



# INNOVARSE

NAVARRA

HORMIGONES VICENTE SL

Memoria de Sostenibilidad  
InnovaRSE 2012

[SEPTIEMBRE DE 2012]

**HV** HORMIGONES  
**VICENTE**  
[www.hormigonesvicente.com](http://www.hormigonesvicente.com)

AENOR  
**R**  
Empresa Registrada  
ER-1774-2001

CERTIFIED  
**Net**  
MANAGEMENT SYSTEM

Esta Memoria de Sostenibilidad 2012 de la empresa **HORMIGONES VICENTE SL** ha sido elaborada -siguiendo la metodología InnovaRSE por **PAULINO CALVO**, de **EIN NAVARRA CONSULTORÍA Y GESTIÓN SL**, que avala los datos que en ella se recogen, según la información aportada por la empresa.

Se ha elaborado gracias a la convocatoria de Ayudas para el Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial del Departamento de Desarrollo Rural, Industria, Empleo y Medio Ambiente del Gobierno de Navarra.

La Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra certifica que esta Memoria se ha realizado utilizando la **Metodología InnovaRSE** y verifica que se han seguido los principios y criterios definidos por Global Reporting Initiative (**GRI G3 C**).



	C	C+	B	B+	A	A+
Autodeclarado	✓	Verificación externa de la memoria		Verificación externa de la memoria		Verificación externa de la memoria
Comprobación externa (terceras personas)	✓					
Comprobación GRI						

*[Trasladar las marcas a la columna B si es el caso]*

Para cualquier información, duda o sugerencia relacionada con el contenido esta Memoria puede ponerse en contacto con nosotros en:

**HORMIGONES VICENTE SL**  
**Calle Merindades 4 bajo, Castejón (Navarra)]**  
**www.hormigonesvicente.com]**  
**joaquin@hormigonesvicente.com**  
**948 770194**



## ÍNDICE

UN RETO DE FUTURO _____	4
EL ALCANCE ESTA MEMORIA _____	6
¿QUIÉNES SOMOS? _____	8
NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN _____	12
COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS _____	13
LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD _____	14
DIMENSIÓN ECONÓMICA: UNA SÍNTESIS _____	15
DIMENSIÓN ECONÓMICA: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	16
DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES _____	18
DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS _____	20
DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	21
DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES _____	22
DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS _____	24
DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	25
DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES _____	27
PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL _____	29
LO QUE HACEMOS BIEN _____	31
EL PLAN DE ACTUACIÓN _____	33
AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO _____	36
LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN _____	37



## UN RETO DE FUTURO

Es un gran privilegio -y, al mismo tiempo, una gran responsabilidad- presentar esta primera **Memoria de Sostenibilidad** de nuestra empresa, resultado de un proceso de reflexión y compromiso que **HORMIGONES VICENTE SL** inició en 2010 con el fin de **implantar progresivamente criterios de responsabilidad social** en su estrategia, su planificación y su gestión.

De este modo deseamos incorporarnos a un movimiento de carácter global en el que participan activamente miles de organizaciones públicas y privadas y millones de personas, persiguiendo **avanzar juntos en el camino de la sostenibilidad**. Entendemos que la responsabilidad social empresarial debe contemplar criterios de sostenibilidad en su triple dimensión económica, ambiental y social y para lograrlo hemos iniciado un proceso a largo plazo que deberá conducirnos progresivamente hacia la meta deseada.

No estamos realizando solos este camino, sino que lo hacemos -junto con un buen número de empresas navarras- gracias al apoyo del **Departamento de Desarrollo Rural, Industria, Empleo y Medio Ambiente del Gobierno de Navarra** y de la **Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA)**.

El camino va a ser largo y complejo. La RSE exige nuevas formas de hacer y la adopción de claros principios éticos y un comportamiento responsable, así como una mayor vinculación de la empresa con la comunidad en la que desarrolla sus actividades. **La transparencia es un componente esencial de esta nueva visión de nuestra empresa** y es por ello que ponemos aquí -a disposición de nuestros trabajadores, clientes, proveedores y el conjunto de la sociedad del que formamos parte- información relevante sobre nuestra actividad y sobre nuestros planes de futuro.

En el marco de este proceso hemos podido identificar algunas de las **buenas prácticas** ya existentes en la empresa, en particular:

- Sistema de reutilización de agua para el lavado de camiones.
- Existencia de un Plan de Prevención de Riesgos Laborales.
- Existencia de un sistema de medición de la satisfacción del cliente.

Además, hemos detectado también **algunas áreas y ámbitos de trabajo en los que estamos decididos a mejorar** antes de 2014, en concreto

- No existe un sistema de homologación de proveedores y empresas subcontratadas.**
- No existe Sistema de gestión ambiental.**
- No hay un sistema de tratamiento del hormigón sobrante.**
- No se realiza formación ambiental.**
- Inexistencia de Carta de servicios / código de prácticas profesionales.**

- Falta de planificación de las acciones de colaboración y patrocinio.**
- No hay Sistema de comunicación y medición de la satisfacción de la clientela (teniendo en cuenta la nueva clientela).**

Asumimos nuestro **decidido compromiso con este proceso**, del que estamos dispuestos a informar periódicamente a trabajadores, clientes, proveedores y otros grupos y colectivos interesados en las actividades de esta empresa y en su repercusión económica, ambiental y social. Además, serán bienvenidas todas las sugerencias, propuestas e ideas que en este sentido puedan ayudarnos a alcanzar la meta deseada.

Esta Memoria de Sostenibilidad es **una herramienta de comunicación de la RSE de nuestra empresa**. La difundiremos a todos nuestros grupos de interés como resultado de nuestro trabajo y compromiso por la sostenibilidad en nuestro negocio.

**Joaquín Vicente Campo**  
**Gerente**



**Castejón, 8 de Octubre de 2012**

**Nota para el consultor 1: Se trata de una propuesta de contenido que podrá ser modificada a voluntad de la empresa.**

**Nota para el consultor 2: Para la obtención del sello GRI B+, es necesario tener en cuenta e incorporar la información recogida en el punto 1.2 de la Guía G3 de GRI.**



## EL ALCANCE ESTA MEMORIA

Esta Memoria de Sostenibilidad supone un tercer paso de **HORMIGONES VICENTE SL** en el marco de la Metodología InnovaRSE, un proceso de reflexión y mejora continua que ayuda a incorporar aspectos de RSE tanto en la estrategia a medio y largo plazo como en la operativa diaria a corto plazo.

