

RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

Empresa evaluada

FERDINAND BILSTEIN ESPAÑA, S.L.

CIF:B63979835

C/Alguero nº:23 PLAZA

50197 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Ferdinand Bilstein España S.L.

02 - Dirección - CP - Población

C/ Alguero 23, 50197 Zaragoza. Polígono Plaza

03 - Sector. Actividad

Venta al comercio al por mayor de repuestos de automoción

04 - Año comienzo actividad.

1995

05 - Número de personas empleadas

60

06 - Persona contacto

Daniel Tomeo

Toño Barredo

07 - E-mail persona contacto

Daniel.tomeo@bilsteingroup.com

rrhh@bilsteingroup.com

08.- Página web

www.bilsteingroup.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

Nuestra empresa al igual que todas las del sector se ve afectada por las modificaciones y tendencias que suceden en nuestro entorno.

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

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

2.1. Información adicional

Existe un plan anual de acciones a realizar en aspectos sociales y ambientales.

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

3.1. Información adicional.

La importancia de los aspectos sociales y ambientales hace que haya un plan de acciones anuales, un presupuesto para llevarlo a cabo así como un análisis posterior para medir su impacto y su continuación a lo largo del siguiente periodo.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4.- 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.

4.1. Información adicional

Diferenciamos entre:

- Empleados
- Clientes directos (distribuidores)
- Clientes indirectos (talleres)
- Usuario final
- Proveedores
- Accionistas
- Asociaciones/Clusters
- Sociedad

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

5.1. Información adicional

- Empleados: Evaluación del desempeño y reuniones periódicas de información sobre el negocio.
- Clientes directos (distribuidores): Reuniones ad hoc y herramientas informáticas como nuestro B2B, eventos personalizados, visitas de nuestros sales manager con seguimiento individualizado, análisis del servicio al cliente a través del nuestro customer service...
- Clientes indirectos (talleres): Ferias y consultoría por parte de nuestro departamento de marketing para conocer sus necesidades.
- Usuario final: Patrocinios y colaboraciones con el fin de dar a conocer nuestra marcas y productos, y nuestra acción social, así como publicaciones en RRSS para que, no solo los usuarios finales, sino también el resto de grupos de interés tengan información de todo lo que hacemos día a día.
- Proveedores: Reuniones periódicas.
- Accionistas: Presentación de resultados y aprobación de presupuestos.
- Asociaciones/Clusters: Eventos y colaboraciones a diferentes niveles: técnico, social, etc.

Gobierno de la organización

6.- 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?

6.1.. Información adicional.

Todos los empleados disponen de las normas de actuación a nivel laboral interno en lo referente a materia laboral, prevención de riesgos laborales y confidencialidad de datos, así como un protocolo de acoso y un plan de igualdad. Desde la central, dirección general cumple con los mandatos de los accionistas a través de normas internas y externas de actuación que deben cumplir los directores generales de todas las filiales del grupo.

7.- ¿Existen vías o canales para comunicar posibles incumplimientos del código ético?

7.1. Información adicional

Cualquier incidencia puede ser transmitida a su responsable o RRHH a través del contacto directo o a través del email. Además, a nivel internacional se dispone de un canal de quejas y comentarios que garantiza la confidencialidad de quien participa en dicho canal.

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

Disponemos de herramientas de comunicación para dar a conocer los valores y los objetivos de la empresa a través de:

- COMUNICACIÓN INTERNA: Pantallas de Tv en las instalaciones con información relevante sobre la situación y el objetivo del negocio tanto en facturación como en otros KPI's.

- REUNIONES departamentales donde se informa a los miembros del departamento de los valores, objetivos, evolución, etc.
- MANUAL DE BIENVENIDA: A los empleados que se incorporan se les da un manual de bienvenida con los valores y filosofía de la empresa.
- NEWSLETTERS INTERNAS: Con información relevante de todas las acciones puntuales que se realizan dentro y fuera de la empresa, información sobre campañas, por ejemplo, relacionadas con la igualdad o la prevención, y otros datos de interés que necesiten comunicarse mes a mes.

9.- ¿Existe un manual de prevención de riesgos penales y canales adecuados para comunicar la existencia de comportamientos no éticos dentro de la organización?. ¿Su organización participa de alguna forma en la cadena de valor de organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida?

