

RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

Empresa evaluada

COMERCIAL CHOCOLATES LACASA, S.A.
CIF:A08350845
Autowía de Logroño, Km. 14
50180 - Utebo
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Grupo Lacasa

02 - Dirección - CP - Población

Autowía de Logroño Km.14
50180 - Utebo
Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Alimentación

04 - Año comienzo actividad.

1852

05 - Número de personas empleadas

Plantilla media de 800 empleados

06 - Persona contacto

Ana Belén Moreno

07 - E-mail persona contacto

abmoreno@grupo.lacasa.es

08.- Página web

grupo.lacasa.es

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)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1. Información adicional

Grupo Lacasa tiene identificados los factores de riesgo que puedan afectar a los objetivos de su negocio mediante un control y previsión de posibles amenazas de manera proactiva, anticipándose a ellas.

CONTRACCIÓN DE LA ECONOMÍA Y RESTRICCIÓN DE CRÉDITO

RETENCIÓN DE TALENTO

CRISIS REPUTACIONALES

CIBERATAQUES

OPERACIONES LOGÍSTICAS

SEGURIDAD Y CALIDAD ALIMENTARIA

EL PRECIO DEL CACAO SUPERA EL MÁXIMO HISTÓRICO

REGLAMENTO UE 2023/1115

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?

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

2.1. Información adicional

La planificación estratégica está dirigida por el Consejo de Administración, estableciendo una serie de objetivos y estrategias ambiciosas en términos de sostenibilidad a través de acciones concretas en diferentes áreas. El cuadro de mando integral permite un seguimiento de los objetivos establecidos.

En su política de Sostenibilidad, Grupo Lacasa adquiere el compromiso de contribuir a alcanzar los metas de los ODS establecidos en su estrategia.

ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico

Objetivo: promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.

ODS 13 - Acción por el clima

Objetivo: adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.

Objetivo: revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

3.1. Información adicional.

Grupo Lacasa se mantiene implicado con la sociedad mediante donaciones de producto a entidades que llevan a cabo acciones solidarias y con asociaciones benéficas dirigidas a los colectivos más desfavorecidos y vulnerables. También el deporte y la cultura son dos focos a los que se apoya con la aportación de producto a los participantes en los diferentes eventos.

Durante este periodo se han entregado casi 10 toneladas de diversos productos valorados en 60.000 euros.

Por otra parte, las sociedades de Grupo Lacasa tienen suscrito un contrato con Ecoembes para la puesta en el mercado de envases y embalajes susceptibles de reciclaje a la que contribuyen con las tasas que le corresponden con arreglo a los módulos establecidos. Los ingresos de Ecoembes proceden en un 90 % del pago del Punto Verde por parte de las empresas y el 10 % restante de la venta de estos envases a compañías recicadoras, que finalmente serán las encargadas de convertir esos envases en nueva materia prima.

En el ejercicio 2023 Grupo Lacasa ha aportado 774.505 euros para favorecer el reciclaje.

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.

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

4.1. Información adicional

Los grupos de interés/stakeholders identificados son :

CLIENTES Y CONSUMIDORES

Se engloba tanto a los clientes como a los consumidores finales. El diálogo se puede establecer por variadas vías: escucha activa a través del servicio de atención al cliente, gestión de reclamaciones, correo electrónico, asistencia a ferias y foros sectoriales, acceso al Informe de Sostenibilidad, campañas de comunicación en prensa, televisión y medios digitales, realización de catas para valoración y mejora de productos, redes sociales, reuniones, visitas comerciales, canal ético y webs del grupo.

PROVEEDORES

El diálogo con la cadena de suministro se realiza por correo electrónico, escucha activa, asistencia a ferias, canal ético, y foros sectoriales, disposición del Informe de Sostenibilidad, acceso a la plataforma del portal de compras, reuniones y visitas comerciales.

EMPLEADOS

Los canales de comunicación pueden variar en cada una de las empresas de Grupo Lacasa: buzón de sugerencias a disposición de todos los empleados en diferentes ubicaciones que facilitan el anonimato, correo electrónico, acceso a la intranet y portal de

empleado, canal ético, reuniones con los representantes de los empleados, reuniones y eventos internos, revista de empresa, comité de seguridad y salud, pantallas y tablones de anuncios.

SOCIEDAD

El diálogo con la sociedad permite llevar a cabo numerosas acciones de colaboración y patrocinios y ayuda a conocer las tendencias y necesidades actuales. La comunicación se logra con la asistencia a eventos, correo electrónico, redes sociales, foros, canal ético, teléfono y web corporativa.

