### **32.1. Información adicional**

Internamente de forma sistemática y externamente mediante RRSS

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **Priorización de temas**

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

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

- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local

### **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?**

6

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

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

Promovemos un movimiento de COSMETICA sostenible que asegura que no se van a causar daños sobre el medioambiente durante todas las etapas involucradas en el proceso: producción, fabricación y distribución.

Buenos ejemplos de ello es que desde el 2019-2020 se han sustituido los envases HDPE por envases PET, material 100% reciclable.

Además, las nuevas líneas ?Original Botanic y Ohanic? están diseñadas con extractos de origen 100% natural cuyas materias primas y envases proceden de fábricas nacionales para asegurar un producto de km 0 que reduzca el impacto medioambiental.

Estas nuevas líneas también están concienciadas con la sociedad, son 100% veganas, cruelty free y no llevan siliconas, colorantes, parabenos, parafinas, peg-s, sal añadida ni gluten.

Además nos aseguramos siempre de que nuestras compras sean respetuosas con los derechos humanos.

Nos esmeramos contantemente en materia económica para ser eficientes con los recursos y devolverlo a los empleados con salarios justos.

**36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

- 1.- Implantar un plan estratégico de RSC, procesos, planes, acciones concretas, buenas practicas, previo análisis de materialidad
- 2.- Involucra a nuestra gente (empleados, clientes y proveedores) en los planes de la organización ya que son clave para lograr la misión y visión de la empresa.
3. Valorar la inclusión laboral de grupos desfavorecidos.
- 3.- Incluir en nuestra web una pestaña especifica de RSC.
- 4.- Las 3R y la economía circular, reducir, reutilizar y reciclar.
- 5.- Colaborar con alguna Start Up que desarrolle productos o materiales o sistematizar el tema de las ONG ?s.
- 7.- Contaminación 0. Planes para conseguirlo en un plazo determinado.

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

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

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.