

RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

Empresa evaluada

BECTON DICKINSON, S.A.

CIF:A50140706

Ctra. Mequinenza s/n.-

22520 - FRAGA

Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

BECTON DICKINSON S.A.U

02 - Dirección - CP - Población

Ctra. Mequinenza s/n

22520 Fraga

Huesca

03 - Sector. Actividad

Fabricación de material médico-quirúrgico

04 - Año comienzo actividad.

1979

05 - Número de personas empleadas

743

06 - Persona contacto

Antonia Zapater

07 - E-mail persona contacto

antonia.zapater@bd.com

08.- Página web

www.bd.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

BD es una empresa de tecnología médica, líder en el mundo, que fabrica y comercializa dispositivos médicos, sistemas de diagnóstico y reactivos, cuyo principal objetivo es mejorar la salud de las personas en todo el mundo. Los principales retos de BD son mejorar los sistemas de administración de medicamentos, así como la calidad y la rapidez en el diagnóstico de enfermedades infecciosas y conseguir avanzar en la investigación para desarrollar nuevos medicamentos y vacunas. La experiencia y conocimientos actuales de la compañía contribuyen decisivamente a la lucha contra algunas de las enfermedades más devastadoras del mundo.

Como empresa perteneciente al sector de la Tecnología Sanitaria, BD analiza las principales tendencias del entorno y en concreto aquellas relacionadas con la Sanidad, que pueden afectar a la evolución futura de su negocio.

BD tiene desarrollada su estrategia de Sostenibilidad a largo plazo. Esta estrategia se fundamenta en nuestra misión como compañía (Impulsar el mundo de la Salud) y está íntimamente ligada a nuestra estrategia de negocio.

Desde el año 2008, se utiliza un proceso definido para priorizar los factores Medio Ambientales, Sociales y de Gobierno que son más relevantes para el negocio y los grupos de interés.

BD cubre las principales necesidades de todo el posible rango de clientes del Sistema Sanitario: Pacientes, Hospitales Públicos y Privados, Centros de Investigación, Laboratorios Clínicos, Clínicas, Industria Farmacéutica, Medicina Territorial, Asistencia domiciliaria y Farmacias.

Recientemente ha lanzado la nueva estrategia BD 2030+, denominada "Juntos avanzamos", que apoya directamente nuestro propósito de avanzar en el mundo de la salud y aborda los temas ambientales, sociales y de gobernanza más relevantes para nuestra organización y nuestros grupos de interés. La estrategia se centra en mejorar la administración de la empresa, las comunidades, la salud humana y el planeta. Todos estos están interconectados, y esta estrategia posee el objetivo final de impulsar resultados colectivos positivos y un mundo saludable y resiliente para todos.

BD ha establecido objetivos a alcanzar para 2030 (y más allá) en cinco áreas clave en las que vemos la mayor oportunidad de ser significativas y medibles en la próxima década. Nuestros compromisos en estas cinco áreas proporcionan un valor compartido a nuestros grupos de interés, al tiempo que tienen un impacto positivo en los pilares de la salud e impulsan resultados positivos para la salud.

1. Cambio climático: Minimizar nuestra contribución a las emisiones globales y utilizar nuestras capacidades para abordar las necesidades de salud insatisfechas de las poblaciones vulnerables al clima.
2. Impacto de nuestros productos: Reducir el impacto ambiental de nuestra cartera y abordar las necesidades de sostenibilidad de nuestros clientes.
3. Cadena de suministro responsable: Crear una cadena de suministro adaptable a las interrupciones y capaz de contribuir a un sólido desempeño ambiental y social.
4. Fuerza laboral y comunidades saludables: Mantener una fuerza laboral saludable y

próspera que cultive nuestra cultura de inclusión, seguridad y bienestar y contribuya a promover la salud equitativa en todo el mundo.

5. Transparencia: Fomentar la confianza entre los grupos de interés a través de informes de rendimiento transparentes sobre cuestiones ESG relevantes para nuestro negocio.