ORGANISMOS REGULADORES

Se mantiene una comunicación fluida a través de circulares, correo electrónico y reuniones sectoriales.

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Se promueve una escucha activa a través del diálogo y reuniones presenciales periódicas con las fuentes de financiación como grupo de interés. Esta práctica permite a Grupo Lacasa mantener una comunicación abierta y transparente, asegurando que las inquietudes y expectativas de sus financiadores sean comprendidas y abordadas de manera efectiva. Al realizar estas reuniones de forma regular, la empresa no solo refuerza la confianza y la colaboración, sino que también obtiene valiosas perspectivas que pueden influir en la toma de decisiones estratégicas. Además, este enfoque proactivo de comunicación facilita la identificación temprana de posibles riesgos y oportunidades, contribuyendo así a una gestión financiera más robusta y alineada con los principios de sostenibilidad y responsabilidad corporativa.

ACCIONISTAS

Se establece una relación basada en la confianza, transparencia en la información y la puesta en común de conocimientos y experiencias para alcanzar objetivos comunes. Al tratarse de una empresa 100 % familiar se prioriza la escucha directa, el diálogo en reuniones periódicas y la comunicación por distintos medios.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

5.1. Información adicional

En Lacasa se preocupan por los aspectos relevantes para sus grupos de interés y en cómo impactan en su modelo de negocio. Por ello, han solicitado la participación de los grupos de interés en un contexto de sostenibilidad, materialidad, exhaustividad y alcance para elaborar su matriz de doble materialidad.

El objetivo es identificar los asuntos materiales para priorizar las actuaciones que generan impacto positivo.

De esta manera se han identificado y priorizado los aspectos relevantes, aquellos que reflejan los impactos ASG (ambientales, sociales y de buen gobierno) así como los IRO (impactos, riesgos y oportunidades).

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?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

6.1.. Información adicional.

Se dispone de las políticas y procedimientos adecuados y suficientes para garantizar que la compañía desarrolle sus actividades y negocios conforme a la normativa vigente y a las políticas y procedimientos internos, promoviendo una cultura de cumplimiento entre sus empleados, directivos y agentes vinculados.

Las políticas de Cumplimiento Normativo han sido comunicadas a toda la plantilla y se encuentran publicadas en el Portal del Empleado y están a disposición de todos los empleados en el Departamento de Recursos Humanos. La transparencia y la comunicación clara sobre estas políticas son fundamentales para fomentar un ambiente de trabajo ético y legalmente responsable.

CÓDIGO DE CONDUCTA

Determina específicamente cuáles son aquellas conductas que son aceptables o que se encuentran prohibidas en la empresa y que se alinean con los valores recogidos en el Código Ético.

CÓDIGO ÉTICO

Guía de conducta adecuada que, junto con las normas y procedimientos de trabajo establecidas en Grupo Lacasa, va dirigido a garantizar el establecimiento de relaciones adecuadas por parte de todos los miembros que componen la organización.

Este código, al mismo tiempo, expresa el compromiso de Grupo Lacasa con sus grupos de interés, es decir, los propios empleados, los proveedores y colaboradores externos, los accionistas, las instituciones públicas y privadas y la sociedad en general, respecto al modelo ético al que orienta su gestión y sus esfuerzos.

POLÍTICA ANTIFRAUDE

Conjunto de medidas y controles destinados a la prevención y detección de aquellas conductas que, siendo fraudulentas, puedan producir cualquier daño en la organización, tanto a nivel económico como reputacional.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO

Con la finalidad de abordar la gestión del cumplimiento de una forma coordinada y centralizada, se ha constituido un grupo de trabajo multidisciplinar definido como Comité de Compliance, que formado por personal de las sociedades dependientes de la organización y supervisado y asesorado por parte de un miembro de Aragonesa de Tecnologías de la Información (ARTICO S.L.L.) a fin de garantizar la máxima objetividad e independencia del órgano en su cumplimiento.

A este Comité de Compliance se le encomienda la supervisión, vigilancia y control de la efectiva implantación del Sistema de Gestión de Compliance en los distintos niveles de la organización, que coordinará y supervisará las unidades de cumplimiento de las filiales del grupo.

POLÍTICA DE CONFLICTO DE INTERÉS

Tiene como objeto determinar las situaciones que pueden ser consideradas como conflicto

de intereses y los pasos a seguir en el caso de que se manifieste dicha situación. Principalmente, lo que se pretende es evitar cualquier tipo de situación que pueda suponer poner en riesgo la actividad de la empresa y sus valores éticos, así como fortalecer la cultura de cumplimiento que se persigue.

