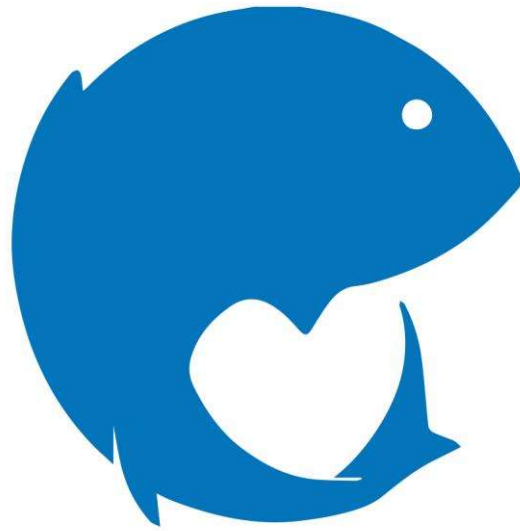


MEMORIA RSA 2024



SCANFISK[®]
CON EL ORIGEN

Criterio 1. CONTENIDOS GENERALES

C.1.1. DECLARACIÓN DEL RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN

ENFOQUES:

COMPROMISO DE LA EMPRESA

CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

D./D^a ÁNGEL GARCÍA LAHOZ , con DNI 29099777 Q, en calidad de representante de la empresa SCANFISK SEAFOOD SL, con C.I.F. B50607019, y domicilio en CNO. Cogullada s/n (mercazaragoza) calle p, parcela 29 de Zaragoza, según poderes otorgados, declaro:

- que la empresa a la que represento se compromete a aplicar de forma voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, y en sus políticas y procedimientos, los valores y códigos éticos relacionados en el presente documento, que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones.
- que se ha difundido y comunicado a las personas de la organización el compromiso que la empresa tiene con la responsabilidad social y el Sello RSA.
- que dicha entidad está al corriente en las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social, y no se encuentra en ninguno de los supuestos de prohibición para contratar con el sector público o para recibir subvenciones de las Administraciones Públicas.

En Zaragoza, a 25 de Julio de 2024

Firma 

Ángel García Lahoz

+

C.1.2. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

ENFOQUES:

Nacimos en 1994 en Zaragoza con el objetivo de hacernos un lugar en el panorama mundial de la importación y exportación de pescado.

Hoy, 30 años después, hemos tejido una de las redes logísticas más sofisticadas del sector, dominando el espacio terrestre, aéreo y marítimo. Exportamos y distribuimos por España pescado nacional desde Galicia, donde contamos con nuestras instalaciones y personal propio. Controlamos algunos de los principales orígenes del mundo, de donde importamos las mejores especies de cada puerto para posteriormente ser procesadas en nuestras instalaciones. Trabajamos siguiendo un plan estratégico centrado en la calidad de los productos y la preocupación por la sostenibilidad. Hemos desarrollado proyectos, como Ultrafish, que tenían por objetivo incrementar la vida útil de los productos de pesca mediante el uso de ultrasonidos, eliminando cualquier tipo de aditivo del proceso de producción. Además, supone un ahorro en el consumo de agua y energía. La trayectoria de Scanfisk la sitúa como una de las empresas de pescado fresco más importante del panorama nacional.

RESULTADOS:

	GRI
Nombre de la organización	2-1-a
SCANFISK SEAFOOD SL	
Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	2-1-b
SL (Entidad privada)	
Ubicación de la sede	2-1-c
Crtra cogullada s/n (mercazaragoza) num 65 c/p parcela 29 ZARAGOZA	
Países en los que opera	2-1-d
España, Italia, Sudáfrica, Turquía, Grecia, Portugal, Canadá, Perú, Chile, China, Namibia, EEUU, Argentina, Vietnam, India, Noruega, Tailandia, Dinamarca, Polonia, Rumanía, Islandia, Groenlandia, Albania, Serbia, México, Japón, Lituania, Marruecos	
Sector o los sectores en los que tiene actividad	2-6-a
Alimentación	
Actividades, los productos y los servicios de la organización, y los mercados atendidos	2-6-b-i
Mercado nacional e internacional a través de producto fresco, congelado y elaborado en nuestra planta	
Descripción cadena de suministro (tipología, nº total, ubicación geográfica de proveedores...)	2-6-b-ii
Se detalla en punto 4. proveedores	
Cambios significativos de la organización durante el periodo del informe	2-6-d
Cambio en la dirección, pasa de consejo de administración a administración única	
Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	2-2-a
--	
Si la organización tiene estados financieros consolidados y auditados, especificar las diferencias existentes entre las entidades incluida en sus informes financieros vs informes de sostenibilidad	2-2-a
--	

CONTENIDO	Año 2021			Año 2022			Año 2023			GRI
	TOTAL 84	HB (46)	MJ (38)	TOTAL 88	HB (49)	MJ(39)	Total 91	HB (50)	MJ (41)	
Número total de empleados, desglosados por género y región:	ZARAGOZA	37	31	ZARAGOZA	37	33	ZARAGOZA	40	36	2-7-a
	LUGO	5	5	LUGO	8	5	LUGO	6	4	
	VIGO	4	2	VIGO	4	1	VIGO	4	1	
Número total de empleados fijos y temporales	FIJOS		TEMPORALES	FIJOS		TEMPORALES	FIJOS		TEMPORALES	2-7-bi 2-7-bii
	79		5	83		6	92		3	
Número total de empleados a tiempo completo y a tiempo parcial	COMPLETO		PARCIAL	COMPLETO		PARCIAL	COMPLETO		PARCIAL	2-7-biv 2-7-bv
	78		4	83		6	90		4	

puede haber diferencias entre el núm. total de empleados, porque hay algunos que, en el mismo año, primero han sido temporales y luego fijos o porque han estado en el mismo año a jornada parcial y luego han pasado a completa o al revés

C.1.3. ÉTICA E INTEGRIDAD

ENFOQUES:

- Scanfisk es una empresa socialmente responsable en cuanto a valores éticos se refiere, nuestro objetivo principal es ofrecer productos sabrosos, saludables y sostenibles para todo el consumidor, respetando en todo momento el medio ambiente y sobre todo nuestros mares, ya que es el principal medio natural para nuestro trabajo.
- Un equipo con gran experiencia en logística (sobre todo aérea), nuestra presencia en el origen junto a nuestro procesado en planta, sumado a nuestras certificaciones son nuestras herramientas para desarrollar soluciones adecuadas que se adapten a las necesidades del consumidor.
- Somos transparentes y ágiles con nuestros productos.

