



MEMORIA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2022 EXAFAN SAU



EXAFAN SAU
2022

CONTENIDO

1.	CONTENIDOS GENERALES	2
1.1	DECLARACION RESPONSABLE DE EXAFAN	2
1.2	PRESENTACION DE LA ORGANIZACIÓN	3
1.3	ETICA E INTEGRIDAD	4
1.4	GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN	6
1.5	GRUPOS DE INTERES	8
1.6	ANALISIS DE MATERIALIDAD Y DATOS DE LA MEMORIA	10
1.7	PLAN ESTRATEGICO RSC/RSA	12
2.	CLIENTES.....	14
2.1	SATISFACCIÓN DE CLIENTE.....	14
2.2	INNOVACIÓN EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	15
2.3	CALIDAD DEL SERVICIO.....	16
2.4	TRANSPARENCIA INFORMATIVA SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO	17
3.	PERSONAS	18
3.1	SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS EMPLEADAS	18
3.2	IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y NO DISCRIMINACIÓN.....	19
3.3	CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y LABORAL	21
3.4	FORMACIÓN Y FOMENTO DE LA EMPLEABILIDAD	22
3.5	SEGURIDAD Y SALUD	23
4.	PROVEEDORES.....	25
4.1	COMPRAS RESPONSABLES	25
4.2	CLASIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES Y HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES	26
4.3	INTERACCIÓN CON LOS PROVEEDORES	26
5.	SOCIAL	28
5.1	IMPACTO SOCIAL.....	28
5.3	TRANSPARENCIA CON EL ENTORNO	29
5.4	CANALES DE COMUNICACIÓN.....	30
6.	MEDIOAMBIENTAL.....	32
6.1	IMPACTO AMBIENTAL.....	32
6.2	ESTRATEGIA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO	34
6.3	GESTIÓN AMBIENTAL	35
6.4	COMUNICACIÓN AMBIENTAL	36

1. CONTENIDOS GENERALES

1.1 DECLARACION RESPONSABLE DE EXAFAN

Don Juan Jose Pascual Nadal, en calidad de representante de la empresa EXAFAN SAU declaro que la entidad a la que represento se compromete a aplicar de forma voluntaria un sistema de gestión basado en la responsabilidad social corporativa, iniciada esta andadura ya en el año 2022.

Tenemos un claro compromiso con un modelo de gestión sostenible que favorece la integración de las actividades, el crecimiento y la rentabilidad sostenida de la organización. En nuestra dirección y gestión, en su estrategia, y en sus políticas y procedimientos, prevalecen siempre 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.

En el momento que nos toca vivir, estamos antes los mayores retos a los que ha hecho frente la humanidad siendo necesario ofrecer soluciones innovadoras, que den respuesta a dichos retos de manera sostenible. EXAFAN debe apostar por el desarrollo sostenible, valor fundamental en nuestras acciones presentes y futuras para abordar los retos y desafíos a los que nos enfrentamos.

Los principios en los que nos basamos para su cumplimiento son:

- Transparencia
- Sostenibilidad
- Respeto a las personas Empleadas
- Excelencia en la gestión y orientación al cliente
- Relación con Proveedores
- Respeto al medio ambiente

Juan Jose Pascual Nadal
Presidente EXAFAN SAU

1.2 PRESENTACION DE LA ORGANIZACIÓN

EXAFAN SAU es una empresa fundada en 1987 marcándose dos objetivos fundamentales, por un lado el bienestar animal y por otro éxito de las inversiones de sus clientes. Sin dejar de perseguir estos objetivos, EXAFAN ha sabido responder a las necesidades particulares del sector agropecuario y de cada cliente. Este crecimiento controlado y progresivo, le ha llevado a poder construir y equipar, de forma integral, cualquier tipo de explotación ganadera.

EXAFAN es una empresa con una clara vocación de expansión internacional. En la actualidad, está presente en todo el mundo con productos adaptados a las necesidades y legislaciones concretas de cada país. Esta capacidad de adaptación le ha llevado a ganarse la confianza de sus clientes y realizar operaciones comerciales en más de 72 países.

Otro de los puntos fuertes de EXAFAN, es su continua búsqueda de la calidad y la innovación, llevando a EXAFAN a desarrollar colaboraciones con los principales centros investigadores internacionales de nuestro sector y a estar presente en diversos proyectos internacionales de innovación.