POLÍTICA DE REGALOS

La presente política desarrolla lo dispuesto en el Código Ético de la entidad respecto a la aceptación de regalos por cualquiera de las partes interesadas identificadas como tal en la organización y en el sistema de Gestión de Compliance implementado en la misma. Esta política busca promover un especial cuidado en la aceptación o el ofrecimiento de regalos y favores.

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

Sí, existen canales de denuncia, confidenciales de aplicación a todos los empleados

7.1. Información adicional

La implantación de un Canal Ético externalizado, también denominado Canal de Denuncias, garantiza la confidencialidad y el anonimato del informante evitando posibles represalias contra el mismo cumpliendo tanto la normativa de protección de datos personales como la normativa europea que lo regula.

Este Canal Ético, se encuentra alojado en la web del Grupo Lacasa y da acceso a realizar una denuncia por cualquier empleado o bien cualquier otra tercera persona externa que pueda tener conocimiento de conductas contrarias a la ética, fraudulentas o ilícitas cometidas en el seno de la organización.

<https://grupo.lacasa.es/cultura-etica.php>

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

Todo el personal está informado sobre la existencia de un Código Ético, el cual firman las nuevas incorporaciones.

Además, está publicado en la web corporativa del Grupo

https://grupo.lacasa.es/content/pdf/codigo_etico.pdf

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?

Existe un manual de riesgos penales con sus procedimientos, con un canal de comunicación adecuado, que se audita periódicamente para mantener su vigencia

9.1. Información adicional

Se dispone de un Canal Denuncias en la web a disposición de cualquier persona.

<https://grupo.lacasa.es/canal-denuncias/>

Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

10.1. Información adicional.

Reportamos periódicamente nuestros impactos sociales, medioambientales y de gobierno corporativo en cumplimiento de la ley de información no financiera y diversidad con metodología GRI

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales,

11.1. Información adicional.

Existe un plan transversal a la toda la organización que abarca desde Recursos Humanos, Calidad, Producción, Medioambiente y demás áreas.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

12.1. Información adicional

Grupo Lacasa es una empresa orientada a los clientes y consumidores con el objetivo de ofrecerles productos de calidad que garanticen su seguridad y satisfacción, además de establecer con ellos unas relaciones honestas, respetuosas, duraderas y con un trato personalizado y cercano. Para lograr estos objetivos, se dispone de una Política de Calidad que establece unos principios básicos y compromisos.

Se engloba tanto a los clientes como a los consumidores finales. El diálogo se puede establecer por variadas vías: escucha activa a través del servicio de atención al cliente, gestión de reclamaciones, correo electrónico, asistencia a ferias y foros sectoriales, acceso al Informe de Sostenibilidad, campañas de comunicación en prensa, televisión y medios digitales, realización de catas para valoración y mejora de productos, redes sociales, reuniones, visitas comerciales, canal ético y webs del grupo.

13.- ¿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 saber si son exitosas

13.1. Información adicional

Se ofrecen diferentes canales de comunicación que facilitan a sus clientes, distribuidores y consumidores transmitir sus incidencias garantizando la privacidad establecida por la Ley de Protección de Datos.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Todas las reclamaciones recibidas en cualquiera de los canales quedan registradas en un sistema informático que permite un seguimiento eficaz y favorece lograr una rápida resolución.

Las llamadas telefónicas son atendidas de lunes a viernes por nuestro propio personal con los conocimientos necesarios para dar una respuesta rápida y eficiente a las diferentes consultas.

Teléfono gratuito impreso en la mayoría de los envases y disponible en la web corporativa: 900107385

Correo electrónico disponible en la web corporativa: atencionalcliente@grupo.lacasa.es

Formulario de contacto a través de la web corporativa: www.grupo.lacasa.es

Redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok

PROCESO DE GESTIÓN DE INCIDENCIAS

- ? Recepción y registro de entrada.
- ? Análisis rápido de la situación.
- ? Propuesta de resolución.
- ? Respuesta al consumidor, cliente o distribuidor.
- ? Análisis y propuesta de oportunidades de mejora.

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?

Se planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

14.1. Información adicional.

Desde el departamento de I+D se desarrollaran nuevos productos que se adapten a los actuales requisitos de la sociedad.