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

Becton Dickinson a nivel global dispone de una estrategia a corto, medio y largo plazo que aborda tanto los retos económicos como los sociales y medioambientales. La planta de Fraga asume la estrategia y los retos de la compañía y los adapta al ámbito local.

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

3.1. Información adicional.

BD Fraga dispone de un presupuesto anual compuesto de diferentes bloques que engloba a todas las funciones y actividades de la empresa. Algunos ejemplos de estos bloques que figuran reflejados en el presupuesto anual son:

- Inversiones en materia de seguridad y salud de nuestros asociados.
- Inversiones en materia medioambiental, por ejemplo, en eficiencia energética y reducción de consumos.
- Formación continua de nuestros asociados para mejorar sus capacidades.
- Colaboración con instituciones educativas para impulsar la formación de jóvenes de nuestra comunidad.
- Contratación de servicios a centros ocupacionales de empleo para favorecer la empleabilidad de personas con discapacidades.
- Colaboraciones económicas con asociaciones locales y/o regionales.

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

A nivel corporativo y posteriormente adaptado para España y la planta de Fraga, se identificaron los grupos de interés y se han establecido procesos para mantener un dialogo constante. La planta de Fraga, a través de sus gerentes, tiene abiertos múltiples canales de dialogo con clientes, empleados, proveedores y las administraciones locales y regionales.

Así mismo participamos de forma activa en asociaciones relacionadas con el ámbito

sanitario y empresarial, por ejemplo AraHealth, APD, Asociación Empresarial Intersectorial del Bajo/Baix Cinca , CEOE Aragón, etc.

A nivel de BD Iberia se realizan análisis de materialidad donde se priorizan los asuntos de interés identificados de acuerdo con la relevancia de estos, tanto para los Grupos de interés como para la estrategia de la compañía. El citado análisis da como resultado una matriz de materialidad donde se categorizaron los aspectos.

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

5.1. Información adicional

Se han establecido diferentes canales de comunicación para cada uno de los grupos de interés identificados, de forma que se asegura la captura de sus necesidades y expectativas. Por ejemplo, nuestros clientes pueden interactuar con nosotros a través de nuestros departamentos de Marketing y Ventas, nuestro servicio de atención al cliente, visitas a nuestras instalaciones, 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.

Nuestro Código de Conducta define y clarifica los comportamientos éticos y legales que todo asociado de BD debe seguir, sirviendo de guía ante las situaciones o conflictos de intereses que pueden encontrarse en su día a día.

Todos los asociados, en todos los niveles de la organización, reciben formación al incorporarse a la Compañía y también posteriormente, con una frecuencia anual.

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

7.1. Información adicional

BD ha diseñado diferentes canales que garantizan la confidencialidad, a través de los cuales cualquier asociado puede comunicar incumplimientos de nuestro Código de Conducta. Como ejemplos, existe una línea telefónica 24/7 de ayuda, una página web independiente donde los asociados pueden introducir su comunicación y también pueden dirigirse al gerente de su área, al departamento de Recursos Humanos o directamente a la Oficina Ética de BD.

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

Los valores de la Compañía, su propósito y objetivos es una información que se comparte

con cada asociado que se incorpora a BD durante la jornada de Bienvenida. Además están desplegados de forma continua en las pantallas y paneles de visualización a lo largo de nuestras instalaciones.

Semestralmente, se realizan sesiones de actualización a todos nuestros empleados para que sean conocedores de la evolución de los objetivos fijados.

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

Existe un manual con sus procedimientos disponible para todos los asociados. En la jornada de Bienvenida a los nuevos asociados también se incide en este tema, realizándose actualizaciones posteriores.

Plan de Responsabilidad Social

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

10.1. Información adicional.

En el periodo 2015 a 2017 el Plan de Responsabilidad Social se focalizaba en las áreas Medioambiental, Seguridad/Salud, Gobierno, etc... En el área de Acción Social se planificaban acciones vinculadas a asociaciones e instituciones locales y regionales. La planificación era revisada trimestralmente por Dirección y Recursos Humanos.