En coherencia con esta metodología, antes de esta Memoria hemos realizado un **Diagnóstico** de la situación de la empresa en materia de Responsabilidad Social Empresarial y hemos elaborado un **Plan de Actuación**, que ahora estamos implementando. La información que aquí ofrecemos está recogida con mayor detalle y exhaustividad en ambos documentos, que han sido **elaborados por consultores acreditados en la metodología InnovaRSE** por el CRANA y el Departamento de Desarrollo Rural, Industria, Empleo y Medio Ambiente.

La información recogida en esta Memoria corresponde a los ejercicios **2010** y **2011** y será actualizada en **2014**, puesto que este documento tiene un carácter **bienal**.

El enfoque que se adopta en esta Memoria es **coherente con los principios definidos por la Global Reporting Initiative (GRI)** sobre transparencia en las Memorias de Sostenibilidad, tanto en lo relativo a la determinación de los temas sobre los que informar -materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad- como a la calidad y presentación adecuada de la información -equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, claridad y fiabilidad-:

- **Materialidad:** la información contenida en la memoria cubre aquellos aspectos e Indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.
- **Participación de los grupos de interés:** Identificación de los grupos de interés y descripción de cómo se da respuesta a sus expectativas e intereses razonables.
- **Contexto de sostenibilidad:** presentación de datos del desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad.
- **Exhaustividad:** la memoria refleja suficientemente los impactos sociales, económicos y ambientales significativos y permite que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización durante el periodo que cubre la memoria.
- **Equilibrio:** la memoria refleja los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.
- **Comparabilidad:** la información divulgada se presenta de forma que los grupos de interés puedan analizar los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones.

- **Precisión:** la información de la memoria es precisa y lo suficientemente detallada para que los grupos de interés puedan valorar el desempeño de la organización.
- **Periodicidad:** la información se presenta a tiempo y siguiendo un calendario periódico que se explicita.
- **Claridad:** la información se expone de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria.
- **Fiabilidad:** la información y los procedimientos seguidos en la preparación de la memoria se han recopilado, registrado, compilado, analizado y se presentan de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

En la tabla se detalla el lugar de esta Memoria donde se recogen los contenidos exigidos en el enfoque GRI:

Contenidos GRI	Contenidos Memoria de Sostenibilidad InnovaRSE	Números de página
<b>1 Estrategia y análisis</b> (1.1 - 1.2)	Un reto de futuro	<b>4</b>
	Dimensión económica, ambiental y social: la situación de partida	<b>15,20,24</b>
<b>2 Perfil de la organización</b> (2.1 - 2.10)	¿Quiénes somos?	<b>8</b>
<b>3 Parámetros de la memoria</b> (3.1 -3.8 y 3.10 - 3.12)	El alcance de esta memoria	<b>6</b>
<b>4 Gobierno, compromisos y participación</b> (4.1-4.4 y 4.14 -4.15)	¿Quiénes somos?	<b>8</b>
	Nuestra misión y visión	<b>10</b>
	Comprometidos con las personas	<b>12</b>
<b>5 Enfoque de la gestión e indicadores por dimensiones</b>	Dimensión económica, ambiental y social: una síntesis, la situación de partida e indicadores	<b>11,19</b>
	Lo que hacemos bien	<b>21</b>
	El plan de actuación	<b>32</b>
	Avanzando en nuestro compromiso	<b>35</b>



## ¿QUIÉNES SOMOS?

*Una descripción de la empresa, con la información recogida en los apartados [Datos de la empresa] del Informe de Diagnóstico y [Presentación de la empresa] del Plan de Actuación.*

*Deberá elaborarse un texto que incluya información sobre los siguientes aspectos (siempre y cuando apliquen o sean coherentes con la naturaleza de la entidad):*

*El nombre de nuestra Organización es Hormigones Vicente SL, proveniente de carácter familiar y de la actividad que tradicionalmente la empresa ha realizado, que posteriormente ha ido evolucionando y transformándose.*

*Las principales marcas de la empresa son HORMINGONES VICENTES, CANTERAS EL CERRO Y VELESTONE, siendo los productos más importantes de la empresa los hormigones, morteros, áridos de obra, prefabricados de hormigón, piedra decorativa y ornamental. Los servicios que se ofrecen son el transporte de áridos y agencia de transporte.*

*La estructura operativa de la empresa se resume perfectamente en el siguiente gráfico:*





## ESTRUCTURA OPERATIVA

*La localización de la sede principal de Hormigones Vicente se encuentra en la Calle Merindades número 4 bajo, Código Postal 31590 en Castejón (Navarra).*

*En fecha de septiembre de 2012, la empresa opera en 4 países de la Unión Europea, concretamente en España, Francia, Bélgica y Suiza.*

*La naturaleza de la empresa es una empresa familiar de 4 socios administradores solidarios. Es una Sociedad Limitada.*

*Los productos que se fabrican y comercializan son Hormigón, mortero y áridos para la construcción en un radio de, aproximadamente, 100 km. alrededor de Castejón. Este mercado abarca parte de las Comunidades Autónomas de la Navarra, La Rioja, y Aragón.*

*En cuanto a los áridos para prefabricados de hormigón el mercado es nacional, a toda España, sirviendo en Comunidades como Andalucía, Islas Baleares o Galicia.*

*Los prefabricados de hormigón también se sirven en el mercado nacional.*

*La novedad de los últimos años radica en la ampliación al mercado internacional, fundamentalmente europeo, a través de la comercialización de piedra decorativa y ornamental a países como Francia, Bélgica y Suiza.*

*Actualmente la empresa cuenta con 12 trabajadores.*

*En 2009 la empresa solamente vendía hormigón y áridos, con facturaciones en torno a los 5 millones de euros. Hasta ese momento la mayoría de los clientes eran*

constructores o tenían relación directa con la construcción. En cuanto a las ventas, el total de las mismas eran nacionales, concretamente el 70% locales y el 30% restantes nacionales. Esta dinámica ha cambiado bruscamente en estos años, debido al cambio de estrategia y al declive de la construcción. En 2012 el tipo de cliente se ha diversificado de manera importante. Además el mercado se ha internacionalizado, siendo el 40% de las ventas locales, otro 40% nacionales y el 20% internacionales, concretamente en los países de Francia, Suiza y Bélgica. En 2012 el 30% de las ventas es piedra decorativa, facturando alrededor de 1 millón de euros.