RESULTADOS:

	GRI
Compromisos y políticas de conducta empresarial responsable	2-23 a
<ul style="list-style-type: none"> • Poseemos un manual de buenas prácticas para todo el personal que entra en nuestra planta. Así como una formación de este para los trabajadores que tratan directamente con nuestros productos • Trabajamos con muchos países del mundo y somos conscientes de las diferencias laborales en países en vías de desarrollo • SCANFISK trabaja muy de la mano con el comité de empresa y tiene implantado el protocolo antiacoso y el plan de igualdad 	
Compromisos y políticas específicas para el respeto de los derechos humanos	2-23 b
<ul style="list-style-type: none"> • Nuestros compromisos y políticas cubren los derechos humanos reconocidos internacionalmente, de hecho, muchos de nuestros trabajadores son migrantes. 	

Enlaces a los compromisos y políticas si son de acceso público	2-23 c
--	--------

- No tenemos políticas éticas establecidas, pero estamos en vía de realización. No obstante, siempre intentamos actuar en base a nuestros valores y estamos comprometidos con los derechos fundamentales.

Cómo se comunican los compromisos y políticas a trabajadores, socios comerciales, y otras partes pertinentes	2-23 f
--	--------

- En el momento de la comunicación empleamos nuestra recién estrenada plataforma interna para empleados y a través de nuestra web para poder abarcar también a todo el personal externo a la compañía.

Mecanismos para que los individuos soliciten asesoramiento sobre la aplicación de las políticas y prácticas de la organización para una conducta empresarial responsable	2-26 a-i
--	----------

- Poseemos un buzón de sugerencias en nuestro portal del empleado y también tenemos un buzón físico.
- El departamento de RRHH siempre está disponible para poder asesorar y prestar ayuda al que lo necesite.

Mecanismos para que los individuos planteen sus inquietudes sobre la conducta empresarial de la organización, (Ej canal de denuncias)	2-26 a-ii
---	-----------

- Tenemos un canal de denuncias publicado en nuestra web y con acceso directo en nuestro portal del empleado.

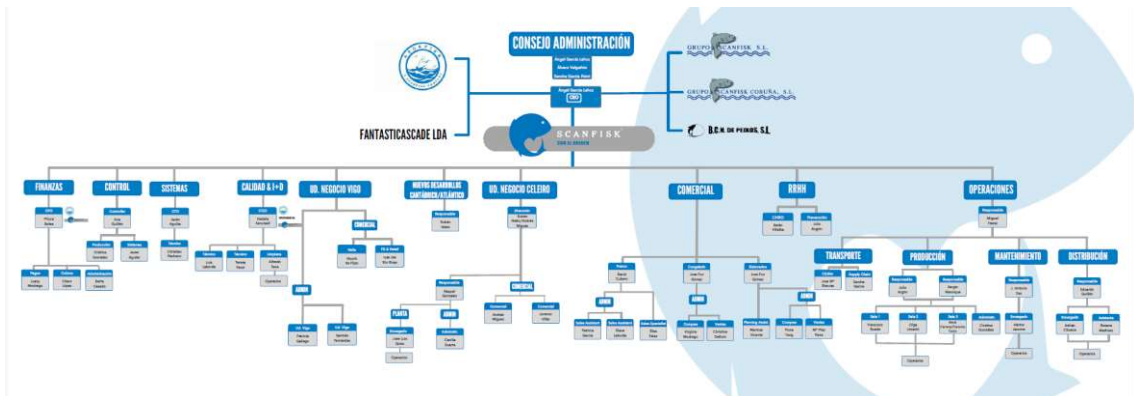
ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, enfocadas a la mejora la ética y la integridad de la organización

- Implementación del canal de denuncias
- Creación del portal del empleado
- Registro del plan de igualdad en el REGCON

C.1.4. GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN

ENFOQUES:



RESULTADOS:

CONTENIDOS	Año 2021	Año 2022	Año 2023	GRI
Estructura de gobernanza, incluidos los comités del máximo órgano de gobierno				2-9 a
Composición del Máximo Órgano de Gobierno y sus comités:				
ejecutivos y no ejecutivos	3 miembros en consejo de administración	3 miembros en consejo de administración	3 miembros en consejo de administración	2-9 c i
antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno	Desde 1994/1 año/1 año	Desde 1994/2 años /1 año	Desde 1994/3 año/2 años	2-9 c ii
Género	3 Hombres	2 hombres 1 mujer	2 hombres 1 mujer	2-9 c v
Representación de los Grupos de Interés	3	3	3	2-9 c viii

Presidente del máximo órgano de gobierno	2-11
indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno es también un alto ejecutivo de la organización El presidente es el CEO de la compañía	2-11 a
En ese supuesto, indicar cómo se evitan y mitigan los conflictos de interés	2-11 b

- No existen conflictos de intereses, puesto que además de trabajar como CEO trabaja como comercial en la compañía. Si hubiera algún problema, tenemos instaurado un canal de denuncias en la empresa del que nunca nadie ha hecho uso hasta el momento.

ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora del Gobierno de la Organización.

- Actualmente, no hay consejo de administración y la compañía vuelve a ser gestionada por un único administrador que es el CEO.

BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- SCANFISK SEAFOOD siempre buscar por parte de los altos cargos, especialmente por el CEO de la compañía, la mejora continua poniendo en valor el bienestar de los trabajadores que la componen, buscando nuevas líneas de negocio y manteniendo vivas las que dan buenos resultados en la misma.