A partir de 2018 se elaboró un nuevo plan que engloba todas las áreas y es revisado trimestralmente por el Comité de Dirección de la planta, quien asegura el cumplimiento de objetivos y el alineamiento con el plan de BD Iberia.

Desde nuestra acción de Responsabilidad Social Corporativa queremos ayudar a conseguir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)* propuestos por la ONU para la agenda 2030 sobre el Desarrollo sostenible.

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.

Si, se han establecido objetivos con indicadores y su seguimiento.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

12.1. Información adicional

El imperativo global de BD es convertirse en un proveedor centrado en el cliente, de calidad mundial, con productos y soluciones de atención sanitaria innovadoras orientados a facilitar el acceso a la sanidad, mejorar los resultados, mitigar las presiones de costes del sistema sanitario y proteger a los pacientes y profesionales de la salud.

La visión de BD sitúa al cliente como prioridad en todo lo que hace.

BD no es un proveedor cualquiera, sino más bien, un SOCIO indispensable en la estrategia del sistema sanitario.

La empresa tiene distintos mecanismos para conocer la satisfacción de los clientes y usar esa información de manera apropiada:

- De forma directa a través del personal de atención al cliente y cadena de ventas, los cuales con visitas directas a hospitales recopilan sugerencias o quejas de clientes
- Mediante visitas de clientes a las instalaciones de la propia fábrica, donde se aprovecha para tener una comunicación directa sobre las preocupaciones y requisitos del cliente con el producto e identificación de oportunidades de cliente. (Hospitales, clientes farmacéuticos y/o organismos públicos)
- A través del sistema de reclamaciones; el cual está formado por una base de datos centralizada con acceso compartido por todas las plantas de la compañía, pudiendo hacer uso no únicamente del feedback recibido sobre nuestros propios productos, sino también de productos equivalentes fabricados en otras localizaciones y así anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes.

La estrategia de satisfacción de cliente se revisa de forma continua. Para cada familia de producto fabricado existe un documento (Evaluación Clínica) el cual resume toda la información disponible respecto a este producto una vez comercializado, con el objetivo de identificar riesgos y/o oportunidades. Esta información es revisada de forma periódica y forma parte de los estudios de seguimiento de producto en el mercado (Post Market Surveillance, PMS).

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

13.1. Información adicional

A través de la retroalimentación recibida por los diferentes canales descritos, la empresa analiza la información, quejas y propuestas de mejora y determina la posibilidad de identificar acciones de mejora. Esta evaluación se realiza durante las reuniones de Revisión por la Dirección de la planta y para las oportunidades identificadas se inicia una acción formal de mejora. Estas acciones de mejora formarán parte del Plan de Mejora de la Calidad, concretamente en el área de satisfacción de cliente, que se revisa de forma trimestral.

Para cada una de las mejoras identificadas, se define un plan por el cual se evalúa la efectividad de la acción, cuyo cumplimiento en el plazo definido determinará el éxito de la acción de mejora.

De forma paralela, toda la información recibida de clientes es analizada en los diferentes

niveles de la organización, llegando a nivel de operario de manufactura o proceso con el fin de concienciar al personal de la importancia de la calidad y de los requerimientos de nuestros clientes y así, poder identificar cualquier tipo de mejora.

Además, en los últimos años bajo el lema de 'Customer Centricity (centrados en el cliente)', BD ha impulsado una nueva iniciativa cuyo propósito es tener siempre presente las necesidades de los clientes y la importancia de satisfacer sus requisitos en todas nuestras actividades. BD Fraga para adherirse a dicha iniciativa ha construido un espacio en la planta en el que se simula una consulta médica con el fin de concienciar a nuestros empleados el impacto que nuestras actividades tienen para el cliente.

Anualmente, realizamos el evento 'Semana de la Calidad', siempre enfocado en el cliente. En formato stands, videos, concursos etc, se pretende promover y mejorar la cultura de calidad en la planta, acercando las necesidades y visión del cliente a todos los asociados de la planta.

También se organizan visitas por parte de clientes para explicarnos sus necesidades y como BD Fraga puede ayudar a cumplir sus expectativas en los productos. En estas sesiones han participado representantes de BD de todas las estructuras y departamentos, para que los mensajes lleguen a todo el personal.