En cuanto a distinciones y premios, solamente se han recibido las distinciones por la realización del Diagnóstico de RSE y del Plan de RSE, pudiendo utilizar los sellos oficiales relativos a los mismos.

En cuanto al organigrama de la empresa, se expone a continuación:



En cuanto los órganos de gobierno y participación, es importante señalar que semanalmente existen reuniones de los socios, en la que se hacen balances a todos los niveles y se toman las decisiones oportunas que sea necesario. El carácter familiar de la empresa conlleva que la comunicación entre los accionistas sea diaria y continua, por lo que esta fluidez permite un funcionamiento más dinámico. Hay que tener en cuenta además, que los 4 socios tienen la misma participación en la empresa, siendo además trabajadores. Cada uno se encarga de una parte de la empresa. En cuanto a los trabajadores, también participan en la estrategia de la empresa, algunos con mayor ahinco, dependiendo de su puesto. Sería bueno sistematizar el sistema participativo, tal y como se vio en el diagnóstico, si bien es importante tener en cuenta el reducido tamaño de la entidad y su carácter familiar, aspectos que conllevan que la participación se directa y continua, más como un aspecto de su propio funcionamiento diario que como una añadido más.

Como bien se ha señalado, la comunicación con los empleados es totalmente directa, normalmente acuden a a la oficina cuando quieren realizar cualquier consulta, tienen dudas o sugerencias. Cuando hay temas de importancia general se realizan reuniones en las que se cuenta con toda la plantilla, trabajadores y socios.

**Nota para el consultor:** Para la obtención del sello GRI B incluir los puntos 4.5 a 4.13 de la Guía G3 de GRI.





## NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN

La **misión** de **Hormigones Vicente SL** es Ofrecer un producto y un servicio de calidad, basado en un trato cercano y de confianza con el cliente. El concepto de calidad de nuestra actividad tiene un fuerte componente de compromiso social, puesto que nuestros productos (hormigones, etc.) son la base de muchos elementos imprescindibles en la propia vida de la población (casas, colegios, carreteras, etc.). La relación directa que nuestra actividad tiene con el Medio Ambiente conlleva una preocupación por el deterioro del mismo, siendo cada vez mayor la preocupación y el respeto por el Medio Ambiente en el que trabajamos y vivimos. Por ello solo el respeto por el entorno y la minimización de nuestro impacto nos permitirá continuar prosperando y diversificando los productos, gracias a lo que la propia naturaleza nos proporciona.

La **visión** de **HORMIGONES VICENTE SL** es avanzar hacia el futuro consolidando y diversificando nuestra producción, minimizando el impacto medioambiental de nuestra actividad para fomentar el mantenimiento de un Medio Ambiente que es nuestro recurso máspreciado, al igual que las personas que de una manera u otra se relacionan con nosotros. El desarrollo de la empresa nos hace mirar hacia el futuro con una mirada más amplia, tanto de productos como de mercados, siempre con la perspectiva de generar riqueza en nuestra tierra, apoyándonos en lo que nos da, productos y personas.



## COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS

Durante la elaboración de nuestro Diagnóstico y Plan de Actuación RSE, hemos podido analizar la importancia esencial que para **HORMIGONES VICENTE SL** tiene nuestra relación con los trabajadores, los proveedores y los clientes, así como los proveedores, la comunidad, y la administración local.

De hecho, durante el proceso de elaboración de nuestro Plan de Actuación en materia de RSE hemos tenido muy en cuenta el modo en que nuestra actividad afecta a estos grupos de interés de la empresa y hemos podido revisar también la forma en que la actividad de la empresa se ve influenciada por dichos grupos de interés a través de una matriz de priorización.

Así, para HORMIGONES VICENTE SL, los propietarios son clave en la propia empresa y su devenir, teniendo en cuenta el carácter familiar de la empresa y el hecho de que los socios y propietarios son, a la vez, trabajadores de la misma, por lo que la involucración en la actividad es total y cubre todos los ámbitos posibles. Los trabajadores son claves, siendo toda su actividad de un impacto clave para el propio funcionamiento de Hormigones Vicente SL, teniendo en cuenta además, que la gran mayoría acumulan una antigüedad y experiencia muy importante, que conforma un valor añadido a tener en cuenta. En cuanto a los clientes, su impacto sobre la empresa es totalmente relevante, puesto que su satisfacción, ampliación y fidelidad es uno de las aspiraciones continua que tiene la empresa.

Como se puede comprobar en este mismo documento, nuestros objetivos de mejora en materia de responsabilidad social han tenido muy en cuenta la percepción e intereses de nuestros grupos de interés. Y no solo ello, sino que estamos procurando también articular los medios necesarios para mejorar tanto nuestra relación como la calidad de la comunicación que mantenemos. Una de las mejores pruebas de ello es, obviamente, esta misma Memoria de Sostenibilidad.

Además, *periódicamente se realiza un informe general de situación sobre el estado económico de la empresa, que es facilitado a los propietarios para su valoración. Es importante, a pesar de que no se tiene sistematizado, la comunicación con los trabajadores es fluida y continua, puesto que la empresa es pequeña y los espacios de encuentro son continuos. Además algunos trabajadores conocen el plan estratégico de la empresa y están involucrados en aportar ideas para avanzar en su desarrollo. No obstante, tal y como se detectó en el diagnóstico debería sistematizarse los propios protocolos de participación, siempre teniendo en cuenta el carácter de la empresa, familiar y pequeña, algo que conlleva que la participación de todos y todas sea un aspecto del propio funcionamiento diario de la empresa más que un añadido.*

*Nota para el consultor: Para la obtención del sello GRI B incluir los puntos 4.16 y 4.17 de la Guía G3 de GRI.*



## LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD

La Unión Europea, en su Estrategia renovada para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas, define la RSE como «*la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad*».

La RSE recoge la inquietud por las cuestiones socioambientales y la percepción de que el modelo económico en el que estamos inmersos necesita adoptar una serie de cambios importantes si no queremos poner en peligro su supervivencia y la del medio.

**La RSE está ligada al concepto de sostenibilidad en su triple dimensión: social, económica y ambiental.** Así, trata de incorporar estas variables a la planificación y la gestión de la empresa, con lo que se incrementan y enriquecen los factores que habitualmente se utilizan para la toma de decisiones.