C.1.5. GRUPOS DE INTERÉS

ENFOQUES:

Los stakeholders o grupo de interés para Scanfisk son:

- Empleados
- Clientes
- Proveedores
- Sociedad en general

Hace ya unos años, se empezó a realizar encuestas de satisfacción a los clientes de la compañía. En estas encuestas se valoran aspectos como la satisfacción con la calidad de nuestros productos y servicios, teniendo también en cuenta la calidad del servicio personal por parte de nuestros comerciales.

También se realizan encuestas a nuestros empleados. Se trata de una evaluación de desempeño de sus superiores. Cada empleado rellena una encuesta evaluando a sus superiores de manera totalmente anónima y los empleados evalúan a sus superiores de la misma manera.

Hay un trato directo en el que se intercambian opiniones y puntos de mejora en las ferias a las que SCANFISK asiste anualmente, sobre todo con proveedores.

RESULTADOS:

Identifique los resultados que apliquen a la participación de los grupos de interés, así como de otros indicadores que la Organización suscriba para medir su evolución.

Si se dispone de información de al menos los últimos tres años, aportarla justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos también.

CONTENIDOS	GRI
Categorías de grupos de interés con las que se involucra y cómo las identifica	2-29 ai
<ul style="list-style-type: none"> - Empleados - Clientes - Proveedores - Sociedad en general - Sindicatos 	
Propósito de la participación de los grupos de interés	2-29 aii
<p>RRHH se reúne con los trabajadores para recibir información de manera directa y poder estar al corriente de las inquietudes y puntos de mejora por parte de estos.</p> <p>Hay un seguimiento activo por parte del equipo comercial con los clientes</p> <p>Asiduidad a ferias de los máximos cargos comerciales y directivos con el objetivo de mantener y conseguir lazos comerciales con proveedores y clientes</p> <p>Reuniones por parte de RRHH con el comité de empresa.</p>	

Cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa	2-29 aiii
--	-----------

Scanfisk busca asegurar una participación provechosa de los grupos de interés, con lo mencionado anteriormente (ferias, reuniones, visitas, entrevistas) y además, este año 2024, se ha implantado una nueva APP con un portal del empleado para mejorar la comunicación en la empresa

ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de la participación de los grupos de interés

- Implantación de una APP con portal del empleado

C.1.6. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD Y DATOS DE LA MEMORIA

RESULTADOS:

CONTENIDOS	GRI
Proceso para definir los temas materiales <ul style="list-style-type: none"> No hay datos 	3-1
Lista de temas materiales y relevantes para la organización <ul style="list-style-type: none"> No hay datos 	3-2
Gestión de temas materiales y relevantes para la organización <ul style="list-style-type: none"> No hay datos 	3-3
Periodo objeto de la memoria y frecuencia de presentación <ul style="list-style-type: none"> 2024 	2-3 a
Fecha de publicación del informe <ul style="list-style-type: none"> 2020 	2-3 c
Punto de contacto para solución de cuestiones Tlf RRHH 876550629//649507105	2-3 cd

ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en el análisis de materialidad

- No aplica

C.1.7. PLAN ESTRATÉGICO RSC/RSA

ENFOQUES:

Actualmente no tenemos un plan de RSC, no obstante, este año, se ha trasladado la RSC al departamento de RRHH con el objetivo de realizar mejoras significativas al respecto.

RESULTADOS:

No aplica

ACCIONES:

- Se ha trasladado la RSC al departamento de RRHH con el objetivo principal de obtener mejoras significativas e implantaciones novedosas para la compañía al respecto.

Criterio 2. CLIENTES

ENFOQUE GLOBAL

Scanfisk Seafood lleva a cabo su actividad comercial en el ámbito B2B. La compañía cuenta con clientes tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

Uno de los objetivos de Scanfisk con sus clientes es conseguir que estén satisfechos y tratar de fidelizarlos.

Contamos con distintos medios para mantener la comunicación entre los clientes y la compañía: teléfono, email, WhatsApp, página web, redes sociales...

A través de estos medios, nuestros clientes pueden consultarnos cualquier duda o problema relacionado con nuestros productos, plazos de entrega, reclamaciones, envíos, etc.

La idea con la que trabajamos en Scanfisk es la de seguir manteniendo una comunicación bidireccional y abierta, solventando cualquier tipo de problema y comunicando con total transparencia

COMPROMISOS ADQUIRIDOS

De los compromisos adquiridos en la anterior memoria, describa brevemente su situación actual y su grado de evolución, indicando en su caso el Logro del Compromiso.

COMPROMISO	EVOLUCION	FINALIZADO
Seguimiento comercial	4,5/5	
Seguimiento de satisfacción	4,5/5	
Control de pedidos	4,5/5	

NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- Seguimientos de clientes en cuanto a productos nuevos
- Control de satisfacción en cuanto a productos recibidos



Memoria Plan de Responsabilidad Social de Aragón

C.2.1. SATISFACCIÓN DE CLIENTE

ENFOQUES:

La satisfacción del cliente es la manera en que un producto o servicio cubre la necesidad esperada por un cliente. Para Scanfisk es un aspecto fundamental sino, el más importante.

Para asegurarnos de que esto se cumple, realizamos unas encuestas de satisfacción anuales en la que se valoran diferentes aspectos de nuestros productos y servicios

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes				
% de insatisfacción global y por atributo valorado				GRI 418
Satisfacción media	4,4/5	4,5/5	4,5/5	
Error muestral	6%	5,9%	5,8%	

ACCIONES:

Seguimos con el modelo de encuesta que se hace llegar al cliente a través de email, WhatsApp o cualquier medio digital. El cliente accede a la encuesta a través de un link y simplemente tiene que cumplimentarla y darle al botón de enviar. En estos últimos años estamos consolidando esta línea de unión entre proveedor y cliente.

BUENAS PRÁCTICAS:

- Sostenemos una transparencia absoluta con nuestros clientes, haciendo seguimiento de cualquier incidencia hasta dar solución.