Nombre de la organización	102-1
EXAFAN SAU	
Actividades, marcas, productos y servicios	102-2
Diseño, construcción y suministro de equipamientos ganaderos para todo tipo de granjas	
Ubicación de la sede	102-3
Pol. Ind. Rio Gallego C/D Nº10	
Ubicación de las operaciones	102-4
Pol. Ind. Rio Gallego C/D Nº10 y C/R Nº 4 -8	
Propiedad y forma jurídica	102-5
Sociedad Anónima Unipersonal	
Mercados servidos	102-6
Nacional e Internacional	
Tamaño de la organización	102-7
PYME	
Descripción cadena de suministro (tipología, nº total, ubicación geográfica de proveedores...)	102-9
Ver "Proveedores"	
Cambios significativos de la organización durante el periodo del informe	102-10
Ninguno	

Principio de precaución (en el lanzamiento de nuevos productos como gestión del riesgo)	102-11
DAFO – Análisis Porter	
Principios o documentos externos que la organización respalde o este suscrita (Pacto Mundial)	102-12
No suscrito al Pacto Mundial	
Asociaciones pertenecientes y función que desempeña en dicha asociación o entidad	102-13
Clúster Nacional de Productores de Ganado Porcino	
Información sobre empleados y otros trabajadores:	102-8
A la fecha de la entrega, forman parte de la empresa 86	

CONTENIDO	2019	2020	2021	GRI
nº total empleados por contrato laboral y por sexo	H: 116 M: 17	H: 103 M: 15	H: 93 M: 15	102-8
nº total empleados por contrato laboral (permanente o temporal)	Hp: 87 Mp: 17 Ht: 29 Mt: 1	Hp: 88 Mp: 14 Ht: 15 Mt: 1	Hp: 90 Mp: 14 Ht: 3 Mt: 1	102-8
nº total empleados por tipo de contrato laboral (jornada completa/media) y por sexo	Hc: 116 Mc: 17 Hp: 0 Mp: 0	Hc: 104 Mc: 14 Hp: 0 Mp: 0	Hc: 93 Mc: 13 Hp: 1 Mp: 1	102-8
descripción de trabajadores no empleados (voluntarios, subcontratas...)	0	0	0	102-8

1.3 ETICA E INTEGRIDAD

ENFOQUES:

Tanto el gobierno de EXAFAN como sus altos ejecutivos han asumido un compromiso estricto con nuestros grupos de interés basándose en los siguientes valores o principios:

- Calidad del servicio/producto prestado.
- Permanencia en el futuro
- Compromiso con el medio ambiente y con el bienestar animal.
- Compromiso con el futuro y el presente del medio rural.

- Mejora continua de nuestros productos y proceso.

RESULTADOS:

	GRI
Misión, Visión, Valores	102-16
<ul style="list-style-type: none"> • Misión: a través de la innovación y la mejora continua de nuestros productos y servicios, ofrecer una solución completa para el sector agropecuario, protegiendo el medioambiente y el bienestar animal aportando la mayor eficiencia económica. • Visión: proporcionar productos excelentes concordantes a las necesidades de nuestros clientes, creando sinergias entre la rentabilidad económica de las explotaciones agropecuarias, su impacto en el medioambiente y la construcción de un futuro mejor en el medio rural. • Valores: <ul style="list-style-type: none"> ○ Excelencia, desarrollo e innovación ○ Protección del medioambiente ○ Bienestar animal ○ Compromiso con la sociedad y en concreto, con el medio rural. 	
Estándares, normas, sellos, reconocimientos externos (ISOS, EFR, EFQM, RSA...)	102-16
<ul style="list-style-type: none"> • Contamos con el sello RSA. • Premios Heraldo del Campo: Premio a la Responsabilidad Medioambiental en el Sector Agroalimentario 2021 	
Principios y normativa o códigos conductas éticas	102-16
<ul style="list-style-type: none"> • El personal de RRHH de la organización están en constante formación de igualdad. 	
Formación y asesoramiento en pro de conductas éticas	102-17
<ul style="list-style-type: none"> • Tenemos un Protocolo de Actuación frente al Acoso. 	

ACCIONES:

Este año se ha realizado el Protocolo de Actuación del Acoso Laboral, Sexual y por razón de Sexo. Por ahora, no ha debido de ser aplicado. EXAFAN deja constancia expresa de su intención de adoptar cuantas medidas sean necesarias para mantener un ambiente de trabajo libre de acoso, no consintiendo ni permitiendo conductas de esta naturaleza.