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.

La innovación centrada en la satisfacción del cliente es objetivo fundamental como parte del desarrollo de nuestros productos y procesos. Podemos diferenciar dos áreas principales dentro de la innovación:

- a) Mejora continua aplicada a la mejora de los procesos; con el objetivo de hacer productos más sostenibles, a un precio más accesible y con mayores niveles de calidad que se adecuen a las expectativas de los clientes.
- b) Investigación y Desarrollo; por el cual el diseño de los productos son adaptados a las necesidades variantes del mercado y requisitos de los clientes.

Todas las actividades de mejora identificadas a través de ambas fuentes de innovación forman parte del listado de proyectos que se gestionan conjuntamente entre el personal técnico de la planta de BD Fraga y el personal de Diseño y Desarrollo de la Corporación.

Como ejemplo, los gráficos y envases de nuestros productos se adaptan de forma continua a la necesidad de los clientes y mercados a los cuales suministramos: Idiomas, recomendaciones de uso, trazabilidad del producto a través de códigos de 2D (datamatrix); según petición de clientes en UK, Unión Europea y SU, etc.

Otro ejemplo de adaptación de nuestros productos al mercado ha sido el rediseño de nuestros productos para dar soporte a la campaña mundial de vacunación COVID. Nuestros productos se adaptaron de forma rápida a las necesidades de mercado, en cuanto a diseño y capacidad de producción.

Calidad de los productos y servicios

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

15.1. Información adicional.

En BD existen procedimientos definidos para asegurar la calidad del producto así como la post comercialización.

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

16.1. Información adicional.

Como fabricantes de dispositivos médicos de un solo uso, no se requiere un seguimiento post venta en cuanto al funcionamiento del producto y/o servicio. A pesar de ello, BD tiene mecanismos establecidos por los cuales se realiza seguimiento del grado de satisfacción respecto al producto comercializado a corto y largo plazo.

Las actividades de post venta a corto plazo se utilizan tras el lanzamiento de un nuevo producto al mercado o modificaciones de su diseño. A través de visitas directas a clientes y/o encuestas se recopila información sobre los distintos aspectos del producto para conocer si el producto satisface plenamente al cliente o existen oportunidades o incidencias que no hubieran sido detectadas durante las fases de implementación. Dicha información es analizada posteriormente por la empresa y se identifican oportunidades de mejora si es el caso.

El seguimiento post venta a largo plazo, es el que se realiza de forma continuada a través del ciclo normal de vida del producto. A través de la cadena de ventas y atención al cliente se solucionan las dudas o incidencias sobre el uso del producto y se recopilan las oportunidades o quejas con la calidad del producto. Esta información nos es trasladada en este caso al fabricante y a través de mecanismos de mejora establecidos, se plantean soluciones.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

17.1. Información adicional.

A través del personal de ventas, servicio al cliente y marketing, BD proporciona información detallada sobre todos los productos ofertados, así como de sus características y aplicaciones para aportar al cliente la solución que mejor se adapta a sus necesidades. Los medios utilizados son diversos; como fichas técnicas, páginas webs, aplicaciones móviles, documentación gráfica, etc. que se facilitan a los clientes a través de eventos promocionales y visitas directas a clientes.

Adicionalmente, todo producto dispone de las instrucciones de uso necesarias, advertencias sobre el riesgo y gestión del producto tras su utilización.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

18.1. Información adicional

Desde el año 2009 la empresa lanza encuestas regularmente para conocer el grado de satisfacción de las personas empleadas. De ellas se derivan planes de acción

También a nivel local, anualmente y como parte de las reuniones de actualización, se solicita la opinión de todos los asociados respecto a sugerencias de mejora. Los datos obtenidos son analizados por el Comité de Dirección de la planta.

En abril 2018 se inició un nuevo proceso continuo a nivel global denominado "Voz del Asociado". A raíz del análisis de sus resultados, se diseñó un nuevo programa denominado Estrategia de Buenos Empleos, cuyo objetivo es crear en todos nuestros asociados una cultura de propiedad, empoderamiento y crecimiento en la organización.