C.2.2. INNOVACIÓN EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

ENFOQUES:

- Scanfisk busca siempre adaptarse a las necesidades y demandas del mercado. Estar atentos a los cambios y actualizaciones del mercado es fundamental. Para ello se realizan reuniones periódicas entre la dirección de la compañía y varios departamentos implicados en estos aspectos con I+D, ventas, etc... En estas reuniones se trata de analizar cuáles son las demandas del mercado y qué están solicitando los clientes.

RESULTADOS:

-

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
Nº de productos/ servicios nuevos puestos en el mercado	12	16	18	
% de productos / servicios revisados / evaluados	100	100	100	GRI 416

ACCIONES:

- Incremento de nuevos productos congelados por la alta demanda del mercado.
- Aprovechar productos derivados de estos productos en crecimiento

BUENAS PRÁCTICAS:

- Búsquedas de productos sostenibles, que su captura sea responsable y respetando los fondos marinos

C.2.3. CALIDAD DEL SERVICIO

ENFOQUES:

Plena disposición del equipo técnico y comercial ante cualquier llamada, queja, reclamación o consulta por parte de clientes, proveedores, clientes potenciales y otros grupos de interés.

En lo que respecta a la calidad de los productos, Scanfisk cuenta con varias certificaciones en sostenibilidad (MSC, ASC y BIO) y otras certificaciones como IFS. Nuestro departamento de calidad es el encargado de realizar el seguimiento de la trazabilidad de nuestros productos. Por otro lado, una vez llegan los productos a nuestra planta, son sometidos a severos controles de calidad.

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador G4 asociado
Nº de reclamaciones atendidas	26	30	33	GRI 417
% de reclamaciones resueltas				
A favor del cliente	NA	NA	NA	GRI 417
Por tipo de reclamación	100 %	100%	100%	GRI 417
Importe de multas	0	0	0	GRI 417

ACCIONES:

- Nuestro compromiso con el cliente hace que tengamos una gran eficacia en resolver incidencia.

BUENAS PRÁCTICAS:

- Continuamos con la implantación en nuestros sistemas de un nuevo sistema informático, el cual lleva incluido la opción de valoración y tratamiento de incidencias.

C.2.4. TRANSPARENCIA INFORMATIVA SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO

ENFOQUES:

Desde Scanfisk seguimos a cabo una información transparente sobre sus productos y servicios como ya puntualizamos en la memoria anterior. Se siguen realizando estudios de trazabilidad para que el cliente sepa todo sobre el producto. Para la venta de nuestros productos contamos también con unas fichas técnicas donde aparecen diferente información relevante sobre los productos para nuestros clientes. Sumado a esto, nuestro equipo comercial está siempre a disposición del cliente para solventar cualquier duda en relación con nuestros productos.

RESULTADOS:

- Grandes resultados en cuanto a información previa del producto transmitida al cliente.

ACCIONES:

- Controles rigurosos al producto, fichas técnicas a proveedores, etiquetado, todo ello para garantizar una trazabilidad con garantías.

BUENAS PRÁCTICAS:

- Transparencia para garantizar que las expectativas de los clientes se cumplan como se corresponde, esta práctica debe de incrementar la retención de clientes en la empresa.

Criterio 3. PERSONAS

ENFOQUE GLOBAL

Scanfisk cuenta actualmente con 83 personas en plantilla con un altísimo porcentaje de contratos indefinidos y una paridad de casi el 50% entre hombres y mujeres.

El personal está dividido en 6 departamentos, diferenciados en: producción, distribución, calidad, mantenimiento, limpieza y trabajo de oficinas.

Contamos con 3 centros de trabajo, el principal se encuentra en Zaragoza, y tenemos 2 más en Galicia, uno ubicado en Celeiro y otro en Vigo.

Además, contamos con la existencia de un Comité de Empresa, como representación sindical para la defensa de los derechos del trabajador en Zaragoza.

Existe una flexibilidad en cuanto al horario para poder conciliar, y en los puestos en los que existe la posibilidad se ha optado por el teletrabajo 8 horas a la semana con carácter voluntario.

La plantilla se forma en las diferentes disciplinas que se desarrollan, bien de manera telemática o bien presencial.

Disponemos de un Plan de Prevención de Riesgos Laborales conforme a la legislación, que fomente las buenas prácticas en el puesto de trabajo y garantice la seguridad y salud de todos los empleados diariamente.

Contamos también con un protocolo antiacoso y un plan de igualdad registrado desde primeros de este año.

A través de nuestra web y el portal del empleado se puede acceder al canal de denuncias

COMPROMISOS ADQUIRIDOS

De los compromisos adquiridos en la anterior memoria, describa brevemente su situación actual y su grado de evolución, indicando en su caso el Logro del Compromiso.

COMPROMISO	EVOLUCION	FINALIZADO
Plan de formación	Se hacen formaciones para toda la plantilla y cada departamento presenta sus sugerencias a RRHH	SI

NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- Se ha mejorado la gestión de PRL dentro de la compañía contando con un técnico de PRL externo que apoya al departamento de RRHH
- Se ha implantado teletrabajo 8 horas a la semana con carácter voluntario
- Se ha implantado una nueva APP para la mejora continua de la comunicación y datos de los trabajadores

C.3.1. SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS EMPLEADAS

ENFOQUES DE GESTIÓN:

- Este año con la implantación de la APP, se va a realizar una evaluación del desempeño más ajustada a la realidad de nuestra empresa y más específica para nuestros trabajadores, con el objetivo de tener una información más certera de la situación de los empleados de la compañía
- Asimismo, queremos introducir en nuestra plantilla la encuesta de satisfacción y clima laboral

RESULTADOS:

- No aplica

Indicador	Año	Año	Año	Indicador GRI asociado
% de personas de plantilla que participan en las encuestas de satisfacción	-	-	-	-

B.3.2. DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

ENFOQUES DE GESTIÓN:

- Scanfisk cuenta con un protocolo antiacoso y un plan de igualdad implementado en la empresa y registrado en el REGCON

RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida la Igualdad de oportunidades y no discriminación de las personas. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
Composición de Órganos de Gobierno y Dirección de la organización				GRI 405
% Hombres	100 %	66%	66%	
% Mujeres	0%	33%	33%	
% menos de 30	0%	33%	33%	
% entre 30 y 50	0%	0%	0%	
% más de 50	100%	66%	66%	
% otros grupos minoritarios	0%	0%	0%	
Composición de la plantilla				Composición de la plantilla
% Hombres	51,89%	55,68%	54,94%	
% Mujeres	48,10%	44,31%	45,06%	
% menos de 30	20,27%	18,18%	20,88%	
% entre 30 y 50	58,22%	56,82%	54,94%	
% más de 50	21,51%	25%	24,18%	
% otros grupos minoritarios	0 %	0%	0%	
Relación entre la retribución media de las mujeres y el salario base.				GRI 405
Toda la plantilla	98,8%	99,51%	98,76%	
Desglose por categorías. Altos directivos	98,4%	98,38%	97,5%	
Mandos intermedios	98,70%	99,16%	101,2%	
Técnicos	104,6%	103,63%	105%	
Administración	98,6%	99,54%	101,3%	
Personal base	94%	95,04%	96,8%	
Relación entre la retribución media de las Hombres y el salario base.				GRI 405
Toda la plantilla	101,5%	100,32%	101%	
Desglose por categorías. Altos directivos	96,3%	97,59%	99,45%	
Mandos intermedios	99,7%	98,35%	99,5%	
Técnicos	104%	102,79%	100,45%	

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
Administración	98,89%	98,73%	99,6%	
Personal base	93,87%	94,27%	95,46%	

ACCIONES:

- Se ha registrado con éxito el plan de igualdad en la empresa, se está formando a toda la plantilla en el protocolo antiacoso
- Se realizan todos los años los registros retributivos
- Se ha implantado el canal de denuncias de la compañía

C.3.3. CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y LABORAL.

ENFOQUES DE GESTIÓN:

- Se ha implementado con el objeto de conciliar la vida personal y familiar, 8 horas de teletrabajo voluntario para el personal que por su puesto de trabajo tiene acceso al mismo.

RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida su impulso a conciliación de la vida personal, familiar y laboral. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
Nº empleados que tuvieron derecho a un permiso por maternidad o paternidad.				
Mujeres	3	0	3	
Hombres	1	1	2	
Nº empleados que ejercieron su derecho a un permiso por maternidad o paternidad.				
Mujeres	3	0	3	
Hombres	1	1	2	
Nº empleados que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su derecho a un permiso por maternidad o paternidad.				
Mujeres	3	0	3	
Hombres	1	1	2	
% de la plantilla que hace uso de las medidas de conciliación laboral existentes.				
Mujeres	100	100	100	
Hombres	100	100	100	
% de la plantilla que se ha acogido a una reducción de la jornada laboral.				
Mujeres	0	0	0	
Hombres	0	0	0	
% de la plantilla que dispone de jornada flexible en su puesto de trabajo.				
Mujeres	52,63%	46,15%	50%	
Hombres	31,7%	26,53%	30,77%	
% de la plantilla que hace uso de medidas de Teletrabajo.				
Mujeres	52,63%	46,15%	50%	
Hombres	31,7%	26,53%	30,77%	

ACCIONES:

- Flexibilidad en las entradas y salidas al trabajo para poder compatibilizar con el horario escolar.
- Implantación del teletrabajo durante 8 horas semanales
- Trabajo híbrido para personal con hij@s a cargo que hayan solicitado para facilitar entradas y salidas al colegio

BUENAS PRÁCTICAS:

Medidas de conciliación flexibilizando jornadas o realizando jornadas híbridas para tener acceso a la entrada y salida de los colegios y ahorrar un sobrecoste a nuestr@s emplead@s con el servicio de madrugadores, así como darles la oportunidad de poder disfrutar de sus hij@s ese periodo de la infancia de una manera más presente.

C.3.4 FORMACIÓN Y FOMENTO DE LA EMPLEABILIDAD

ENFOQUES DE GESTIÓN:

En Scanfisk contamos con formación destinada a todo tipo de puestos de trabajo con un seguimiento interno, puesto que entendemos que la formación es un aspecto esencial para el crecimiento de la empresa.

La mayor parte de bonificación Tripartita está distribuida en oficinas y en mantenimiento.

Por otra parte, tenemos la formación necesaria para cumplir con los protocolos y requisitos establecidos en las certificaciones que poseemos, interna o externamente.

De la misma manera, estamos concienciad@s con la importancia de la igualdad en las empresas y ofrecemos a nuestr@s emplead@s formación al respecto.

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado	
Promedio de horas de formación recibida por las personas durante cada ciclo anual				GRI 404	
Toda la plantilla	Hombres	126	295		130
	Mujeres	171	445		120
Desglose por categoría	Hombres	0	0		2
	Mujeres	0	0		2
Altos directivos	Hombres	10	50		20
	Mujeres	30	160		10
Mandos intermedios	Hombres	15	175		10
	Mujeres	11	0		0
Técnicos	Hombres	0	0		0
	Mujeres	50	125		20
Administración	Hombres	101	70		100
	Mujeres	80	160		90
Personal base	Hombres	101	70		100
	Mujeres	80	160	90	

C.3.5. SEGURIDAD Y SALUD

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Contamos con un convenio firmado con MAZ como mutua para casos de accidente o enfermedad laboral, además de gestionar la prevención de riesgos laborales, con un responsable dentro de la empresa que se encarga de todo el seguimiento. Además, este año, un técnico viene una vez al mes para colaborar activamente con el departamento de RRHH

Cuando una persona entra a trabajar en la empresa se le hace un curso de prevención de riesgos laborales para que conozca las normas de seguridad y los riesgos que contiene el puesto de trabajo, además de hacerle entrega y explicarle en qué consisten los equipos de protección individual.