Por otro lado, se ha procedido a realizar un Plan de Igualdad, un instrumento efectivo para promover un buen clima laboral y mejorar la calidad de vida de toda su plantilla, hombres y mujeres.

BUENAS PRACTICAS:

Consideramos Buenas Prácticas las indicaciones recogidas en el Protocolo de Actuación frente al Acoso Laboral, Sexual y por razón de Sexo y el Plan de Igualdad.

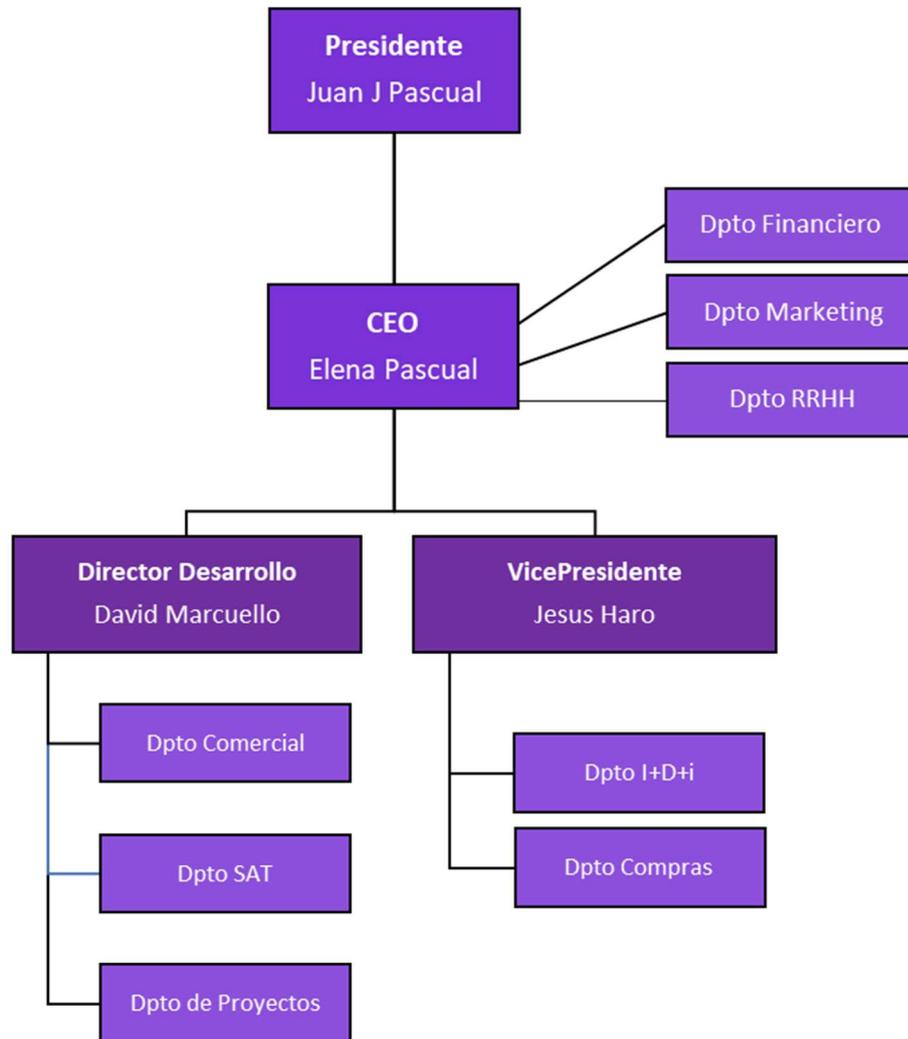


1.4 GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN

ENFOQUES

El órgano de gobierno en EXAFAN está basado en el liderazgo del Presidente, la CEO y los directores. Es una empresa familiar fundada hace más de 30 años por Juan Jose Pascual Nadal, su presidente y dirigida por la segunda generación, en la persona de Elena Pascual.

A pesar del tamaño de la empresa, no hemos dejado de ser una empresa familiar en el trato con nuestro personal ya que nuestros directivos siguen en contacto directo con sus trabajadores estableciendo desde el principio con ellos unas pautas generales de actuación tanto a nivel personal como profesional.



El equipo directivo se reúne de manera periódica con la finalidad de tomar decisiones que formen parte del Plan Estratégico de la empresa y realizar un seguimiento de los objetivos y metas comunicando sus conclusiones a los jefes de departamento y mandos intermedios. La dirección realiza reuniones periódicas con el personal remarcando la razón de ser de la empresa, sus valores y objetivos. Son reuniones en un marco distendido, y cercano. No obstante, también existen comunicaciones formales a través del correo electrónico o el tablón de anuncios de la empresa, pero para aspecto más secundarios.