9.1. Información adicional

Desde nuestra central en Alemania, y a disposición todos los empleados, tanto de la central como de las filiales, se dispone de un Compliance.

Además, cada filial dispone de normas de actuación que no pueden ir en contra de los estatutos de la matriz; y en concreto, desde nuestra filial, desde el 1 de enero de 2024 hemos implantado un canal de confidencialidad para resolver todo este tipo de problemas.

Plan de Responsabilidad Social

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

10.1. Información adicional.

LLevamos varios años desarrollando un plan de Responsabilidad Social Corporativa en el que plasmamos diferentes acciones a todos los niveles. Gracias a ellos hemos obtenido diferentes reconocimientos como el sello RSA+ o el premio a la Responsabilidad Social Empresarial otorgado por el CAAR.

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

11.1. Información adicional.

Cada una de las acciones que realizamos tienen un objetivo interno y están dentro de nuestro compromiso con los ODS.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

12.1. Información adicional

Disponemos de diferentes herramientas para valorar la satisfacción de nuestros clientes:

- CUSTOMER SERVICE: A través de este departamento tenemos un conocimiento continuo del grado de satisfacción de los clientes.
- COMERCIAL: A través de las visitas personalizadas a cada uno de los clientes, con los informes sobre dichas visitas y el control de las acciones que se derivan de las mismas.
- CONSULTORÍA: Con las visitas a los talleres que lleva a cabo el departamento y los informes posteriores de cada una de ellas. En estos formularios se transmite al resto de la organización las necesidades de los talleres así como la satisfacción con nuestra marca y productos.
- EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO: Trimestralmente los responsables de los departamentos realizan entrevistas personales para conocer las necesidades de sus colaboradores y ayudarles a la consecución de los objetivos empresariales y personales.
- ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN: Cada año se realizan encuestas de satisfacción a un grupo de clientes sobre diferentes aspectos de la empresa como precios, disponibilidad, marketing, calidad, etc.

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

13.1. Información adicional

Con las visitas, reuniones periódicas departamentales, informes de consultoría y comerciales y un seguimiento de las propuestas de mejora implementamos los cambios dirigidos a satisfacer mejor las necesidades de los clientes.

Innovación en los productos y servicios

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

14.1. Información adicional.

En producto, en nuestra central de Alemania disponemos de un departamento I+D que se dedica a la investigación de nuevos productos y a la mejora de los existentes. Además, a nivel de producto, a través de los medios ya hablados recogemos las mejoras y las transmitimos a ese departamento. Además disponemos de un departamento de garantías que supone el primer eslabón de la cadena para la detección de mejoras.

A nivel de servicio realizamos mejoras continuas logísticas en todas las fases de la supply chain, como el actual sistema de automatización de parte nuestro almacén logístico, para adecuar el servicio a las necesidades individuales de cada uno de nuestros clientes, donde ya no solo somos sus proveedores sino que además les aportamos nuevas soluciones, como por ejemplo, con nuestro servicio de asesoría en ahorro de costes.

Calidad de los productos y servicios

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

15.1. Información adicional.

Ofrecemos productos y servicios de calidad, cuidando aspectos para conseguir una producción o comercialización responsable, por ejemplo con la reducción del plásticos en los embalajes, embalajes reciclados y reciclables, una plantilla concienciada con de medio ambiente y una sociedad responsable, y una gran calidad que es un imperativo en todos y cada uno de nuestros productos, a lo que se une un servicio postventa preparado para solventar las dudas que puedan surgir a nivel de producto o servicio.

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

16.1. Información adicional.

A nivel de servicio:

- Seguimiento diario de todas las expediciones llevando un control de las agencias de transporte.

A nivel de producto:

- A través de las garantías.
- A través de las devoluciones con regularizaciones de stocks
- A través de nuestro departamento de calidad llegando a bloquear referencias.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

17.1. Información adicional.

Disponemos de diferentes soportes web siendo el más importante nuestro buscador de repuestos "Partsfinder" en el que nuestros clientes, así como todo el que lo desee, puede consultar toda la información sobre cualquiera de las referencias que tenemos en nuestro programa:

- FOTOS EN 3D
 - CARACTERÍSTICAS
 - INFORMACIÓN DE MONTAJE
 - MANUALES
 - PARQUE AUTOMOVILÍSTICO
 - MEDIDAS DE SEGURIDAD
- etc.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