Aparentemente, esto significa complicar la gestión empresarial y hacerla más difícil. Sin embargo, nosotros estamos convencidos de que incluir las componentes sociales y ambientales en la gestión empresarial incrementa la competitividad de la empresa y, a medio y largo plazo y **mejora sustancialmente la calidad de los productos o servicios que ofrece a la sociedad.**

Nuestra empresa realizó en **2010** un **diagnóstico de RSE para cada una de las tres dimensiones de la sostenibilidad: la económica, la ambiental y la social.** Este análisis supuso un magnífico punto de partida para conocer en qué medida estábamos contemplando criterios de responsabilidad social en nuestra gestión empresarial y, también, en qué aspectos necesitábamos mejorar de forma prioritaria.

Para la elaboración del Diagnóstico, **se analizaron diez criterios para cada una de las tres dimensiones con parámetros cualitativos y cuantitativos.** Los cualitativos han sido útiles como elementos de aprendizaje y reflexión sobre la situación de la RSE en la empresa, mientras que los parámetros cuantitativos nos han ayudado a complementar el análisis con algunos datos y cifras útiles para poder evaluar tendencias y realizar comparativas en el medio y largo plazo.

En las páginas siguientes detallamos algunas de las principales conclusiones alcanzadas en dicho Diagnóstico, lo que nos permitió definir algunos de los aspectos sobre los que, de hecho, ya hemos comenzado a mejorar desde entonces.



## DIMENSIÓN ECONÓMICA: UNA SÍNTESIS

Este es un resumen gráfico de nuestra situación en lo referente a la **dimensión económica de la sostenibilidad** y los diez aspectos clave que se analizan en el marco de la metodología InnovaRSE: [copiar y pegar bocadillo de acuerdo a puntuación en la escala de valoración

cuantitativa: [copiar y pegar bocadillo de acuerdo a puntuación en la escala de valoración  
 cualitativa: [copiar y pegar bocadillo de acuerdo a puntuación en la escala de valoración]

Contabilidad y fiscalidad	
Transparencia y buen gobierno	
Política salarial	
Política financiera	
Política de inversiones	
Política de distribución de beneficios y tesorería	
Control y políticas de costes	
Política de selección de proveedores	
Política de pagos a proveedores	
Cumplimiento de periodos de pago a proveedores	

	¡Hay que hacer cambios!
	Necesitamos mejorar
	Estamos en valores intermedios
	Vamos por buen camino
	¡En esto destacamos!



## DIMENSIÓN ECONÓMICA: LA SITUACIÓN DE PARTIDA

*En general, la dimensión económica nos ofrece una buena sensación de la empresa Hormigones Vicente, ya que aunque a priori no existía un conocimiento en profundidad del tema de la RSE, sí que muchas de las iniciativas en esta dimensión están en concordancia con la filosofía de la Responsabilidad Social Empresarial.*

*En dos aspectos la empresa no realiza ningún tipo de practica de RSE relacionada. Por un lado todo lo relacionado con el buen gobierno, en este aspecto solamente los socios, a su vez familiares, son los únicos que conocen los resultados económicos de la empresa, no teniéndose en cuenta ningún otro tipo de grupo de interés. Por otro, lo relacionado con las operaciones con las entidades financieras, en las que se tienen en cuenta criterios que benefician a la propia empresa, pero no se tienen en cuenta que las entidades financieras sean más sostenibles o no, a pesar de que prima el trato de confianza y personal por encima del económico.*

En cuanto a las dificultades para implantar aspectos de RSE en la dimensión económica, la empresa encuentra:

- Inexistencia de cultura de tener en cuenta a los grupos de interés. El hecho de dar información económica a los trabajadores es un concepto que no está interiorizado en la cultura de la empresa. Lo mismo ocurre con otros grupos de interés.
- Todo lo relativo a la satisfacción de los trabajadores se realiza de manera informal, no existe una cultura de sistematizar estos procesos, ni por parte de la dirección ni por parte de los trabajadores, que no están acostumbrados a este tipo de iniciativas Este puede ser un handicap que solamente puede salvarse con una buena comunicación e insistencia.
- El desconocimiento de muchos conceptos relacionados con la RSE (como ISR) conlleva que este tipo de iniciativas no se lleven a cabo y de buenas a primeras se tengan ciertas reticencias a tenerlas en cuenta.

Sin embargo, también contamos con importantes apoyos, como:

- Un apoyo importante a tener en cuenta en todas las dimensiones es la buena predisposición de la dirección a introducir la RSE en la empresa.
- Existe una buena relación con los trabajadores y estabilidad en la empresa. Nunca se ha despedido a nadie.
- Se tienen bien planificadas las inversiones y se evalúa la rentabilidad de las mismas.
- Una parte de los beneficios se destina a apoyo social a diferentes iniciativas (musicales, sociales, deportivas, etc.).
- Los proveedores y subcontratistas son normalmente los mismos, hecho que es positivo a la hora de controlar los criterios de RSE.



El análisis que hemos realizado nos ha permitido detectar también algunas necesidades que tendremos que intentar cubrir en el futuro, como es el caso de:

- La necesidad de tiempo para que la empresa interiorice el concepto de RSE en aspectos como los grupos de interés y la relación con los mismos. Hay buena predisposición pero la novedad del concepto requiere de tiempo.
- El responsable de RSE en la empresa lleva muchos otros temas, hecho que conlleva una mayor dificultad a la hora de desarrollar iniciativas como la medición de la satisfacción de los trabajadores con la retribución. La necesidad es el tiempo para dedicarle.



## DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES

Estos son algunos de los indicadores que estamos utilizando para analizar la dimensión económica:

ÁREA DE ANÁLISIS	INDICADOR	Observaciones	GRI	Valor [año]
Uso de los recursos locales	Porcentaje de compras producidas en el territorio sobre el total de compras	Este indicador permite identificar el porcentaje de compras efectuadas en el mismo territorio donde la empresa está instalada sobre el total de compras.	EC1	58% €
Gestión de capital	Ventas netas	Este indicador quiere indicar la cifra de negocio de la organización, expresada como habitualmente ya se hace en otros documentos como las cuentas anuales. No obstante, se debe subrayar que las ventas netas eliminan de sus ingresos descuentos, rappels... que la empresa hace a la clientela, para dar una cifra más real del valor neto de sus ingresos.	EC1	Ventas Navarra 323000€ Ventas Rioja 16000€ Ventas totales 739000€
Gestión de capital	Aumento o disminución de las ganancias retenidas al final del período	El objetivo de este indicador consiste en identificar la evolución de las Ganancias Retenidas (Beneficios – Dividendos = Ganancias Retenidas) de la organización durante un período en concreto, que puede ser respecto al año anterior o de un año base diferente. No obstante, es recomendable hacer una comparación explícita de la evolución de la ganancia retenida en los últimos tres años, como mínimo.	EC1	1200000 €
Marketing responsable	Incidentes por el incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntarios	Identificación y registro por parte de la empresa de los incidentes derivados por el incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntarios relacionados con los impactos de los productos y de los servicios en el ámbito de la información y el etiquetaje o la salud y la seguridad durante su ciclo de vida.	PR2 PR4	0
Innovación	Recursos destinados a la innovación	Este indicador procura identificar de forma objetiva los esfuerzos de la organización respecto al desarrollo de la innovación, identificando de forma documental los recursos que la empresa destina a la innovación (horas/persona o euros invertidos => maquinaria, sistemas de gestión y de la información, despliegue de nuevos proyectos...).		Se desconoce

## DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS

Este es un resumen gráfico de nuestra situación en lo referente a la **dimensión ambiental de la sostenibilidad** y los diez aspectos clave que se analizan en el marco de la metodología InnovaRSE: *[copiar y pegar bocadillo de acuerdo a puntuación en la escala de valoración*

*cuantitativa:*  1-2; 3-4; 5-6; 7-8; 9-10]

Política ambiental explícita	
Sistema de Gestión Ambiental implantado	
Control consumos de agua, energía y combustibles	
Gestión de residuos	
Gestión de vertidos	
Gestión de emisiones	
Gestión del ruido	
Gestión de envases y embalajes	
Formación e investigación ambiental	
Certificación ambiental	

	¡Hay que hacer cambios!
	Necesitamos mejorar
	Estamos en valores intermedios
	Vamos por buen camino
	¡En esto destacamos!



## DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA

*Tal y como se puede observar si analizamos la dimensión ambiental, hay una gran desequilibrio entre las diferentes partes de la dimensión ambiental . Hay varias de esas premisas en las que la empresa está actuando, con margen de mejora, y realizando actividades acordes con la RSE. No obstante, hay varias áreas en las que la empresa no realiza ningún tipo de iniciativa, por lo que la puntuación es la mínima, ya que en las conversaciones con los responsables, no se han encontrado ningún tipo de iniciativa que pueda estar relacionada con dichas áreas. En este punto destaca la inexistencia de política ambiental y por supuesto de un sistema de gestión ambiental. Además tampoco se ha realizado nunca ninguna iniciativa de formación ambiental para los trabajadores.*

*En bastantes áreas, sin embargo, sí que encontramos acciones que la empresa lleva a cabo y que favorecen la parte ambiental de la RSE. Sobre todo cuando lo ambiental es directamente proporcional a lo económico, hecho que desde la RSE debe ser aprovechable pero no único.*

*No obstante, es importante señalar que la predisposición de la empresa a introducir acciones de mejora ambientales es positiva, ya que muestran consciencia de que el Medio Ambiente hay que cuidarlo, ya que, entre otras cosas, es el medio gracias al cual desarrollan su actividad empresarial.*

Obviamente, la empresa encuentra algunas dificultades para implantar aspectos de RSE en la dimensión ambiental, como es el caso de:

- La empresa no cree necesaria la implantación de ningún sistema de Gestión Ambiental ni la certificación de ninguna norma de ese estilo, ya que el costo que conlleva actualmente no es viable.
- La plantilla de la empresa no está acostumbrada a recibir formación, y es bastante reticente a interiorizar conceptos innovadores.
- En la empresa tampoco se tiene la costumbre de ofrecer formación que no esté directamente desarrollada con la actividad de cada trabajador.
- Es importante mencionar, también, las ayudas y refuerzos con los que se cuenta, como:
  - sistema de gestión ambiental, la empresa muestra buena disposición a desarrollar iniciativas que mejoren el impacto ambiental que pueda generar.
- La mejora de muchas iniciativas ambientales es directamente proporcional a una mejora económica.

Junto a todo ello, el diagnóstico realizado nos ha llevado a identificar algunas necesidades que tendremos que solventar en los próximos años. Entre las más relevantes se pueden destacar:

- En el tema del vertido de hormigón, el alto costo del tratamiento frena el hecho de que la gestión sea sostenible.
- El coste económico de introducir una norma ambiental y certificarla.



## DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES

A continuación relacionamos algunos de los indicadores que hemos utilizado para cuantificar la dimensión ambiental:

ÁREA DE ANÁLISIS	INDICADOR	Observaciones	GRI	Valor [año]
Gestión del agua	% total de agua reciclada o reutilizada para el funcionamiento de la actividad	La organización ha de poner de manifiesto si tiene implantado algún sistema de reutilización de sus aguas residuales de manera que el consumo anual de agua de la red se vea disminuido. En caso afirmativo, debe medir el porcentaje de agua reciclada o reutilizada para el funcionamiento de la actividad.	EN10	90% <sup>m3</sup>
Gestión de energía	Control y seguimiento del consumo directo e indirecto anual de energía, desglosado en fuentes primarias	Por una parte, se pretenden saber de todas las fuentes de energía que son utilizadas para el funcionamiento de la organización (en la producción, en el transporte de mercancías, en los desplazamientos de los comerciales...) cuál es su consumo anual. Por otra parte, interesa evidenciar si la organización realiza un seguimiento de estos consumos anuales, para así, a partir de un análisis, en los casos que sean necesarios, establecer medidas de mejora.	EN3 EN4	Eléctrica 512000( Kwh)  gasoil 22.687 litros
Gestión de energía	Porcentaje de energía consumida proveniente de fuentes renovables propias	Se quiere poner de manifiesto qué cantidad de toda la energía consumida por la organización proviene de fuentes de energía renovables de producción propia (placas fotovoltaicas, aerogeneradores...).	EN5	0%
Contaminación acústica	Diferencia del ruido exterior producido por la actividad y el valor de emisión límite de la zona de sensibilidad acústica	La organización ha de indicar la diferencia del ruido exterior producido por la actividad y el valor de emisión límite de la zona de sensibilidad acústica donde se ubica la actividad, expresado en decibelios.		Se desconoce
Contaminación atmosférica	Control y seguimiento de la emisión, directa e indirecta, de gases de efecto invernadero	La organización ha de evidenciar si lleva un control de las emisiones de gases de efecto invernadero, de manera que pueda saber la evolución de este indicador. Por otra parte, las emisiones debidas al consumo anual de energía (eléctrica, gasóleo, gas natural, GLP...) se pueden expresar en toneladas de CO <sub>2</sub> , mediante factores de conversión que permitirán sumar todos los valores.	EN16 EN17	Gasoil 60.120,5 5 kgs  Electricidad 332.288 kgs  Total 392.408, 55 kgs



## DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS

Este es un resumen gráfico de nuestra situación en lo referente a la **dimensión social de la sostenibilidad** y los diez aspectos clave que se analizan en el marco de la metodología InnovaRSE [copiar y pegar bocadillo de acuerdo a puntuación en la escala de valoración

cuantitativa: 1-2; 3-4; 5-6; 7-8; 9-10]

Política de seguridad y salud laboral	
Control condiciones trabajo y valoración del riesgo	
Participación interna en la empresa	
Política de igualdad de oportunidades	
Contratación colectivos desfavorecidos	
Conciliación de la vida laboral y personal	
Políticas de atención al cliente	
Código de prácticas profesionales o carta de servicios	
Apoyo a proyectos sociales	
Contratación de proveedores locales	

	¡Hay que hacer cambios!
	Necesitamos mejorar
	Estamos en valores intermedios
	Vamos por buen camino
	¡En esto destacamos!





## DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA

*Al igual que en los otros decálogos, existe un gran desequilibrio entre las diferentes premisas del decálogo social, ya que algunas se cumplen de manera muy satisfactoria, mientras que otras no existen en la empresa de ninguna manera.*

*Todo lo relativo a temas de Seguridad y Salud Laboral tiene un buen desarrollo en la empresa, al igual que todo lo relacionado con los clientes y los proveedores.*

*No obstante la parte de los trabajadores es la que menos puntuaciones obtiene. Por un lado debido a la falta de políticas e iniciativas relacionadas con la igualdad de género y la conciliación de la vida laboral y familiar. En este aspecto es importante señalar que en la empresa trabajan muy pocas mujeres, y en la parte de producción ninguna.*

*Lo relacionado con información a los trabajadores y la participación de los mismos no se ha venido desarrollando de ninguna manera. Hay que tener en cuenta que Hormigones Vicente es una empresa de carácter familiar y de tamaño pequeño, en la que tradicionalmente no se han desarrollado este tipo de iniciativas. No obstante, en la actualidad se está dando un proceso de modernización en la empresa, con la búsqueda de nuevos mercados y productos, hecho que requiere también de una gestión más moderna y sostenible.*

*Un aspecto importante que no se refleja en el decálogo es el hecho de que en la empresa nunca se ha despedido a nadie, aspecto que es una garantía de estabilidad para la plantilla, y que muestra la buena relación existente entre trabajadores y empresa. Esto se evidencia en el último indicador calculado (se ha elegido de los indicadores reserva), ya que la media de antigüedad de la plantilla es de 15,90 años, dato que muestra la gran estabilidad, hecho positivo en la situación actual que se vive.*

También en la dimensión social, hemos descubierto algunas dificultades para adoptar una gestión en la que la responsabilidad social sea un eje transversal. En particular:

- No existe tradición de participación de los trabajadores en los planes de la empresa. El carácter familiar de la empresa y el sector han venido estableciendo un sistema empresarial muy tradicional.
- Todo lo relacionado con la igualdad de género, conciliación, etc. no tiene ningún desarrollo, ya que la empresa solamente emplea a dos mujeres. Desde la dirección no encuentran necesidad en el desarrollo de este tipo de iniciativas.

Aunque, obviamente, también disponemos de importantes apoyos, entre los que destacan:

- Actualmente se está en un proceso de modernización de la empresa, con una buena predisposición a introducir conceptos nuevos.

El análisis de las necesidades nos ha permitido conocer algunos aspectos en los que será necesario procurar ayuda en el futuro, en concreto:

- Cambio de mentalidad en lo relacionado a la conciliación de la vida laboral y personal.





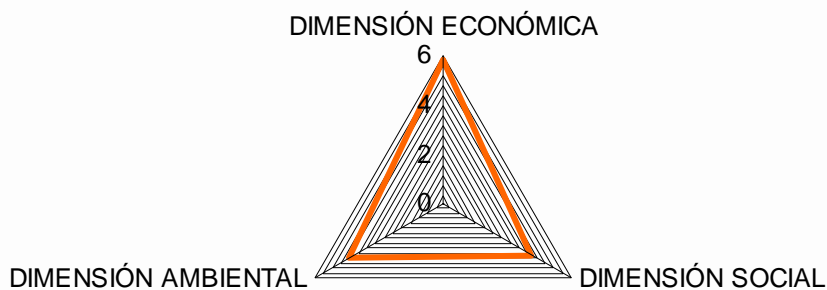
## DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES

Y éstos son algunos de los indicadores que hemos seleccionado para el análisis de la dimensión social de la sostenibilidad:

ÁREA DE ANÁLISIS	INDICADOR	Observaciones	GRI	Valor [año]
<b>Formación</b>	Horas de formación por persona	Indicar el número medio de horas de formación por trabajador/a. Desglosado por categoría y por tipo de formación (promoción, prevención de riesgos laborales, medio ambiente, derechos humanos y otros).	LA10 LA11 HR3 HR8 SO3	10 horas/persona/año
<b>Igualdad de oportunidades</b>	Personal según categoría profesional	Desglosar las personas de la organización según la categoría profesional, se especificará el porcentaje de mujeres, hombres, personas con discapacidad, mayores de 45 años, personas procedentes de programas de integración u otros para cada categoría.	LA13	Producción 100% hombres Administración
<b>Seguridad e higiene en el trabajo</b>	Índice de incidencia	Indicar el valor del índice de incidencia de la organización, que equivale al número de personal con baja por cada millar de personal expuesto. Índice de incidencia = (Nº de accidentes con baja / total de la plantilla) x 100000.	LA7	0%
<b>Satisfacción de la clientela</b>	Quejas recibidas por parte de la clientela	Indicar el número de quejas recibidas por parte de la clientela durante el año, donde se determina la existencia en su origen de responsabilidad de la organización por cualquier naturaleza. Incluye tanto quejas fruto del incumplimiento de regulaciones como de códigos voluntarios.	PR4 PR5	0 quejas
<b>Estabilidad de la empresa</b>	Media de permanencia en la empresa	Indicar la media de permanencia en la empresa que se obtiene haciendo una media de la antigüedad en la empresa de todo el personal	LA2	15,90 años



## PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



Tal y como se puede apreciar en los gráficos globales, existe un desequilibrio intenso a favor de la dimensión económica, ya que obtiene un mayor promedio que la dimensión ambiental y la social. Es necesario señalar que ni la dimensión ambiental ni la dimensión social obtienen una puntuación por encima de 5, hecho que muestra como el margen de mejora en estas áreas es sensiblemente mayor que en la parte económica.