Además, contamos en la empresa con un Comité de Seguridad y Salud.

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
% de trabajadores de la plantilla que tiene representación en los comités formales de Seguridad y salud	3.5%	3.5%	3.5%	GRI 403
Nº total de accidentes con lesiones	12	12	13	GRI 403
Nº total de bajas por enfermedad profesional y enfermedad común	43	31	33	
Nº de días no trabajados por accidentes o enfermedades profesionales	1052	512	1509	
Absentismo, % días perdidos respecto al total de días de trabajo previstos.	8.13%	3.96 %	11.67%	
Nº de víctimas mortales	0	0	0	

ACCIONES:

- Implementación de un técnic@ de PRL externo que viene a nuestra empresa a trabajar 1 día al mes con nuestro departamento de RRHH

Criterio 4. PROVEEDORES

ENFOQUE GLOBAL

Contamos con una gran cantidad de proveedores. La mayor parte de nuestros proveedores son internacionales, ya que un pilar fundamental de la compañía es el control en origen. Se tienen acuerdos con proveedores en origen para que nos suministren los principales productos de cada origen.

Contamos con varios criterios técnicos y de calidad para la elección de nuestros proveedores. Nuestro departamento de calidad realiza controles para asegurar que los productos ofrecidos por nuestros proveedores cuentan con una calidad óptima.

COMPROMISOS ADQUIRIDOS

COMPROMISO	EVOLUCION	FINALIZADO
Encuentros en ferias con proveedores para analizar los servicios que nos ofrecen	Continuamos haciéndolo	Si
Realización de auditoría de calidad y seguridad alimentaria gestionada por le departamento de calidad a los principales proveedores, plan de auditorías de al menos 1 proveedor al año	continuamos	si
Incrementar la adquisición de productos orginales de la pesca sostenible a través de la compra de estos productos a proveedores que estén certificados en pesca o	Continuamos	si

acuicultura sostenible		
------------------------	--	--

NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- Continuamos trabajando en nuestros compromisos previos

C.4.1. COMPRAS RESPONSABLES

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Nuestros comerciales son los encargados de realizar las compras a cada proveedor, contamos con proveedores nacionales e internacionales.

El departamento de compras y calidad coordinan la evaluación de cada uno de los nuevos proveedores mediante un procedimiento de gestión de compras y evaluación de proveedores que incluye los siguientes apartados:

- Datos generales del proveedor
- Certificaciones
- Seguridad alimentaria
- Control del proceso
- Trazabilidad durante el proceso
- Especificaciones técnicas y legales del producto

Una vez que el proveedor se ha dado de alta se realiza un seguimiento continuo para verificar posibles modificaciones respecto de la evaluación inicial.

Repartimos las compras entre proveedores nacionales e internacionales.

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
% de presupuesto de compras en los lugares con operaciones significativas se destina a proveedores locales	-	-	-	GRI 204
Desglose por Regiones/Mercados				

ACCIONES:

- Realizamos grupaje de pedidos con los productos que esto es posible, con la finalidad de minimizar las emisiones de CO2 y el gasto del transporte.

BUENAS PRÁCTICAS:

- Grupaje en pedidos y ajuste de transporte para llegar a los mayores enlaces posibles utilizando así los menos transportes posibles para nuestra mercancía.

C.4.2. CLASIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES Y HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

ENFOQUES DE GESTIÓN:

- Cuestionario de evaluación para la homologación de proveedores:
 - Datos generales de proveedor.
 - Certificaciones.
 - Seguridad alimentaria.
 - Control de proceso.
 - Trazabilidad durante el proceso.
 - Especificaciones técnicas y legales del producto.
- Seguimiento anual de proveedores mediante solicitud de análisis de laboratorio (microbiológicos, físicos y sensoriales).
- Auditoria interna a proveedores

RESULTADOS:

Indicador	Año	Año	Año	Indicador GRI asociado
% de Proveedores que se evalúan y reevalúan con criterios ambientales	0	0	0	GRI 308
Desglose por Regiones/Mercados				
% de Proveedores que se evalúan y reevalúan con criterios relacionados con las prácticas laborales.	0	0	0	GRI 414
Desglose por Regiones/Mercados				

ACCIONES:

- Registro actualizado anualmente del estado de la evaluación de los proveedores
- Generación y registro de reclamaciones relacionadas con partidas de compra y seguimiento de las acciones correctivas junto con el proveedor para dar solución a la incidencia.
- Inicio de un plan de auditorías a proveedores para comprobar el estado de sus sistemas de calidad y seguridad alimentaria creado en 2019

Para gestionar las no conformidades de proveedor, parámetro evaluado en la homologación de proveedores, se ha establecido un análisis de riesgo a partir del cual se establecerá la necesidad de hacer un análisis de causa raíz de la no conformidad.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	BAJO	MEDIO	ALTO
	1	3	5
Incidencias similares del producto y proveedor	1 o ninguna en un periodo de 12 meses.	2-3 incidencias similares en un periodo de 12 meses.	4 o más incidencias similares en un periodo de 12 meses.
Costes derivados	No hay costes derivados.	Se asumen con un acuerdo comercial entre proveedor-cliente.	Se asume por completo por parte de la empresa.
Pérdida de la inocuidad alimentaria	No hay pérdida de la inocuidad alimentaria.	La no conformidad puede derivar en una enfermedad leve en el consumidor.	La no conformidad puede derivar en una enfermedad grave en el consumidor.
Incumplimientos legales	No se superan los límites legales	N.A.	Se superan los límites legales
Servicio al cliente	Los clientes no reportan incidencia.	Supone una queja/rechazo de cliente.	Supone que el cliente deje de comprar producto
Daño a la imagen de la empresa	No supone riesgo para la imagen de empresa	Puede suponer daños leves en la imagen de la empresa en caso de no ser resuelta	Puede suponer daños graves en la imagen de la empresa en caso de no ser resuelta

Imagen 1. Criterios de evaluación para realizar el análisis de riesgo de las no conformidades de proveedor.