PRODUCTOS MÁS SALUDABLES

INNOVACIÓN EN SABORES

SOSTENIBILIDAD

Calidad de los productos y servicios

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o

de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

15.1. Información adicional.

CERTIFICACIONES

En la actualidad, Grupo Lacasa cuenta con diversas certificaciones en calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad que respaldan su compromiso con la excelencia en la producción y la responsabilidad social corporativa

Es significativo destacar que todas las auditorías realizadas, tanto anunciadas como no anunciadas, en el ámbito de calidad, producto, sostenibilidad y seguridad alimentaria, se han superado con éxito. Esto es un gran logro para la compañía, ya que demuestra su compromiso con la excelencia en todas las áreas de su negocio.

Grupo Lacasa lleva a cabo más de 50 auditorías al año en las diferentes plantas, que incluyen auditorías de producción y requisitos, así como auditorías de clientes y de tercera parte. Estas auditorías son fundamentales para garantizar la calidad de los productos y servicios, así como para cumplir con los requisitos de sus clientes y los estándares de la industria.

NORMATIVAS DE SEGURIDAD ALIMENTARIA

Entre las normativas de inocuidad alimentaria, destacan las certificaciones BRC (British Retail Consortium), IFS (International Featured Standards) e IFS Global Market, que son reconocidas internacionalmente y garantizan que los productos elaborados por Grupo Lacasa cumplen con los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria. Estas normativas establecen los requisitos para la seguridad alimentaria en todas las etapas de la cadena de suministro y se centran en aspectos como la gestión de la producción, el control de procesos, la higiene y limpieza, el seguimiento y la trazabilidad, entre otros.

16.- ¿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

16.1. Información adicional.

La gestión de atención al cliente y reclamaciones se consideran prioritarias. Por ello, se ofrecen diferentes canales de comunicación que facilitan a sus clientes, distribuidores y consumidores transmitir sus incidencias garantizando la privacidad establecida por la Ley de Protección de Datos.

Además, tenemos un diálogo constante con el resto de grupos de interés.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

17.- ¿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

17.1. Información adicional.

Cumplimos estrictamente con la legislación actual sobre etiquetado, indicando claramente sus ingredientes, alérgenos, número de lote, fecha de caducidad y posible riesgo si lo hubiere. Asimismo, se incluye un teléfono gratuito donde realizar otras consultas.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, se evalua la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

18.1. Información adicional

Una buena comunicación interna efectiva contribuye a aumentar la motivación de los empleados al hacerlos sentir valorados creando un fuerte compromiso con los objetivos y valores de la empresa, lo que se traduce en un mayor rendimiento y retención del talento.

Grupo Lacasa tiene implementadas una serie de estrategias de comunicación interna que incluyen:

Transparencia

La transparencia en la información respecto a los cambios, decisiones y objetivos de la empresa fomenta la confianza y el compromiso de sus empleados.

Canales de comunicación

Proporcionar a los empleados múltiples canales para comunicarse con la empresa y entre ellos permite una comunicación fluida y facilita la retroalimentación.

Escucha activa

Además de transmitir información es necesario escuchar a los empleados. Para ello, se establecen mecanismos que permitan recopilar sugerencias y tomar medidas en consecuencia.

Claridad en las políticas y procedimientos

Es importante asegurarse de que todos los empleados comprendan las políticas y procedimientos de la empresa. Proporcionar manuales y mantener una comunicación actualizada evitar errores y confusiones.

Comunicación activa

En momentos de cambio o crisis, como reestructuraciones o dificultades financieras, es crucial mantener una comunicación clara y honesta con los empleados para reducir la incertidumbre.

Los canales de comunicación pueden variar en cada una de las empresas de Grupo Lacasa: buzón de sugerencias a disposición de todos los empleados en diferentes ubicaciones que facilitan el anonimato, correo electrónico, acceso a la intranet y portal de empleado, canal ético, reuniones con los representantes de los empleados, reuniones y eventos internos, revista de empresa, comité de seguridad y salud, pantallas y tablones de anuncios.

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)?

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

19.1. Información adicional

VALORES

Los valores son los principios que definen al Grupo Lacasa y sirven como guías para trabajar en la misión y alcanzar la visión establecida:

Trabajo

Grupo Lacasa se compromete a ofrecer un entorno de trabajo agradable y motivador, en el que los profesionales puedan sentirse orgullosos de su contribución y de su pertenencia a la organización, facilitar y promover el desarrollo profesional y personal, la igualdad de oportunidades y la conciliación de la vida laboral y personal y reforzar su actuación en el ámbito de la salud laboral.

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?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

Grupo Lacasa promueve el equilibrio entre el esfuerzo requerido para la consecución del éxito en la misión de la organización y las necesidades familiares de las personas, potenciando políticas tendentes a facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar, teniendo en cuenta la especificidad de su actividad.