Como parte de esta estrategia, se han establecido de forma continuada reuniones bimensuales con grupos de empleados que voluntariamente desean interactuar con los líderes de la planta, como una forma de capturar de forma directa sus sugerencias de mejora en todas las áreas (operaciones, seguridad, calidad, etc..)

En 2021 y 2023 se ha continuado con sucesivas encuestas que han contado con índices muy altos de participación, entorno al 90% iniciándose nuevos ciclos de análisis y el establecimiento de nuevos planes de acción cada vez.

Concretamente en 2023 se alcanzó un 94% de participación y un índice de compromiso con la organización del 70%.

Como mínimo una vez al año todos nuestros empleados mantienen entrevistas con su supervisor directo, donde se analiza conjuntamente el desempeño y se captura el grado de satisfacción de nuestros empleados.

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

BD Iberia y la planta de Fraga disponen de un plan de igualdad desde el año 2009 donde se establecen planes de acción que garantizan la igualdad de oportunidades y no discriminación. Este mismo principio rige nuestros procesos de selección y el desarrollo/promoción de nuestros empleados, habiéndose establecido metas para incrementar la diversidad e inclusión en todos los niveles de la organización. Se realiza un seguimiento trimestral de estas metas por parte del Comité de Dirección.

Existe también una Comisión de Igualdad a nivel de BD Iberia que realiza un seguimiento periódico de las acciones contempladas en el plan de Igualdad.

Nuestra plantilla cumple con LISMI en cuanto al % de personal discapacitado.

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.

BD Fraga, por tratarse de una planta de producción que está operando en formato 24/7, ha categorizado en dos grupos las actuaciones en materia de conciliación.

a) Personal producción: las actuaciones han sido en dos áreas, adecuación del turno de trabajo en base a las preferencias del trabajador y concesión de reducciones de jornada con horario prefijado elegido por el trabajador.

b) Personal turno central: Flexibilidad horaria y trabajo en remoto, dependiendo de la posición, con el fin de facilitar la conciliación.

Formación y desarrollo profesional

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

21.1. Información adicional.

Al inicio de cada año fiscal, gestionado por el área de Formación, se diseña el plan maestro de formación para toda la planta. Dicho plan recoge las actividades formativas previstas por cada departamento, una vez realizado el análisis de sus necesidades y de los planes de desarrollo identificados.

A lo largo del año, cualquier necesidad formativa adicional que se genera, se incorpora al mismo.

BD Fraga fomenta la formación en determinadas áreas como por ejemplo el idioma inglés, a través de una subvención económica a todos los niveles de la organización.

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

22.1. Información adicional

BD tiene establecido un proceso de evaluación anual del desempeño que se inicia con el año fiscal y que consiste en un acuerdo entre el empleado y su superior directo sobre los objetivos individuales del año y los planes de desarrollo también individuales. Durante el proceso, de forma trimestral, se realizan reuniones de seguimiento one-to-one entre empleado y superior directo para favorecer el alcance de esos objetivos.

Además BD dispone de la herramienta Career Blueprint o Plan de Carrera, donde a partir de cierto nivel en la organización, se establecen planes de carrera en un plazo de 3 a 5 años, con un seguimiento anual donde se revisan las expectativas del empleado y el alcance de los objetivos fijados en este sentido.

Seguridad y Salud

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

23.1. Información adicional.

La Planta de BD Fraga cumple con las disposiciones y normativa de prevención de riesgos laborales teniendo procedimientos específicos que garantizan la seguridad y salud en las actividades desarrolladas.

Además, estamos certificados según normativa ISO 45001:2023.