18.1. Información adicional

Se llevan a cabo reuniones trimestrales con todo el personal con el fin de disponer de su feedback en lo que se refiere a su puesto de trabajo como de su ámbito personal. Así mismo se realizan reuniones periódicas departamentales donde todo empleado pueden manifestar su opinión sobre los diversos temas tratados. En 2023 se realizó una evaluación de riesgos psicosociales para mejorar la organización del trabajo y preservar la salud de las personas trabajadoras y, este 2024, recibimos toda la información sobre los resultados obtenidos en dicha evaluación y las mejoras que se van a implantar gracias a los mismos. Además, a nivel de grupo, se dispone de una herramienta para quejas por mala praxis.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

19.- ¿Cómo se garantiza en su empresa 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 cultural)?

19.1. Información adicional

En el momento de la existencia de una vacante, esta se publica a través de diferentes canales internos para que cualquier empleado pueda acceder a la misma. Además se han ido contratando personas mayores de 45 años para los diferentes departamentos, como por ejemplo, el departamento comercial o el departamento de logística, ya que consideramos que la edad no es un impedimento.

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

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

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

Independientemente de lo estipulado en el convenio colectivo al que pertenecemos, tenemos las siguientes mejoras relativas a la conciliación:

- Horario flexible, permitiendo al personal entrar en una franja horaria por la mañana con el fin de poder llevar a los niños al colegio o realizar asuntos personales que se puedan necesitar. Así mismo este horario flexible también se aplica a la salida y al mediodía para conciliar la vida familiar y laboral.
- Se permite la salida del puesto de trabajo para asistir a eventos familiares, tutorías, celebraciones, festivales, acompañamiento a médicos, ya sean hijos u otros familiares ampliando lo que marca el convenio sin que haya necesidad de recuperarlos o descontarlos de su salario.
- Ante imprevistos relacionados con parientes de primer grado (padres, hijos, etc) se permite solicitar vacaciones fuera del calendario laboral con el fin de atender la necesidad

de dicho familiar.

- Se permite al trabajador asistencia al médico dentro de su horario de trabajo sin que esto suponga la devolución del tiempo empleado.

Formación y desarrollo profesional

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

21.1. Información adicional.

Con carácter anual RRHH solicita a los responsable de departamento las posibles necesidades formativas que tiene su equipo en función del puesto y los objetivos del departamento.

Así mismo en las evaluaciones trimestrales de desempeño también surgen necesidades formativas que en la medida de lo posible se atienden.

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

22.1. Información adicional

Siempre, con la incorporación de nuevos empleados se lleva a cabo una formación inicial con las funciones a desempeñar dentro de la organización, además de incluir acciones formativas para mejorar las competencias tanto técnicas como interpersonales en base a las necesidades de cada perfil y departamento, como por ejemplo acciones formativas sobre la gestión de conflictos para responsables o la actualización en programas informáticos (Office, SAP, Navision...)

Seguridad y Salud

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

23.1. Información adicional.

Disponemos de una planificación preventiva "viva" que se adecúa a la realidad del día a día de la empresa, llevando a cabo distintas campañas de comunicación preventiva en distintas áreas: jornadas de sensibilización y formación preventiva, grupos de información, partes de riesgo, acceso a servicios de salud física y psicológica, entre otros. Además incentivamos una vida saludable y activa a través de acciones deportivas extralaborales.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

24.1. Información adicional

La elección de nuestros proveedores de productos, bienes y servicios, no son seleccionados sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social en la producción de los mismos.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

25.1. Información adicional

Favorecemos y compramos a proveedores de proximidad, consumiendo productos locales, ecológicos o productos reciclados, como por ejemplo nuestros envases de plástico y cartón son de material 100% reciclado y productos con marca CE, productos saludables locales como la fruta, entre otros.

Homologación de proveedores

26.- ¿Existe en su empresa un proceso de Homologación de Proveedores?

26.1. Información adicional

Se está desarrollando un plan de RSC en el que se tendrá en cuenta estos aspectos.

Interacción con los proveedores

27. - ¿ Tienen establecidos mecanismos para relacionarse con los Proveedores y conocer su opinión?