BUENAS PRÁCTICAS:

- Disponibilidad de un registro actualizado en el que se puede ver el estado de evaluación del proveedor, este principalmente incluye:
 - -los aspectos de la evaluación que se pueden mejorar.
 - -si está en activo o se ha dado de baja.
 - -certificaciones de las que dispone.
 - -requisitos sanitarios mínimos como registro de autorización sanitaria.
 - -parámetros técnicos del producto suministrado a través de la ficha técnica.
 - -si el proveedor envía analíticas de laboratorio.
 - -no conformidades ocasionadas durante el periodo anual y estado de resolución de las mismas.

C.4.3. INTERACCIÓN CON LOS PROVEEDORES

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Se mantiene una comunicación dinámica y bidireccional con nuestros proveedores. Esta comunicación puede ser tanto por teléfono como por email, o incluso WhatsApp.

Scanfisk basa la interacción con sus proveedores en una buena relación personal, lo que ayuda y favorece en cualquier situación que se tenga que resolver una incidencia.

Además, en Scanfisk, contamos con partnership con algunos de nuestros proveedores para colaborar en determinados proyectos.

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
% de Proveedores con los que se tienen abiertos proyectos conjuntos	11%	13%	15%	
Desglose por Regiones/Mercados				
Nº de proyectos abiertos con equipos mixtos con proveedores	2	2	4	
Desglose por Regiones/Mercados				
Nº de eventos realizados en conjunto con proveedores	3	4	5	
Desglose por Regiones/Mercados				

Criterio 5. SOCIAL

ENFOQUE GLOBAL

Con el fin de poder tener una visión global de la empresa y poder promover y ayudar socialmente, la empresa realiza una serie de acciones que se exponen a continuación:

* Anualmente se realiza una evaluación del desempeño de todos los trabajadores. Esta evaluación es realizada por los superiores de cada equipo.

* Igualmente, los superiores son evaluados por sus equipos.

* El objetivo de esta evaluación es establecer medidas que impulsen el trabajo en equipo, el rendimiento y el bienestar de todos los trabajadores.

* Colaboración con el Banco de Alimentos de Zaragoza en la aportación de alimentos congelados.

* Se han implantado placas solares

* Tenemos establecidos mecanismos para la reutilización de agua en nuestra planta

COMPROMISOS ADQUIRIDOS

COMPROMISO	EVOLUCION	FINALIZADO
poder colaborar de manera activa con alguna otra acción social	Se han puestos placas solares y se utiliza un sistema de reutilización del agua	SI
Se ha redactado una propuesta para el desarrollo de un plan de igualdad en la próxima anualidad.	Tenemos el plan de igualdad registrado	SI
Se ha fomentado la formación en RRHH al personal de la empresa dedicado a ello.	Se ha dado formación y se ha otorgado la responsabilidad al departamento de RRHH	Sigue en proceso

NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- Valorar la posibilidad de poder colaborar de manera activa con alguna otra acción social, teniendo en cuenta el Pacto mundial 2030
- Hacer al departamento de RRHH especialista en RSC

C.5.1. IMPACTO SOCIAL

ENFOQUES DE GESTIÓN:

- Se realiza anualmente una evaluación del desempeño a toda la plantilla
- Se colabora con el banco de alimentos de Zaragoza
- Se utilizan placas solares que tenemos colocadas en el techo de nuestras instalaciones
- Utilizamos un procedimiento en nuestra planta de producción para la reutilización del agua

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
Evolución del empleo				
% trabajadores con contrato indefinido	98,5%	99%	99%	GRI 401
Nº iniciativas laborales implantadas que exceden la obligación legal	NA	NA	NA	GRI 401
Resultados de percepción de mejoras laborales				
% personas que intervienen en Comités para incorporar mejoras laborales	0,2%	0,2%	0,2%	GRI 412
Relación entre salario base de hombres /mujeres por categoría profesional				GRI 412

ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas, en el último año, enfocadas a la mejora de sus resultados en Impacto Social

- Registro en el REGCON del plan de igualdad
- Implantación de placas solares
- Reutilización del agua
- Constante búsqueda de mejora social en todos nuestros departamentos

BUENAS PRÁCTICAS:

- Uso del teletrabajo
- Todo lo expuesto en acciones

C.5.2. ALINEACIÓN DE PROYECTOS SOCIALES CON LA ESTRATEGIA

ENFOQUES DE GESTIÓN:

En Scanfisk, intentamos que todas nuestras acciones estén alineadas a los ámbitos social, económico y medioambiental, por ello no tenemos proyectos específicos.

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
% EBITDA destinado a Inversión social: iniciativas sociales elegidas por la empresa, alineadas con sus intereses corporativos y la mejora de su reputación	NA	NA	NA	GRI 413
Horas/año empleados destinadas a Inversión Social	NA	NA	NA	GRI 413

ACCIONES:

- Expuesto anteriormente

BUENAS PRÁCTICAS:

- Expuesto anteriormente

C.5.3. TRANSPARENCIA CON EL ENTORNO

ENFOQUES DE GESTIÓN:

- Implantación del plan de Igualdad
- Canal de denuncias en la página web
- Presentación de las cuentas anuales

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023
COMPLIANCE. Cumplimiento legal Valor monetario de multas y/o sanciones por incumplimiento legal: (ambiental / fiscal / laboral/ penal, etc.	0	0	0
Nº Incidencias detectadas en evaluaciones internas de cumplimiento legal	0	0	0

ACCIONES:

- Creación del canal de denuncias
- Presentación del plan de igualdad empresarial

C.5.4. CANALES DE COMUNICACIÓN

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Los principales canales de comunicación que tiene Scanfisk son sus redes sociales y la página web. Además, se busca que todos ellos estén entrelazados para poder conseguir una comunicación más uniforme por parte de la compañía.

Sumado a esto, tanto en la página web como en las redes sociales aparecen el número de teléfono y un email como vías de comunicación anexas.

También trabajamos la comunicación interna. Cualquier novedad o información que afecte a la compañía se hace llegar a todos los trabajadores vía email y ahora también a través de la APP que hemos implementado este año.