No existe un Consejo de Administración, pero todas las decisiones se toman conjuntamente entre Gerencia y Dirección General.

RESULTADOS:

CONTENIDOS	2019	2020	2021	GRI
Estructura del Gobierno de la organización				102-18
Composición del Máximo Órgano de Gobierno y Presidente:				
ejecutivos y no ejecutivos	4 y 0	4 y 0	4 y 0	102-22/23 3 hombres / 1 mujer
antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno	1987	1987	1987	
sexo	3 hombres / 1 mujer	3 hombres / 1 mujer	3 hombres / 1 mujer	

Composición de los Comités responsables	102-18
---	--------

No existe dicho Comité.

ACCIONES:

En los últimos meses, hemos reestructurado la organización de la empresa bajo la base de los tres directores principales sobre los que dependen los responsables de área, de forma que se fomente la gestión responsable a todos los niveles y el control de funciones y responsabilidades.

BUENAS PRACTICAS:

Con la presencia de la segunda generación, la empresa quiere dotar de dinamismo la dirección de la empresa a través de la constante formación, y con el acompañamiento del fundados para que el relevo generacional afecto lo mínimo a la empresa.

Así mismo, hemos impulsado la profesionalización de todos los miembros de la empresa, al entender que es un aspecto fundamental para el buen funcionamiento de la empresa.

1.5 GRUPOS DE INTERES

ENFOQUES:

EXAFAN SAU considera que existen grupos de interés que afectan a la capacidad de la empresa para lograr los resultados previstos. Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la empresa, siendo los clientes, proveedores y nuestro propio personal forman

parte de los grupos de interés principales, pero sin olvidar a las AAPP y estamos presentes en asociaciones o clusters con otras empresas con los que compartimos intereses.

Realizamos reuniones periódicas con nuestro personal para analizar y estar al día acerca de las necesidades de nuestros clientes y del sector en general, teniendo en cuenta su repercusión en el entorno rural.

Así mismo, nuestro departamento de comunicación está en permanente contacto con nuestros clientes y proveedores gracias al feedback que recibimos en nuestras redes sociales con lo que podemos estar atento a lo que la sociedad actual requiere.

Además, intentamos ser partícipes en todas las posibilidades de crear nuevos diálogos. Creemos que es muy importante llevar una acción proactiva y que antes de encontrarnos con la verbalización de un problema o de una necesidad, nosotros somos los que les preguntamos a nuestros grupos de interés para saber que podemos hacer por ellos.

Las partes interesadas o grupos de interés son:

- **Cientes.** Con la finalidad de conocer las expectativas y las necesidades de nuestros clientes utilizamos encuestas de satisfacción y campañas comerciales.
- **Trabajadores.** Es uno de nuestros pilares fundamentales y aplicamos una política de puertas abiertas por parte del Presidente y de la CEO para que todo trabajador pueda comunicar sus opiniones.
- **Proveedores.** Son nuestros aliados principales, a los cuales les solicitamos la mayor diligencia y calidad.
- **Montadores.** Los tratamos de forma diferenciada respecto al resto de proveedores, siendo tratados como parte esencial de la organización y se realizan con ellos reuniones periódicas, para poder detectar a través de ellos necesidades de los clientes.
- **Socios.** La empresa tiene un socio único que corresponde con la figura del Presidente.
- **Administraciones.** Existe una comunicación correcta con las distintas administraciones, estando al día de todas nuestras responsabilidades y obligaciones, sin existir ninguna denuncia.
- **Sociedad.** Participamos en la creación de empleo, el desarrollo local y del medio rural, así como en materia medioambiental.

RESULTADOS:

CONTENIDOS	GRI
Lista de GI con los que está implicado la organización	102-40
•	
nº total de empleados cubiertos por acuerdos de negociación colectiva	102-41
• Todos nuestros trabajadores están bajo el convenio colectivo del metal.	
Definición del proceso para identificar los GI	102-42
• Se ha elaborado un mapa de procesos en el cual observar que grupos participan en nuestro proceso.	
Enfoque para la participación de los GI	102-43
nº participantes	
error muestral	
• En esta memoria, no disponemos de esta información.	
Temas y preocupaciones claves	102-44
• En esta memoria, no disponemos de esta información.	