En base a las funciones específicas de cada puesto, existe una cultura de organización del tiempo que implanta medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable por parte de ambos progenitores.

Estas son las medidas de conciliación en la sede de Utebo que permiten el equilibrio entre la vida laboral, personal y familiar

HORARIO FLEXIBLE DE ENTRADA Y SALIDA

La flexibilidad horaria laboral en las oficinas da un margen de entrada entre las 7:30 h y 9:30 h, con una pausa para la comida de 30 minutos a 2 horas.

ADAPTACIÓN DE HORARIOS

Jornada intensiva en las oficinas en los meses de verano, todos los viernes del año y en determinadas fechas.

VACACIONES

Vacaciones flexibles con la posibilidad de días libres en momentos puntuales. De esta manera, los empleados pueden decidir en qué época del año disfrutar de sus vacaciones

excluyéndose como periodo vacacional la época de Campaña de Navidad.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

21.1. Información adicional.

Dado que es primordial que todos los empleados tengan los conocimientos necesarios para el correcto desempeño de sus funciones, la compañía fomenta el desarrollo profesional mediante programas de formación continua adecuada a sus puestos de trabajo.

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

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

22.1. Información adicional

Grupo Lacasa ha dedicado un total de 17.887 horas a actividades de formación. Esto sugiere un compromiso significativo tanto en términos financieros como en recursos humanos para el desarrollo y el crecimiento dentro de la organización.

Seguridad y Salud

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

Se dispone de un Plan de Empresa Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

23.1. Información adicional.

COMITÉ DE SALUD Y SEGURIDAD

Según lo establecido por la Ley 31/1995, de 8 de noviembre de prevención de riesgos laborales, se dispone de un Comité de Seguridad y Salud que se reúne con una periodicidad de tres meses para la consulta regular de las actuaciones de la empresa en materia de prevención de riesgos. Este comité está compuesto por representantes de la empresa y representantes de los empleados.

CAMPAÑAS DE SALUD Y PREVENCIÓN

Se mantienen y revisan las acciones realizadas en 2023 que ayudan a mejorar los hábitos personales y laborales.

- Campaña divulgativa sobre el cáncer de piel.
- Campaña de vacunación contra la gripe.
- Campaña informativa y cursos prácticos de autoexploración para la prevención del cáncer de mama.

- Campaña informativa y práctica de reanimación cardiopulmonar (RCP) y primeros auxilios.
- Campaña de espalda sana. En la sede de Utebo, hay disponibilidad de un fisioterapeuta gratuito para el personal interesado.
- Campaña de hábitos saludables con seguimiento de peso y dieta personalizada por el médico de empresa.
- Reconocimientos médicos anuales.
- En la planta de Utebo, se dispone de un médico de empresa al que consultar y que realiza campañas y charlas junto con el departamento de prevención sobre prevención y cuidado, cáncer, ictus, vida saludable?
- Cumpliendo con la normativa y con el fin de ofrecer una mayor seguridad a sus empleados, se han instalado dos nuevos DESA (Desfibrilador Externo Semiautomático) en las plantas de Quintanar de la Orden y Mota del Cuervo.

PLATAFORMA DE FITNESS ONLINE TELEGIM

Grupo Lacasa refuerza por segundo año su campaña de Salud y Prevención ofreciendo a sus empleados la posibilidad de hacer deporte online y gratuito, eligiendo entre diferentes actividades y el nivel que mejor se adapte a su condición física. Se ha renovado la contratación con la plataforma de Fitness Online Telegim con el objetivo de acercar contenidos de fitness de calidad dirigidas por los mejores entrenadores de cada disciplina. Esta aplicación permite llegar a todas las personas y practicar el deporte preferido desde cualquier dispositivo, solo o incluso en familia.

ACCESO A FORMACIONES GRATUITAS DE HÁBITOS SALUDABLES

Uno de los objetivos establecidos en 2023 fue mejorar el acceso de todos los empleados a las formaciones gratuitas ofrecidas por la empresa. Este proyecto de digitalización permite tener un mejor control sobre la participación de las personas y realizar la formación en línea.

Los talleres impartidos por Sanitas ofrecen una valiosa oportunidad para explorar una variedad de temas relacionados con hábitos saludables y seguridad, abordando aspectos clave tanto en el ámbito laboral como en el social y familiar. La flexibilidad de acceso permite a los participantes sumergirse en estos recursos en el momento que mejor se adapte a sus horarios y necesidades.