La mejor situación de la dimensión económica viene dada por el hecho de que ha sido la parte que la empresa más ha impulsado en su andadura, quizás por ser la parte que más relacionada está con el transcurrir de la empresa, y la parte tradicionalmente que más controles internos tiene. Este hecho suele darse en empresas con el perfil de Hormigones Vicente S.L., de marcado carácter tradicional, donde conceptos novedosos como la RSE apenas han tenido una presencia puntual. En este escenario, la parte ambiental y la social son las dimensiones que menos se tienen en cuenta, quizás porque los beneficios no son tan tangibles como los de la económica. No obstante, la elaboración del Diagnóstico ha abierto una puerta a la RSE, como concepto innovador que puede aportar grandes beneficios a la empresa, sobre todo teniendo en cuenta el actual proceso de apertura de mercados y nuevos productos en el que se encuentra inmersa.

Por tanto, aunque en la parte económica también existe un amplio margen de mejora, es evidente que las dimensiones social y ambiental son en las que mayor esfuerzo habrá que poner para avanzar hacia un modelo más sostenible.





## LO QUE HACEMOS BIEN

Gracias a la elaboración del Diagnóstico RSE, pudimos conocer en qué aspectos de su gestión **HORMIGONES VICENTE SL** ya estaba actuando conforme a los criterios de la Responsabilidad Social Empresarial.

Son lo que denominamos buenas prácticas RSE, de las que nos sentimos especialmente orgullosos:

### Nuestras buenas prácticas en la dimensión económica

#### **PAGO CON CONFIRMING**

[Descripción y evidencias de la buena práctica y grupos de interés a los que afecta]

Hormigones Vicente utiliza esta forma de pago con algunas empresas proveedoras y subcontratadas. Siempre con un acuerdo mutuo. Esta forma de pago permite que las empresas ingresen muy pronto la cuantía de dinero, y a pesar de que se tenga que pagar ciertos intereses, esto permite que tengan mayor liquidez.

Los grupos de interés a los que afecta fundamentalmente son los proveedores y empresas subcontratadas fundamentalmente.

#### **EXISTENCIA DE UN PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.**

Todo lo relacionado con la Prevención de Riesgos Laborales tiene mucho desarrollo, y continuamente se están realizando revisiones del mismo.

El grupo de interés más afectado, y positivamente, es el de los trabajadores.

### Nuestras buenas prácticas en la dimensión ambiental

#### **SISTEMA DE REUTILIZACIÓN DEL AGUA PARA EL LAVADO DE CAMIONES**

El uso que la empresa hace de agua es muy elevado, ya que el lavado continuo de los camiones es imprescindible para mantener el hormigón en condiciones. Para que el consumo no sea tan

elevado y no perjudique tanto, la empresa cuenta con un pozo y una bomba, mediante el cual el agua se reutiliza constantemente. Este hecho es muy positivo económica y ambientalmente.

## Nuestras buenas prácticas en la dimensión social

### *SISTEMA DE SATISFACCIÓN DE LA CLIENTELA*

Se tiene establecido un sistema por el cual se recogen todas las quejas y sugerencias de la clientela, y se analizan estos resultados. A la vez se mide la satisfacción de la clientela con el producto y el servicio.

El grupo de interés que en mayor medida se ve afectado es la clientela, aunque los trabajadores también tienen su importancia en esta buena práctica.





## EL PLAN DE ACTUACIÓN

**HORMIGONES VICENTE SL** elaboró en **2011** su primer Plan de Actuación RSE, lo que nos permitió avanzar un paso importante en el camino de la sostenibilidad y definir, con detalle, en qué aspectos y líneas de trabajo íbamos a enfocar nuestros esfuerzos de mejora, así como definir el seguimiento y control del mismo para garantizar la mejora continua de la gestión de la RSE en la empresa.

Este informe pretende, por tanto, dar continuidad al trabajo iniciado con el Diagnóstico de RSE, dando un paso más allá en el camino hacia la implantación de la responsabilidad social en la empresa. Así, una vez analizados los resultados del Diagnóstico, se ha redactado este Plan de Actuación, un instrumento eficaz para que la RSE se vaya integrando progresivamente en la estrategia empresarial.

Para la definición del Plan de Actuación tuvimos muy en cuenta la perspectiva de los diferentes grupos de interés, especialmente de los PROPIETARIOS, TRABAJADORES y CLIENTES, así como los resultados del Diagnóstico que hemos sintetizado en las anteriores páginas.

Un elemento clave del Plan de Actuación fue la definición de las Áreas de Mejora en las que se están centrando los esfuerzos durante el periodo de implantación del Plan. A continuación detallamos dichas Áreas de Mejora y el momento del proceso en que nos encontramos en la fecha de redacción de esta Memoria de Sostenibilidad:

### Áreas de mejora en la dimensión económica

NO EXISTE UN SISTEMA DE HOMOLOGACIÓN DE LOS PROVEEDORES.

A raíz de los intentos de la empresa por diversificar sus productos y clientes, la tipología de proveedores también se ha ampliado por lo que es necesario establecer un sistema de homologación de los mismos a nivel de RSE.

Actualmente se está llevando a cabo esta labor, si bien el cambio de actividad está suponiendo una mayor y continua adaptabilidad.

### Áreas de mejora en la dimensión ambiental

### ***NO EXISTE UN SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL***

Desde la propia empresa se ha visto la necesidad de establecer este sistema para mejora ambientalmente, aunque se va a realizar de manera interna, ya que no hay recursos económicos para una asesoría externa.

En la actualidad se han dado pasos a la hora de fijar las actividades ambientales prioritarias para la empresa, si bien el propio sistema de gestión interno aun no se ha definido por completo.