ACCIONES:

En los últimos meses, hemos reestructurado la organización de la empresa bajo la base de los tres directores principales sobre los que dependen los responsables de área, de forma que se fomente la gestión responsable a todos los niveles y el control de funciones y responsabilidades.

BUENAS PRACTICAS:

Nos proponemos para el año 2023 llevar a cabo diferentes encuestas entre los trabajadores y trabajadoras. EXAFAN se basa en una relación de cercanía donde las comunicaciones se realizan informalmente.

1.6 ANALISIS DE MATERIALIDAD Y DATOS DE LA MEMORIA

ENFOQUES:

Los aspectos más importantes de sus grupos de interés en el contexto de la empresa son:

PARTES	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	CANAL	FRECUENCIA	REQUISITOS
TRABAJADORES	Remuneración adecuada	Estabilidad en el empleo	Reuniones	Periodico	Ninguno
	Cumplimiento de la Prevención de Riesgos	Desarrollo profesional			
		Participación Formacion			
CLIENTES	Calidad del producto / servicio	Cumplimiento plazo	Encuestas de satisfacción	Anual	Equipo comercial
		Calidad	Visitas	Periodico	
			Reclamaciones	Periodico	
PROVEEDORES	Adquisición de productos y Servicios	Cumplimiento pedidos	Comunicación	Diaria	Dpto de compras
		Cumplimiento pagos			
		Planificación de pedidos			
MONTADORES	Adquisición de Servicios	Cumplimiento pedidos	Comunicación	Diaria	Dpto de construcción
		Cumplimiento pagos			
		Planificación de trabajos			
ADMINISTRACION		Cumplimiento requisitos legales	Requerimientos	Periodico	Auditoria contable
SOCIOS	Rentabilidad	Crecimiento	Reuniones	Anual	Legislacion
		Eficiencia			Revision
SOCIEDAD	Respecto medioambiente	ODS	Memoria RSA	Anual	Responsabilidad social
	Compromiso empleo				
	Desarrollo medio rural				

RESULTADOS:

CONTENIDOS	GRI
Entidades incluidas en los estados financieros consolidados (documentos públicos)	102-45
<ul style="list-style-type: none"> Mirar en las cuentas anuales de la empresa. 	
Proceso para definir los temas materiales	102-46
<ul style="list-style-type: none"> No procede. 	
Lista de temas materiales y relevantes para la organización	102-47

Re-expresión de la información (con respecto a informes anteriores)	102-48
<ul style="list-style-type: none"> No existen informes previos. 	
Cambios significativos en el periodo de la memoria	102-49
<ul style="list-style-type: none"> No se han producido cambios significativos durante el 2022. 	
Periodo objeto de la memoria	102-50/52
<ul style="list-style-type: none"> 2022 	
Fecha del último informe	102-51
<ul style="list-style-type: none"> Es el primer informe realizado. 	
Punto de contacto para solución de cuestiones	102-53
<ul style="list-style-type: none"> Para cualquier consulta, pueden contactar con nosotros a través del correo electrónico exafan@exafan.com o a través de nuestra página web https://exafan.com/ <p>Y nuestras redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none">  LinkedIn: https://es.linkedin.com/company/exafan  Twitter: @EXAFAN_oficial  Facebook: https://es-es.facebook.com/EXAFAN/ 	
Nivel de la memoria conforme al GRI	102-54
"Opción Esencial"	
"Referenciado GRI"	
Índice de contenidos GRI	102-55
<ul style="list-style-type: none"> Esta memoria no tiene índices GRI. 	

1.7 PLAN ESTRATEGICO RSC/RSA

ENFOQUES:

EXAFAN SAU tiene como unos de sus compromisos estratégicos el cumplir con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

La responsabilidad social debe estar integrada en nuestra organización. Este es nuestro segundo año participando en el programa de RSA de Aragón y el primero en el que realizamos una memoria.

Este firme compromiso se fundamenta en el compromiso con la responsabilidad social y los

Principios del Plan de Responsabilidad Social de Aragón:

- Transparencia
- Sostenibilidad
- Respeto a las personas empleadas
- Excelencia en la gestión y orientación al cliente
- Relación con proveedores
- Respeto al medioambiente

RESULTADOS:

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social. EXAFAN SAU busca implantar un plan de Responsabilidad social y para empezar hemos considerado que la mejor forma era participar en este programa.