Entre las temáticas tratadas se encuentran desde entrenamientos específicos como el abdominal hipopresivo hasta la importancia de la prevención del cáncer de piel y la manera de promover un sueño saludable en los niños. También se ofrecen sesiones de meditación, así como información relevante sobre vacunación contra el virus del papiloma humano (VPH) y la lactancia materna.

Además, se abordan aspectos prácticos como el etiquetado de alimentos y la compra saludable, así como rutinas de ejercicios para realizar en entornos laborales, como la silla de trabajo. La concienciación sobre enfermedades como el Alzheimer y el cáncer de mama complementa esta oferta, proporcionando herramientas para la detección temprana y el cuidado de la salud mental. Adicionalmente, se brinda orientación sobre situaciones urgentes relacionadas con la salud infantil, como cuándo llevar a un niño a urgencias, así como técnicas de respiración diafragmática y el método 5P para el suelo pélvico, enfocadas en promover la salud y el bienestar en todas las etapas de la vida.

CAMPAÑAS DE SEGURIDAD

Se mantienen y revisan las acciones realizadas en 2023 que ayudan a mejorar los hábitos personales y laborales.

- Refuerzos de formación y formaciones específicas de uso de puentes grúa, trabajos en alturas y/o espacios confinados, plataformas elevadoras, etc.
- Formación teórica y práctica de carácter anual para el manejo de carretillas elevadoras y transpaletas que permiten disminuir la accidentabilidad y los riesgos en las tareas de almacenamiento.
- Campañas informativas sobre procedimientos y uso de los equipos de protección individual (EPIS).
- Campañas informativas de manipulación de cargas.
- Campaña de comunicación de Seguridad vial en fechas previas a operaciones especiales o fenómenos meteorológicos adversos.
- Formación en primeros auxilios.
- Formaciones en Prevención de riesgos laborales en todas las áreas.
- Formación de seguridad para empleados veteranos en planta.

CAMPAÑAS DE SEGURIDAD ANTIINCENDIOS

Además de las acciones de formación y campañas preventivas, se refuerzan las medidas de seguridad antiincendios. Para ello se han realizado diferentes acciones:

- Realización de un simulacro.
- Se efectúa un estudio sobre la sectorización de la planta.
- Realización de formación práctica antiincendios para el equipo de emergencia por bomberos de Zaragoza.
- Se proyecta la actualización de un nuevo depósito de agua y una bomba antiincendios que dé suministro a las instalaciones.

DISPOSITIVOS MÉDICOS ANTI-ATRAGANTAMIENTO

En Ibercacao se adquirieron 4 dispositivos médicos anti-atragantamiento de uso manual para el tratamiento de la asfixia, causada por un atragantamiento al ingerir alimentos sólidos o líquidos.

POLÍTICA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Grupo Lacasa tiene establecida una política de prevención de riesgos laborales para velar por el derecho fundamental de protección a la vida, la integridad y salud de sus empleados, así como de los autónomos y empleados pertenecientes a otras empresas que pueden ejercer su actividad profesional en sus centros de trabajo.

Para la materialización de esta política resulta imprescindible el cumplimiento de la vigente Legislación sobre Seguridad y Salud Laboral, y es por ello por lo que el compromiso de la Dirección se establece en base a la presente Declaración de Principios Preventivos:

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

24.1. Información adicional

POLÍTICA DE CALIDAD, SEGURIDAD ALIMENTARIA, SOSTENIBILIDAD Y MEDIOAMBIENTE

Grupo Lacasa, como líderes en la industria alimentaria, se compromete a mejorar continuamente la calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad en todos sus equipos, procesos, productos y servicios.

Su objetivo es satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes y consumidores a través de la mejora continua en la calidad, la innovación y el servicio de sus productos, ofreciendo precios competitivos y contribuyendo al desarrollo sostenible.

POLÍTICA DE COMPRAS

Se dispone de una plataforma de homologación y gestión de proveedores, donde se exige una serie de requerimientos que incluyen trazabilidad, seguridad alimentaria, servicio y calidad atributiva. Estos requisitos son auditados por los clientes de Grupo Lacasa, las normativas de seguridad alimentaria de Global Food Safety Initiative (GFSI) y FDA. Con todo ello se busca desarrollar competencias y capacidades para crear sistemas alimentarios mundiales, que sean uniformes, protegidos contra los contaminantes durante la cadena de alimentos y operaciones eficaces.

CERTIFICACIONES

Para garantizar que en la cadena de suministro las prácticas comerciales son sostenibles y se encuentran a la altura de sus valores corporativos, se dispone de varias certificaciones de organismos internacionales, que dan un plus de credibilidad y transparencia a sus marcas.