### ***NO EXISTE UN SISTEMA DE TRATAMIENTO DEL HORMIGÓN SOBRANTE.***

El hormigón sobrante se vierte a unos pozos habilitados para ello. Esta práctica quiere cambiarse, realizando un proyecto en el que se pueda aprovechar ese hormigón para realizar otro tipo de productos, hecho que puede beneficiar ambiental y económicamente a la empresa.

Los trabajadores son el grupos de interés más influenciado por ello, si bien el Medio Ambiente en general, y las generaciones futuras, se pueden ver afectados positivamente por esta medida.

Se han hecho diferentes intentos para llevar a cabo esta iniciativa, si bien el complicado momento económico ha supuesto un importante freno para llevar a cabo este tipo de acciones.

### ***NO SE REALIZA NINGÚN TIPO DE FORMACIÓN AMBIENTAL***

Fruto del Diagnóstico de RSE y de la diversificación de productos, relacionados con temas ambientales, se ha detectado la necesidad de ir introduciendo acciones de formación ambiental que permitan una mejor gestión ambiental de la empresa.

Los trabajadores serían el principal grupo de interés, si bien existe cierto tipo de reticencia hacia la formación ajena al propio puesto de trabajo. En este punto hay que tener en cuenta el perfil de los trabajadores, con una edad relativamente alta.

## **Áreas de mejora en la dimensión social**

### ***NO EXISTE CÓDIGO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES***

La diversificación del producto está suponiendo también una diversificación de la clientela, tanto en tipología, país, etc., por lo que establecer una carta de servicios de presentación a esos clientes es fundamental.

Los clientes, como grupo de interés fundamental de esta área de mejora, han de ser tenidos en cuenta de una manera prioritario, conociendo el cambio que se ha dado durante los últimos años respecto a los mismos.

Actualmente se está realizando la redacción del propio código de prácticas profesionales, teniendo en cuenta los nuevos productos y actividad profesional de la empresa.

***NO EXISTE UNA PLANIFICACIÓN DE LAS ACCIONES SOCIALES, DEPORTIVAS, ETC.. EN LAS QUE SE PARTICIPA.***

Hormigones Vicente viene realizando diferentes acciones de patrocinio, colaboración social, deportiva, etc. No obstante estas acciones no se planifican, ni se establecen objetivos, recursos, etc. Esto es todavía más necesario en un momento de crisis económica, para intentar que el impacto en la comunidad siga siendo positivo.

Esta acción se ha desarrollado, priorizando las acciones en las que se va a colaborar, de manera que la estrategia e impacto sobre la comunidad, como grupo de interés principal de esta área, sea mejor y se evidencia y visualiza más.



## AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO

Las Áreas de Mejora en las que **HORMIGONES VICENTE SL** está trabajando se desglosan a su vez en una serie de objetivos y acciones de mejora, que configuran nuestro compromiso en materia de RSE.

A continuación detallamos algunos de los objetivos más relevantes para el periodo que nos ocupa (**2012-2013**) y la variación esperada para algunos indicadores de desempeño - asociados a dichos objetivos- en este periodo.

Objetivo	Indicador asociado	Valor inicial	Valor esperado
Establecer un sistema de identificación de todos los proveedores.	Porcentaje de proveedores incluidos en el listado	0	100%
Reducir la cantidad de hormigón sobrante que se vierte y establecer un sistema para aprovecharlo económicamente.	Porcentaje de hormigón sobrante vertido	Desconocido	0
Formar a los trabajadores en temas ambientales	Número de acciones de formación ambiental planificadas	0	Dos acciones mínimo para los responsables de MA y RSE
Mejorar y adaptarse a las nuevas tipologías de clientela	Número de clientes a los que se envía la carta de servicio	0	Todos los clientes
Establecer una planificación anual con objetivos, recursos, etc. de las colaboraciones, patrocinio social, deportiva, etc.	Número de acciones de patrocinio y colaboración planificadas anualmente	0	Al menos dos al año
Establecer un sistema que priorice las áreas de mejora ambientales para gestionar.	Número de acciones ambientales planificadas	0	Mínimo 4 al año



## LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN

Uno de los retos que nos plantea el enfoque RSE es el de **mejorar nuestra comunicación como empresa**, lo cual requiere un importante esfuerzo para trasladar nuestros planteamientos e intenciones a los grupos de interés y, también, escuchar sus puntos de vista, tratando de incorporarlos a nuestra práctica empresarial.

Dentro de este esfuerzo de comunicación y transparencia, utilizaremos esta Memoria de Sostenibilidad como elemento central de información sobre nuestros retos en materia de responsabilidad social.

Para lograr que la difusión de nuestros compromisos en materia de RSE y de esta Memoria sea lo más eficaz posible, estamos poniendo en marcha las siguientes acciones:

- ***Fin de la realización del Plan de Actuación con la Consultora. Comunicación de la implicación de la empresa con RSE.***
- ***Publicación en la web y notificación en las redes sociales de la nueva misión y visión de la empresa.***
- ***Comunicación a todos los clientes de la carta de servicios / código de prácticas profesionales.***
- ***Nota de prensa con la notificación de la aprobación del Plan y la declaración de intenciones de RSE***
- ***Publicación en la web [www.hormigonesvicente.com](http://www.hormigonesvicente.com) de la Memoria de Sostenibilidad.***
- ***Publicación en la página de facebook y el perfil de twitter de la Memoria de sostenibilidad.***

Las metas que nos hemos planteado son ambiciosas y requieren un esfuerzo notable. Para seguir avanzando y conseguir nuestros objetivos es **esencial la colaboración de nuestros trabajadores, clientes, proveedores y de todas las personas o entidades que se ven afectadas por nuestra actividad**: necesitamos opiniones y sugerencias de mejora.

Todas las dudas, inquietudes o recomendaciones serán bienvenidas y tenidas muy en cuenta en nuestro compromiso con la sostenibilidad.

Puede dirigirse a nosotros personalmente, por correo postal o correo electrónico, en la siguiente dirección:

**HORMIGONES VICENTE**  
**Calle Merindades 4 bajo, Castejón (Navarra)]**  
**[www.hormigonesvicente.com](http://www.hormigonesvicente.com)**  
**[joaquin@hormigonesvicente.com](mailto:joaquin@hormigonesvicente.com)**  
**948 770194**



**INNOVARSE**  
NAVARRA