Esta norma es la norma internacional para sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo destinada a proteger a los trabajadores y visitantes de accidentes y enfermedades laborales.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

24.1. Información adicional

BD dispone del manual "Expectativas de BD para los proveedores" definido en 2023 donde se define a un proveedor como cualquier persona, empresa, entidad u organización que suministra a BD bienes o servicios*; ya sea directamente o a través de otro proveedor. Centramos nuestras Expectativas para los proveedores (EFS) en nuestro propósito - Impulsando el mundo de la salud?, y vinculamos las EFS a nuestra estrategia empresarial. Nuestra estrategia empresarial aborda una amplia gama de retos en nuestro sector, al tiempo que avanza en temas medioambientales, sociales y de gobernanza.

Becton, Dickinson busca desarrollar relaciones con proveedores que demuestren que promueven los valores establecidos en estas EFS, así como nuestros valores fundamentales que sirven como brújula moral de BD: "Hacemos lo correcto". nuestro objetivo es trabajar en colaboración con proveedores que compartan nuestros valores y puedan ayudarnos a servir eficazmente a nuestros clientes. Esperamos que todos nuestros proveedores cumplan las expectativas establecidas en este documento. Este es un requisito para hacer negocios con BD.

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

En el manual "Expectativas de BD para los proveedores 2023" se definen tanto los aspectos sociales como medioambientales que se requieren desde BD a los proveedores,

incluyendo responsabilidad social (aspectos laborales, salud, seguridad, ...) como medioambiental (cumplimiento regulatorio, ciclo de vida, emisiones, gestion de residuos, ...)

Homologación de proveedores

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

26.1. Información adicional

BD dispone de un programa establecido por el cual se define las expectativas de BD respecto a los proveedores en materia de responsabilidad social y medioambiental. Dicho programa se utiliza como requisito en la homologación de proveedores, se revisa de forma rutinaria y su incumplimiento puede implicar el cambio en la relación empresarial con el proveedor.

Interacción con los proveedores

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

27.1. Información adicional

Equivalente a encuestas, BD dispone de diferentes procesos establecidos de comunicación continua con los proveedores a través de reuniones presenciales, visitas a instalaciones y mecanismos de comunicación de incidencias. Las oportunidades identificadas como parte de estos canales de comunicación son utilizadas para el desarrollo de planes de mejora bidireccionales con los proveedores.

Durante los últimos años, se ha dado un especial valor a la integración vertical con nuestros proveedores como pilar básico de la estrategia de desarrollo a medio plazo de la empresa. Con ello, BD Fraga persigue nuevas oportunidades de cooperación entre ambas partes más allá de la relación puramente comercial de compra /venta de materias primas.

Son ejemplo de ello, el desarrollo de productos específicos y adaptados a nuestras necesidades, la internalización en la empresa de procesos previamente ejecutados por el proveedor o la búsqueda de nuevas configuraciones, formatos o mecanismos de transporte más efectivos y que permiten simplificar las prácticas y manipulación realizadas en la empresa.

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.

A nivel internacional, cualquier asociado de BD puede participar en programas de voluntariado por todo el mundo. Estos programas se publicitan y promocionan con el fin de involucrar a la participación. En concreto, asociados de Fraga han participado en acciones de voluntariado en Perú que tenían como fin la construcción de botiquines en varias comunidades desfavorecidas.

A nivel local, la planta colabora con asociaciones locales alineadas con los valores de la compañía en los ámbitos social, ambiental, cultural, deportivo, de ocio y tiempo libre, bien en forma de voluntariado o apoyando económicamente para el desarrollo de sus actividades (AECC, Caritas, Asociación discapacitados, Asociación Niños con Cáncer, Valentia, ADIA Asociación para el Desarrollo de la Infancia en África, MANOS UNIDAS, etc..).

La planta de Fraga colabora activamente con varios centros ocupacionales de empleo, contratando sus servicios de forma preferente y regular (ejemplo Valentia, Fundación Agustín Serrate y Fundación Aspros).

Se realiza un seguimiento trimestral de estas actividades por parte del Comité de Dirección de la planta.

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.

A lo largo de los años, BD Fraga ha tenido catalogada como preferente la contratación de personal local y familiares de empleados en sus procesos de selección, con el fin de impulsar el desarrollo local y/o regional.