RAIN FOREST

La certificación Rain Forest asegura que el producto es elaborado utilizando métodos que apoyan los tres pilares de la sostenibilidad: social, económico y ambiental.

FAIRTRADE

Con la certificación Fairtrade, se manifiesta el compromiso de dar prioridad a los derechos humanos, los precios justos y las prácticas agrícolas sostenibles que protegen el medioambiente.

RSPO (Round Table on Sustainable Palm Oil)

Sistema de certificación de aceite sostenible que establece criterios y sistemas de auditoría que pretenden garantizar que la producción respete los derechos laborales y de las comunidades indígenas, que no se ocupen nuevas zonas de elevado valor medioambiental y que no se amenace la biodiversidad.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y evaluación de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

25.1. Información adicional

CÓDIGO ÉTICO

La disposición de un Código Ético de relación con proveedores pretende reforzar la sostenibilidad y el beneficio competitivo de la cadena de valor, invitando a sus proveedores tengan garantizada la igualdad de oportunidades y manifiesten su compromiso con los siguientes principios básicos de ética y conducta profesional: integridad, calidad, profesionalidad, respeto y relación.

Homologación de proveedores

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

Existe un sistema de homologación transparente con requisitos de Responsabilidad Social Corporativa que se revisa periódicamente y se mejoran los requisitos establecidos

26.1. Información adicional

PLATAFORMA DE HOMOLOGACIÓN

A nivel de trazabilidad, se dispone de una plataforma de homologación y gestión de proveedores, donde se exige una serie de requerimientos que incluyen trazabilidad, seguridad alimentaria, servicio y calidad atributiva. Estos requisitos son auditados por los clientes de Grupo Lacasa y las normativas de seguridad alimentaria de Global Food Safety Initiative. La certificación GFS busca desarrollar competencias y capacidades para crear sistemas alimentarios mundiales, que sean uniformes, protegidos contra los contaminantes durante la cadena de alimentos y operaciones eficaces.

Interacción con los proveedores

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

Se realizan ocasionalmente encuestas/focus group/ se participa en algún foro para conocer su opinión

27.1. Información adicional

LA RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Uno de los objetivos alcanzados ha sido fortalecer la relación con los proveedores para conseguir ser considerados como un cliente estratégico. Trabajar en estrecha colaboración manteniendo reuniones presenciales ayuda a identificar oportunidades de mejora y promover la adopción de prácticas más sostenibles en su cadena de suministro.

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?

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

28.1. Información adicional.

Grupo Lacasa se mantiene implicado con la sociedad mediante donaciones de producto a entidades que llevan a cabo acciones solidarias y con asociaciones benéficas dirigidas a los colectivos más desfavorecidos y vulnerables. También el deporte y la cultura son dos focos a los que se apoya con la aportación de producto a los participantes en los diferentes eventos.

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?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

29.1. Información adicional.

Cumpliendo con su responsabilidad como empresa, Grupo Lacasa desarrolla actuaciones para mejorar la cohesión social, el fortalecimiento cultural y la sostenibilidad ambiental de los territorios y comunidades allá donde desarrolla su actividad.

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?

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

30.1. Información adicional

Los empleados de Grupo Lacasa son informados mediante diferentes canales de acciones en las que participar.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

En noviembre de 2023 Grupo Lacasa participó por segundo año consecutivo en la ?Gran Recogida 2023? del Banco de Alimentos de Zaragoza en el hipermercado Alcampo de Utebo. La propuesta fue muy bien acogida por los empleados con una participación de 15 personas y un total de 30 horas trabajadas.

La previsión es promover más acciones y hacerlas extensivas a todas sus plantas.

ACTIVIDADES INTERDEPARTAMENTALES

La realización de actividades deportivas y lúdicas es una excelente oportunidad para crear equipo y ayudar a la integración de los empleados de diferentes áreas. Dentro de estas actividades realizadas por el personal de Ibercacao cabe destacar el certamen literario, concurso de fotografía y tarjetas navideñas, caminatas, torneos, rutas en bici o una jornada de pesca.

Los empleados de la planta de Utebo (Zaragoza) mantienen su participación en la Carrera de Empresas ?ESIC? en Zaragoza y su equipo de fútbol sala ?Salasitos?, fomentando la actividad deportiva y relación personal entre ellos.

NOTICIARIO ?ENTORNO?

Uno de los canales más relevantes de comunicación de Grupo Lacasa es la revista trimestral donde los distintos departamentos dan visibilidad de los asuntos más relevantes producidos en sus áreas.