27.1. Información adicional

Se realizan reuniones de seguimiento de los trabajos con los proveedores para evaluar la consecución de los objetivos por ambas partes.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

28.1. Información adicional.

Cada año se elabora un calendario de acciones sociales dentro del plan de RSC de la empresa con diferentes iniciativas. Se trata de un plan flexible en el que se incorporan acciones no previstas en función de determinadas circunstancias. Se trata de un plan que

crece año tras año:

- Colaboramos con SEUR y su fundación con la recogida de tapones de plástico para ayudar a un niño con problemas de salud
- Colaboramos con TANDEM SOLIDARIO, una ONG que, a través del deporte, recauda dinero para ayudar, también, a un niño con necesidades especiales.
- Colaboramos con ATADES en su Torneo de Golf de Empresas solidarias y con el calendario solidario que desarrollan. Además, dentro de esta asociación también colaboramos con su división de Gardeniers y con su Estudio de Arte y Diseño para diferentes acciones internas llevadas a cabo a lo largo del año.
- Colaboramos con la fundación FEDERICO OZANAM, con la recogida de juguetes en Navidad y la donación de libros para su Rastrillo Solidario
- Colaboramos con el CAAR y ASDES, y su campaña "Lápices y sonrisas" recogiendo y, posteriormente donando, material escolar.
- Colaboramos con la AECC (Asociación Española Contra el Cáncer) para diferentes acciones y actividades internas, como por ejemplo, el Día del Cáncer de Mama o el de Próstata, además de colaborar en sus eventos como la Marcha Contra el Cáncer o la Aragón Bike.
- Colaboramos con la Asociación Aragonesa de Fibrosis Quística cogiendo la lotería de Navidad para nuestros empleados en esta asociación, y además, en la Copa Duatlón Cros, la cual patrocinamos, realizamos una acción solidaria en la que donamos 2 euros por cada corredor apuntado a sus carreras.

Además, realizamos un potente plan de patrocinios en nuestra comunidad:

- Colaboración en la Carrera Cicloturista Quebrantahuesos
- Patrocinio de la Copa Duatlón Cros
- Patrocinio del Campeonato de Rallyes sobre Asfalto de Aragón

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

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

29.1. Información adicional.

Las acciones desarrolladas se integran dentro de la estrategia de negocio y a los valores de compromiso, esfuerzo, solidaridad y responsabilidad.

Transparencia con el entorno social de la organización

30.- 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?

30.1. Información adicional

Todas las acciones realizadas están soportadas por un plan de comunicación para implicar a todos los stakeholders desde los empleados hasta la sociedad en general usando diferentes canales, desde pantallas internas para los empleados a redes sociales para el

público en general pasando por prensa especializada, newsletters entre otros muchos canales.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

31.1. Información adicional

Como hemos comentado en el punto anterior toda acción tiene su plan de comunicación tanto interno como externo.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

32.1. Información adicional

Se controla la gestión de aceites a través de SIGAUS y, el reciclaje de papel, plástico y otros residuos (todos aquellos que reciclamos en el Punto Limpio bilstein group además del cartón y plásticos que se generan en la práctica habitual de la empresa) a través de SEULA.

Compromiso frente al cambio climático

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

Economía circular

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

34.1. Información adicional

Tenemos a disposición de todos los empleados un área de reciclaje, el "Punto Limpio bilstein group", en el cual se integran desechos de materiales diversos como el papel, plástico, materia orgánica, pilas y pequeño aparato eléctrico y/o electrónicos. También contamos actualmente, para todo el cartón de desecho generado en nuestro almacén, con una máquina compactadora de cartón la cual ayuda a la reutilización de este material dándole una nueva vida.

Además, todos nuestros envases, tanto de plástico como de cartón, son de material 100%

reciclado y reciclable.

Comunicación ambiental

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

35.1. Información adicional.

La comunicación es especialmente a nivel interno a través de diferentes acciones como el Día del Árbol y su voluntariado de plantación de árboles, o el Día de Cero Residuos, o a través de campañas de concienciación comunicadas por medio de diferentes canales; pero también es a nivel externo dando a conocer a través de prensa o redes sociales las acciones más relevantes como la puesta en marcha del "Punto limpio bilstein group", nuestro compromiso de reciclaje de aceites con SIGAUS o estos días específicos que hemos comentado anteriormente.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

36.- 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

37.- ¿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

38.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La importante apuesta por la RSC de la empresa con planes cada año más ambiciosos.

39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Las prácticas medioambientales.

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?