Las acciones que hemos realizado este 2021/2022 han sido:

- La instalación de placas solares en nuestras instalaciones.
- Donación al Colegio Público Galo Ponte en San Mateo de Gallego, localidad donde estamos situados.
- Desarrollo del Plan de Responsabilidad Social.
- Elaboración del Plan de Igualdad.
- Plan de actuación contra el acoso.
- Mejora de los espacios de trabajo.

Desde EXAFAN seguimos trabajando en la mejora de nuestros procesos, en la expansión en nuevos mercados geográficos, la digitalización de la empresa y la optimización para reducir nuestro impacto medioambiental y el de nuestros clientes; y para ello mejorar continuamente para satisfacer de la mejor forma las necesidades de nuestros grupos de interés.

2. CLIENTES

ENFOQUE GLOBAL:

Para EXAFAN su pilar fundamental son sus clientes. Sin ellos, la empresa no existiría. Tenemos una orientación total hacia el cliente y sus necesidades. Como empresa con clientes en más de 168 países, debemos contar con las sensibilidades o características divergentes por su localización o cultura.

NUEVOS COMPROMISOS:

Los compromisos que desde EXAFAN hemos adquirido:

- La mejora continua de nuestros productos.
- Encontrar soluciones técnicas adecuadas para nuestros clientes.
- Aumentar y mejorar nuestros canales de comunicación con nuestros clientes.

2.1 SATISFACCIÓN DE CLIENTE

ENFOQUES:

EXAFAN SAU tiene como objetivo generar una relación de respeto y confianza con sus clientes, para que nuestro negocio y el de ellos sea rentable y crezcamos juntos a largo plazo.

Nuestro equipo comercial cuenta con una gran experiencia y se caracteriza por su versatilidad para atender y satisfacer de forma correcta sus expectativas. Para ello están en contrato de manera continua al cliente a través de reuniones, entrevistas, emails y por supuesto, llamadas.

Pero esta función no solo recae sobre el equipo comercial, sino que nuestro equipo de construcción también tiene una gran cercanía con el cliente ya que son ellos los que están presentes in situ en el diseño, preparación y construcción de los proyectos llave en mano. Ellos también se ocupan de mantener la comunicación después de la terminación del proyecto para poder ayudar al cliente en todo lo posible.

Por otro lado, el departamento de Servicio de Atención Técnica (SAT) se ocupa de la reparación y mantenimiento de los equipos vendidos y la explicación de su funcionamiento en las

explotaciones. Damos un servicio de atención durante los siete días de la semana, las 24 horas del día.

El departamento de marketing realiza encuestas a clientes después de realizar las instalaciones de los equipos para comprobar si todo es correcto, acentuando el control sobre la actuación del equipo comercial y del equipo técnico.

RESULTADOS:

Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes				
% de insatisfacción global y por atributo valorado	-	-	-	GRI 418
Satisfacción media	-	-	-	
Error muestral	-	-	-	

2.2 INNOVACIÓN EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

ENFOQUES:

EXAFAN SAU se caracteriza por ser una empresa innovadora. Para ello, nuestros clientes son fundamentales porque a través de sus necesidades desarrollamos nuestras innovaciones.

Contamos con un equipo cualificado de ingenieros, contando con ingenieros para el desarrollo de nuevos productos e ingenieros responsables del diseño y desarrollo de nuestros proyectos de construcción.

El asesoramiento técnico es esencial para el funcionamiento de la empresa y es una ventaja competitiva frente a nuestros competidores, a través de nuestro departamento comercial, nuestros ingenieros y el Servicio de Atención Técnica.

RESULTADOS:

Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
Nº de productos/ servicios nuevos puestos en el mercado	9	13	11	
% de productos / servicios revisados / evaluados	-	-	-	GRI 416

2.3 CALIDAD DEL SERVICIO

ENFOQUES:

El equipo comercial registra todas las reclamaciones de los clientes a través de una aplicación que permite a las distintas secciones de la empresa conocer las incidencias y detectar los posibles fallos o problemas, siendo el departamento de Calidad estudia todas las reclamaciones.

Contamos con un Departamento de Servicio de Atención Técnica, un departamento que postventa que gestiona las reparaciones y las acciones en garantía de nuestros productos vendidos actuando en tres vertientes: actuación en granjas, reparación en la empresa de los productos remitidos por los clientes y atención de incidencias por teléfono.

