

RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

Empresa evaluada

BSH ELECTRODOMESTICOS ESPAÑA, S.A.

CIF:A28893550

PLAZA - Ronda del Canal Imperial 18-20

50197 - ZARAGOZA

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

BSH Electrodomésticos España, S.A.

02 - Dirección - CP - Población

Parque Empresarial PLA-ZA, Ronda del Canal Imperial de Aragón, 18-20, Zaragoza - ESPAÑA

03 - Sector. Actividad

Fabricación y comercialización de electrodomésticos

04 - Año comienzo actividad.

1967

05 - Número de personas empleadas

4300

06 - Persona contacto

Ramón Villacampa

07 - E-mail persona contacto

ramon.villacampa@bshg.com

08.- Página web

<https://www.bsh-group.com/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)**

1.1, Información adicional

Las tendencias se analizan en los análisis de riesgos que cada Dirección lleva a cabo

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

La estrategia de sostenibilidad de nuestra matriz de Alemania incluye estos pilares. En BSH España hace ya años que integramos los aspectos económicos, sociales y ambientales en nuestras estrategias tanto de compañía como de las distintas direcciones. Nuestras actividades más relevantes se pueden consultar en nuestra memoria anual.

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

3.1. Información adicional.

Las inversiones medioambientales se llevan a cabo en cada ubicación y el presupuesto para ellas lo gestionan las ubicaciones. Las acciones sociales son gestionadas por el departamento corporativo de Comunicación Corporativa aunque algunos proyectos pueden ser asignados a direcciones concretas.

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

Cada grupo de interés tiene un canal de comunicación concreto. En el año 2015 se hizo un análisis de materialidad en el que se hizo un estudio más en profundidad de la relación con nuestros grupos de interés

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

5.1. Información adicional

Mediante el análisis de materialidad y mediante los diversos contactos que mantenemos con nuestros grupos de interés.

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.

Tenemos la figura del Compliance Officer y un Comité de Compliance que velan por todos estos aspectos de Compliance y Gobierno Corporativo

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

7.1. Información adicional

Existe un canal de denuncias en nuestra intranet dentro del subsite de Compliance. Todos los datos de carácter personal facilitados al objeto de la denuncia son tratados de conformidad con la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal.

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

Tanto los valores de la compañía como su visión y misión son comunicados con un enfoque top-down. Este año ha habido una reformulación de los valores de la compañía y se han realizado sesiones de divulgación y puesta en común de estos aspectos

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

Tenemos auditorías de riesgos penales y Compliance realizadas por equipos de auditores internos coordinados por nuestra central de Alemania

Plan de Responsabilidad Social

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

10.1. Información adicional.

Este plan estratégico de RSC es la unión de los anteriores planes estratégicos de medio ambiente y de seguridad y salud laboral al que se han ido incluyendo otras líneas de acción

de RSC

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.

El plan se renueva cada cuatro años

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

12.1. Información adicional

Tanto para clientes directos (distribución) como para clientes finales nuestras Direcciones de Marketing y Ventas manejan indicadores de satisfacción de nuestros clientes.

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

13.1. Información adicional

Estas necesidades de mejora que luego se plasman en las modificaciones de procesos se identifican a través de los canales de comunicación que tenemos con nuestros grupos de interés

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.

A nivel de producto las divisiones de producto cuentan con departamentos de innovación y desarrollo adaptando los productos a las necesidades del mercado. A nivel de servicios, las Direcciones de nuestra compañía que los prestan también realizan innovaciones en busca de la mejora de su eficiencia y de la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes

Calidad de los productos y servicios

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

15.1. Información adicional.

AL tratarse de bienes de consumo, los aspectos más relevantes relacionados con la producción son los impactos medioambientales

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

16.1. Información adicional.

Tenemos un servicio post venta propio con 252 centros de servicio y con personas dedicadas específicamente a la formación de nuestra red de servicios técnicos

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

17.1. Información adicional.

En las webs de cada marca hay información exhaustiva sobre las características de cada modelo de aparato. El usuario puede descargar informaciones diversas como el manual de instrucciones, ficha de etiquetado energético, etiqueta energética. Las marcas están presentes en las redes sociales con un servicio continuo de atención a las dudas o preguntas planteadas por nuestros usuarios.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

18.1. Información adicional

Tenemos una encuesta de empleados que se realiza cada dos años a nivel de BSH global. De la encuesta salen oportunidades de mejora que se analizan y se plantean acciones de mejora.