Para la comunicación interna también se realizan eventos, en los cuales se presentan los nuevos proyectos en los que va a participar la empresa.

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Nº eventos de comunicación y fomento de buenas prácticas relacionados con el desempeño social.	1	1	1
Horas/año destinadas a comunicación y fomento de buenas prácticas relacionados con el desempeño social	-	-	-

Criterio 6. MEDIOAMBIENTAL

ENFOQUE GLOBAL

- En Scanfisk Seafood somos conscientes de la importancia de colaborar para frenar entre todos el cambio climático, por eso hemos llevado a cabo varias inversiones en diferentes ámbitos sociales para ello. Hemos reducido el consumo energético con la instalación de placas solares. Hemos reducido el consumo de agua con un proyecto de reutilización de agua en nuestros procesos productivos. Seguimos en constante investigación para la mejora de estas cuestiones medioambientales, como, por ejemplo, conseguir reducir el consumo de agua utilizada en los procesos de producción y conseguir reducir el desperdicio generado por presencia de anisakis en pescado fresco.

COMPROMISOS ADQUIRIDOS

De los compromisos adquiridos en la anterior memoria, describa brevemente su situación actual y su grado de evolución, indicando en su caso el Logro del Compromiso.

COMPROMISO	EVOLUCION	FINALIZADO
Uso de papel reciclado en la impresión de documentos	Seguimos en proceso porque encontramos dificultades	SI/NO
Disminución del consumo de agua y energía eléctrica	Hemos implantado el proceso de reutilización de agua en nuestra planta productiva	SI/NO
Reaprovechamiento del agua en la instalación de producción	Finalizado proyecto Ultrafish en 2021. Nuevo proyecto de investigación en marcha, desde 2023, para probar	NO

	nuevas tecnologías.	
Reducción del desperdicio de productos de la pesca	Finalizado proyecto Ultrafish en 2021. Se cumple el objetivo pero no se ha podido industrializar el proceso en continuo	SI

NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- Intentar disminuir el uso de papel en las oficinas o conta con papel reciclado
- Reducción del consumo de agua entre un 30-50%: desarrollo de la aplicación de una tecnología de UV o similar para la reutilización de una parte del agua de los procesos de producción.
- Reducción del desperdicio de pescado fresco generado por la presencia de anisakis en pescado fresco: desarrollo de la aplicación de una tecnología de pulsos eléctricos de alto voltaje para la inactivación de anisakis.

C.6.1. IMPACTO AMBIENTAL

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Explicado con anterioridad en el criterio previo.

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
Consumo electricidad: (Kw)	2.055.440	1.981.294	1.881.244	GRI 302
Consumo gas: (kWh)	-	-	-	GRI 302
Consumos combustibles fósiles por tipología: (kWh)	-	-	-	GRI 302
Consumo combustibles fósiles en transporte (kg CO2 eq)	-	-	-	GRI 302
Consumo agua: m3 en oficina	3276 en total	3127 en total	3325 en total	GRI 303
Consumo de agua: m3/ kg de producto	-	-	-	GRI 303
Consumo papel	-	-	-	GRI 301
Cantidad papel reciclado/total	-	-	-	GRI 301
Residuos peligrosos (Kg o T) gestionados/producidos por ud de producción	-	-	-	GRI 306
Residuos no peligrosos (Kg o T) gestionados/producidos por ud de producción	-	-	-	GRI 306

ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en Impacto Ambiental

- Se sigue intentando utilizar papel reciclado para nuestras impresoras
- Reutilización del agua en el proceso productivo como se ha comentado previamente

BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas para minimizar los impactos ambientales, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Reutilización del agua en el proceso productivo como se ha comentado previamente

C.6.2. ESTRATEGIA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para gestionar la Estrategia de la Organización frente al Cambio Climático.

- Es un punto pendiente en nuestras instalaciones, pero estamos preparados para abordarlo y conseguir reducir o colaborar con la causa

RESULTADOS:

NO APLICA. Estamos pendientes de abordar este tema.

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
Emisiones CO2	-	-	-	GRI 305
Emisiones por fugas de gases refrigerantes fluorados para climatización/ refrigeración (kg CO2 eq)	-	-	-	GRI 305
Emisiones globales kg CO2 eq	-	-	-	GRI 305
Cantidad de emisiones por ud de producto fabricado/por horas trabajadas	-	-	-	GRI 305
Potencia generada con energías renovables (kWh)	228,45	228,45	228,45	GRI 302

ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en los indicadores de Cambio Climático

- No es de aplicación salvo lo estipulado anteriormente

C.6.3. GESTIÓN AMBIENTAL

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para la gestión sostenible de edificios, equipos y materiales.

- Como se ha indicado a lo largo de este apartado, la empresa cuenta con una instalación de placas solares en el tejado.

RESULTADOS:

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
% compra material reciclable	-	-	-	GRI 301
% producto vendido reciclable	-	-	-	GRI 301
Inversiones realizadas destinadas a eficiencia energética /energías renovables (€)	128.100,22	186.948,70	191.876,89	GRI 302

ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en la gestión sostenible de edificios, equipos y materiales

- No aplica

BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas en gestión sostenible de edificios, equipos y materiales, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- No aplica

C.6.4. COMUNICACIÓN AMBIENTAL

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para gestionar la comunicación Ambiental, tanto externa como interna.

- No existe actualmente nada relacionado con este apartado en nuestra compañía.

RESULTADOS:

- No aplica

Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Indicador GRI asociado
nº de comunicados externos relevantes en el ámbito ambiental (denuncias, requerimientos, etc.)	0	0	0	
Inversión en capacitación ambiental: charlas/jornadas/reuniones de sensibilización ambiental impartidas a los trabajadores	0	0	0	
comunicación ambiental al exterior: participación en ferias, eventos, etc. relacionados con la difusión ambiental	0	0	0	

ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en comunicación ambiental

- No aplica

BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas en comunicación ambiental, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- No aplica