RESULTADOS:

Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
Nº de reclamaciones atendidas	140	168	155	GRI 417
% de reclamaciones resueltas				
A favor del cliente	100%	100%	100%	GRI 417
Por tipo de reclamación				GRI 417
Importe de multas	0	0	0	GRI 417

2.4 TRANSPARENCIA INFORMATIVA SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO

ENFOQUES:

La empresa proporciona a sus clientes toda la información de una forma clara de su política de precios, su oferta comercial, contratos, condiciones de pago y de entrega de sus bienes y servicios, tanto en su tarifa que es actualizada de forma periódica, como en sus ofertas comerciales y pedidos.

Con todos nuestros productos entregamos manuales sobre las características de los productos, su montaje y mantenimiento.

Además, disponemos de varios canales de comunicación como nuestra página web (que actualmente se encuentra en proceso de modernización donde se va a fomentar la comunicación con los clientes), las redes sociales (LinkedIn, Twitter y Facebook), seminarios con clientes donde les formamos sobre nuestros productos siendo impartidos por nuestro equipo de Servicio de Atención al Cliente y mailing (implantado este 2022).



3. PERSONAS

ENFOQUE GLOBAL

EXAFAN considera a sus trabajadores como la pieza principal para su funcionamiento. La plantilla tiene cierta antigüedad, lo que refleja el clima familiar con el objetivo de retener el talento a través de la estabilidad, la poca rotación, la fidelidad, etc.

EXAFAN está comprometido por la igualdad, contando con sus trabajadoras en puestos de importancia dentro del organigrama de la empresa, siendo nuestra CEO una mujer.

Desde la dirección se fomenta la política de puertas abiertas, lo que permite un buen ambiente de trabajo. De esta manera, las necesidades y las situaciones de los trabajadores se conocen de primera mano.

COMPROMISOS ADQUIRIDOS

Al ser nuestra primera memoria, no tenemos compromisos adquiridos.

NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

En relación a nuestros nuevos compromisos adquiridos, nos encontramos con los siguientes:

- Implantar y ejecutar el Plan de Igualdad.
- Seguir impulsando la paridad.
- Mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores.

3.1 SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS EMPLEADAS

ENFOQUE DE GESTION

EXAFAN no cuenta con una encuesta de satisfacción entre sus trabajadores y trabajadoras.

RESULTADOS

Indicador	2019	2020	2021
% de personas de plantilla que participan en las encuestas de satisfacción	No se ha realizado	No se ha realizado	No se ha realizado

ACCIONES

Dentro de la organización de EXAFAN se realizan las siguientes acciones:

- Se realizan reuniones con periodicidad.
- Conferencia con el Dr. Mario Alonso Puig, “La ilusión que nos mueve en un mundo que no para de moverse”, cuyo objetivo era la motivación para seguir adelante a pasar de las dificultades que podamos encontrar en el camino.



3.2 IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y NO DISCRIMINACIÓN

ENFOQUE DE GESTION

EXAFAN tiene contraído un compromiso con la Igualdad, tanto a través de políticas que fomenten la igualdad entre hombres y mujeres sin que exista una discriminación directa o indirecta por razón de sexo y por otro lado, el fomento de la igualdad real dentro de la organización.

A cierre de 2021 se estaba impulsando el Plan de Igualdad, que permita de punto de base para la igualdad entre hombres y mujeres en el funcionamiento del día a día de la empresa, pero también en el proceso de selección y promoción.

Contamos con un protocolo contra el acoso, que resulta fundamental para las empresas, puesto que define e implementa las medidas que debe tomar la organización para prevenir, detectar y actuar frente a aquellas actitudes contrarias a la dignidad y libertad de las personas trabajadoras.

RESULTADOS

Indicador	2019	2020	2021	Indicador G4 asociado
Composición de Órganos de Gobierno y Dirección de la organización				GRI 405
% Hombres	75%	75%	75%	
% Mujeres	25%	25%	25%	
% menos de 30	0%	0%	0%	
% entre 30 y 50	50%	50%	50%	
% más de 50	50%	50%	50%	
% otros grupos minoritarios	0%	0%	0%	
Composición de la plantilla				GRI 405
% Hombres	87%	88%	87%	
% Mujeres	13%	13%	14%	
% menos de 30	5%	3%	2%	
% entre 30 y 50	84%	86%	85%	
% más de 50	11%	11%	13%	
% otros grupos minoritarios	0%	0%	0%	

ACCIONES

Nuestro sector se caracteriza por una mayor representación de los hombres, pero desde la empresa en los últimos años se ha buscado potenciar la figura femenina.