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

Damos empleo a personas con capacidades diferentes por convicción y en cumplimiento de la LISMI.

Tenemos firmado con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad un acuerdo voluntario de colaboración para incrementar el número de mujeres en puestos de alta

responsabilidad.

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.

Tenemos varias alternativas para facilitar la conciliación como por ejemplo flexibilidad de horario, excedencias, permisos de lactancia, posibilidad de realizar teletrabajo en algunos puestos, etc

Formación y desarrollo profesional

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

21.1. Información adicional.

Existe un plan de formación planificada que es el resultado de un proceso en el que participan todas las personas que tienen trabajadores a su cargo y que ayudan a definir las necesidades de formación que luego se trasladarán al plan de formación

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

22.1. Información adicional

Existen planes de formación y evaluaciones del desempeño

Seguridad y Salud

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

23.1. Información adicional.

BSH es una de las empresas adheridas a la Red Aragonesa de Empresas Saludables

PROVEEDORES

Compras responsables

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

24.1. Información adicional

Los proveedores que sobrepasan un nivel de compra establecido deben pasar una auditoría de responsabilidad social corporativa de tercera parte antes de formar parte de nuestra cartera de proveedores. Además, todos nuestros proveedores deben de aceptar nuestro código ético.

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

No solo para proveedores de material productivo sino también para proveedores de servicio y contratas.

Homologación de proveedores

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

26.1. Información adicional

Ya contestado en pregunta anterior relativa a las auditorías de RSC de proveedores

Interacción con los proveedores

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

27.1. Información adicional

Estamos desarrollando un portal de proveedores donde estos podrán interactuar de manera adicional al contacto tradicional que se mantiene con ellos. Se han realizado encuestas a proveedores de forma puntual con motivo de proyectos concretos

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.

Los proyectos del ámbito social externo se gestionan a través de Comunicación Corporativa

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.

Siempre se liga el modelo de negocio con los proyectos sociales que llevamos a cabo. Ejemplos: Proyecto "Ni un hogar sin energía" en el que se donaron aparatos altamente eficientes para personas en riesgo de exclusión con el objetivo de reducir el importe de sus facturas eléctricas. O el proyecto de preparación para la reutilización que estamos realizando con AERESS mediante el que les entregamos RAEE en buen estado para que ellos lo puedan destinar a preparación para la reutilización y obtener ingresos con la venta de estos aparatos

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

Las acciones de RSC se comunican internamente así como en nuestra memoria de sostenibilidad

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

Lanzamos notas de prensa de las donaciones a Cáritas, comunicamos algunas actividades en LinkedIn. Comunicamos también las donaciones a ONG como consecuencia de las recogidas de alimentos que realizamos periódicamente, normalmente coincidiendo con periodo navideño (1? por kilo recogido a la asociación que los empleados de cada ubicación eligen).. También realizamos donación de electrodomésticos a ONGs

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

Realizamos análisis de ciclo de vida con lo que podemos saber en qué fase del ciclo de

vida se producen los impactos y cuáles son. En la fase de uso se da el 80% del impacto ambiental (dependiendo de tipo de producto puede variar) y desde hace muchos años se viene trabajando en la mejora de la eficiencia energética de nuestros aparatos. La fase de producción tiene poco peso en todo el ciclo de vida pero también tenemos objetivos ambiciosos en consumos de energía, agua y generación de residuos (proyecto de ámbito BSH llamado "Resource efficiency").

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

Existe una estrategia de Economía Circular pilotada por nuestra matriz de Alemania.

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.

Por medio de la memoria de sostenibilidad aparte de otros cauces más concretos para algunos grupos de interés

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 gestión medioambiental de productos y procesos, la seguridad y salud de nuestros empleados y el buen gobierno corporativo (Compliance)

39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Mayor implicación en proyectos sociales a través por ejemplo del voluntariado corporativo

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?