La planta de Fraga premia a aquellos empleados que aportan ideas de mejora continua con vales canjeables en los comercios de Fraga. De esta forma, en colaboración con la Asociación Empresarial Intersectorial del Bajo Cinca, apoya el desarrollo del comercio local.

También se ha mantenido de forma ininterrumpida la colaboración en acciones sociales demandantes de apoyo económico en la zona.

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 actuaciones en materia social se comparten con todos los empleados en las reuniones semestrales de actualización, así como con otros grupos de interés como por ejemplo clientes, proveedores, instituciones locales, etc.. durante sus visitas a la planta.

En 2017 se creó el Club Frag@ctiva como vía para involucrar a nuestros asociados en actividades de carácter social y solidario, a la vez que conseguimos reforzar el sentimiento

de pertenencia a una empresa que potencia estos valores.

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

BD Fraga dispone de un Comité de Comunicación que gestiona todas las actividades de este tipo. También se dispone de un buzón de sugerencias mediante el cual se puede solicitar más información sobre cualquier tema.

Existe una red social interna, VIVA ENGAGE , para todos los asociados de la planta que permite poner en común todo tipo de iniciativas y facilita la comunicación entre todos los niveles de la organización.

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

Becton Dickinson, es una empresa socialmente responsable, que está comprometida con la protección del medio ambiente, la lucha contra el cambio climático, la prevención de la contaminación, el fomento de la economía circular, el desarrollo sostenible y la promoción del ahorro y la eficiencia energética, no sólo en sus productos, sino también con sus instalaciones y procesos productivos.

La neutralidad de carbono, en todo el ciclo de vida del producto, es el objetivo medioambiental principal para Becton Dickinson para los próximos años.

Por ello, a través del sistema de Gestión Ambiental conforme a ISO 14001:2015 y complementado con la ISO 50001:2018 de eficiencia energética, se identifican, registran y evalúan todos los elementos de las actividades y servicios que puedan causar impactos en el medioambiente, y se establecen objetivos de mejora continua que se verifican periódicamente en auditorías corporativas y auditorías externas.

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

Becton Dickinson ha obtenido el sello Aragón Circular 2023, por sus iniciativas y su liderazgo de una economía circular. Becton Dickinson, en su planta de Fraga, dispone de un plan de reducción de residuos generados, tiene un alto porcentaje de residuos reciclados y dispone de autoconsumo solar fotovoltaica en el tejado de sus instalaciones. Además, en Becton Dickonson Fraga, se dispone de un 19% de materias primas que son de origen reciclado. Como grandes iniciativas de la empresa, se está trabajando para incorporar más materias primas recicladas de sus residuos finales en sus productos. Igualmente, a nivel global de la empresa, hay un plan de objetivos 2030+ para reducción de emisiones de efecto invernadero 2030 y 2040. Para 2050, la empresa se ha unido a la alianza global ?Race to Zero? para ser neutros de carbono en todo el proceso de producción (alcances 1, 2 y 3): Desde el suministro de los proveedores hasta la distribución a cliente final.

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.

El compromiso público de la empresa es visible de forma permanente en paneles distribuidos por planta, en redes sociales y página web corporativa. Los objetivos y resultados del desempeño son expuestos y comunicados localmente para asociados, visitantes de empresas y colegios de la zona y página web corporativa.

Las actuaciones en materia ambiental que se llevan a cabo, se exponen en pantallas PVD y paneles distribuidos por planta, así como se informa a los empleados por correo electrónico y redes sociales.

Existen campañas periódicas de comunicación en pantallas gráficas, correo electrónico y redes sociales internas para fomentar y sensibilizar a los empleados en la protección del Medio Ambiente.

A nivel de compañía existe una comunicación fluida con el resto de las plantas. Se comparte de forma mensual las mejores prácticas y actuaciones de mejora ambiental, con el fin de extender las mejores actuaciones.

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?

Seguridad laboral y sostenibilidad medioambiental

39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Incrementar nuestra proximidad a los clientes. Debido al caracter global de nuestra compañía, la planta de Fraga tiene limitado acceso a los clientes situados en areas geográficas distantes.

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?