VISITAS ESCOLARES

Tras dos años de inactividad a causa del Covid, en marzo de 2023 se retomaron las visitas escolares a la fábrica de Chocolates del Norte (Mieres, Oviedo) y la fábrica de Chocolates Lacasa (Utebo, Zaragoza).

Los alumnos de Primaria tienen la posibilidad de conocer algunos de los diferentes procesos de fabricación de las chocolatinas, tabletas, Lacasitos y Conguitos. Esta actividad es totalmente gratuita.

Tanto los niños como sus profesores se muestran satisfechos con los conocimientos adquiridos y contentos al comprobar que el chocolate aporta un complemento en su dieta pero que su consumo debe ser moderado. ¡Es un premio, una recompensa!

Desde enero de 2023 hasta finales de año, pudieron disfrutar de esta actividad 113 centros educativos y más de 8.000 niños.

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?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

31.1. Información adicional

Alineamos nuestra reputación con las causas sociales en alianza con entidades públicas y privadas, comunicando nuestras buenas prácticas para generar efecto imitación y ejercer de palanca social.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

32.- 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 ha desarrollado un plan de acciones en materia

ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

32.1. Información adicional

Conscientes de la importancia de la sostenibilidad y de la obligación con la conservación del medio ambiente, Grupo Lacasa trabaja para crear un impacto positivo en su entorno.

Sus principales objetivos en materia ambiental se centran en cumplir con la legislación vigente y adaptarse a los cambios, el uso sostenible de los recursos, un consumo de agua responsable, un uso adecuado de la energía apostando por el uso de energía renovable, la prevención de la contaminación, la minimización de emisiones de gases efecto invernadero, y promover acciones para fomentar la economía circular en sus procesos de producción.

Además, se identifican y evalúan los impactos ambientales derivados de sus actividades, y se promueve la concienciación del personal en materia ambiental fomentando hábitos sostenibles.

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?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

Economía circular

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

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

34.1. Información adicional

Evitar el desperdicio de alimentos y materias primas es también un objetivo esencial dentro de su gestión. Para ello, realizan un exhaustivo seguimiento de las mermas producidas en los procesos de fabricación, fomentando la economía circular y su aprovechamiento posterior para otros usos.

Entre las diferentes alternativas para dar salida a mermas y productos con fecha de caducidad cercana, se colabora con distintas plataformas y se realizan donaciones a diversas entidades benéficas, eventos deportivos y culturales. Estas acciones contribuyen significativamente a la reducción del desperdicio de alimentos y, por ende, al impacto ambiental.

BUENAS PRÁCTICAS UTILIZADAS EN CIRCULARIDAD

Las siguientes prácticas demuestran el compromiso con la sostenibilidad y la economía circular, buscando siempre la reducción de residuos y la maximización de la reutilización y el reciclaje de materiales.

Planes de prevención y reciclaje de residuos:

Implementación de planes específicos para prevenir y reciclar residuos en todos sus procesos.

Realización de campañas de concienciación dirigidas a su personal para fomentar la correcta segregación de residuos.

Reciclaje de palets de plástico:

Se reciclan los palets de plástico que han llegado al final de su vida útil para reducir el desperdicio y promover la reutilización de materiales.

Reaprovechamiento de residuos:

Se prioriza el reaprovechamiento de residuos en otros usos. Por ejemplo, los lodos de lavado se gestionan para la producción de biogás, aprovechando su potencial energético y reduciendo el impacto ambiental.

Prevención en la generación de residuos:

Hay establecido un control de mermas en los procesos productivos para evitar el desperdicio alimentario y mejorar la eficiencia.

Reducción de plástico y sustitución por materiales reciclables:

Grupo Lacasa continúa su proceso de sustitución de materiales plásticos existentes por materiales 100 % reciclables, promoviendo una economía más circular y sostenible.

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?

Se comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

35.1. Información adicional.

ACTÚA AHORA: Campaña de las Naciones Unidas

Con el objetivo de motivar a los empleados del Grupo Lacasa sobre la importancia de hacer un mundo más sostenible se mantiene la campaña de comunicación mediante el envío de correos y proyección de mensajes en las diferentes pantallas ubicadas en todas sus plantas, informando de acciones que se pueden desarrollar en el día a día.

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)

- 1 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 5 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 6 - Capacitar a las personas de la empresa

- 7 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 8 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 9 - Disponer de presupuesto
- 10 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes

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?

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

38.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Un equipo directivo implicado con la sostenibilidad, la medición de impacto y la trazabilidad de la cadena de suministro.

39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Mejorar al comunicación interna sobre sostenibilidad. Se está trabajando en un plan de acción.

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 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

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

Sí

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

- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.