Aunque la presencia de la mujer en la empresa haya alcanzado el 13% respecto a toda la plantilla, tenemos que seguir impulsando y apoyando la contratación de la mujer.

3.3 CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y LABORAL

ENFOQUE DE GESTION

La conciliación de la vida personal, familiar y laboral es un elemento clave en el bienestar del personal y como ya hemos indicado es un aspecto principal para la familia EXAFAN.

Desde las organizaciones debemos fomentar la corresponsabilidad entre hombres y mujeres y entendemos que, si desde la empresa se ofrece un empleo estable y de calidad, esto permite cumplir con las obligaciones familiares más fácilmente.

A través de nuestra política de puertas abiertas con la que se busca dar cercanía, se ha puesto medios al alcance de los trabajadores para poder abordar la conciliación familiar ya que, aunque EXAFAN cuenta con un horario de trabajo continuo de 7 a 15 horas, es posible la flexibilidad en los horarios de entrada y salida al igual que la petición de vacaciones.

RESULTADOS

Indicador	2019	2020	2021	Indicador G4 asociado
Nº empleados que tuvieron derecho a un permiso por maternidad o paternidad.				
Mujeres	0	0	1	
Hombres	1	2	3	
Nº empleados que ejercieron su derecho a un permiso por maternidad o paternidad.				
Mujeres	0	0	1	
Hombres	1	2	2	
Nº empleados que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su derecho a un permiso por maternidad o paternidad.				
Mujeres	0	0	1	
Hombres	1	2	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	1	1	

Indicador	2019	2020	2021	Indicador G4 asociado
Hombres	0	1	1	
% de la plantilla que dispone de jornada flexible en su puesto de trabajo.				
Mujeres	100%	100%	100%	
Hombres	100%	100%	100%	
% de la plantilla que hace uso de medidas de Teletrabajo.				
Mujeres	0%	0%	0%	
Hombres	0%	3%	2%	

3.4 FORMACIÓN Y FOMENTO DE LA EMPLEABILIDAD

ENFOQUE DE GESTION

El desarrollo de los profesionales que forman parte de EXAFAN es clave para el éxito de la empresa.

Es por ello que la empresa pone en disposición de sus trabajadores las acciones de formación que consideren para fomentar su empleabilidad. EXAFAN permite que los trabajadores indiquen que formación les resulta interesante para poder facilitársela.

RESULTADOS

Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
Promedio de horas de formación recibida por las personas durante cada ciclo anual				GRI 404
Toda la plantilla	405	380	388	

3.5 SEGURIDAD Y SALUD

ENFOQUE DE GESTION

Para gestionar la seguridad y la salud en los puestos de trabajo, EXAFAN cumple con todos los requisitos que marca la legislación. Contamos con un convenio con la mutua para los casos de enfermedad o accidente laboral. Por otro lado, también contamos con un comité de prevención de riesgos laborales y recibimos visitas periódicas para adaptarnos a las modificaciones.

Contamos con un Plan de prevención de Riesgos Laborales, un Plan de Emergencia en caso de incendio. Los puestos de trabajo están evaluados para permitirnos tener una planificación y adaptación de los puestos a los posibles riesgos.

Durante el periodo de pandemia del COVID-19, implantamos un plan de contingencia para reducir el impacto entre nuestros trabajadores y reducir sus consecuencias a través de la ampliación de la desinfección y limpieza en las instalaciones, gel hidroalcohólico y guantes disponibles en toda la empresa, mayor separación entre los trabajadores para reducir el contacto, etc.

RESULTADOS

Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
% de trabajadores de la plantilla que tiene representación en los comités formales de Seguridad y salud	5%	6%	5%	GRI 403
Nº total de accidentes con lesiones	0	1	1	
Nº total de bajas por enfermedad profesional y enfermedad común	40	48	40	
Nº de días no trabajados por accidentes o enfermedades profesionales	0	169	186	
Absentismo, % días perdidos respecto al total de días de trabajo previstos.	1,81%	2,03%	2,53%	
Nº de víctimas mortales	0	0	0	

ACCIONES

En el último año, EXAFAN ha impulsado las siguientes acciones :

- Seguir con el cumplimiento de requisitos legales sobre la seguridad y salud en el lugar de trabajo.
- Minimizar las lesiones y enfermedades laborales a través de nuestra política de “cero accidentes”.

4. PROVEEDORES

ENFOQUE GLOBAL

Otro de los aspectos principales para EXAFAN son sus proveedores, donde es importante una relación basada en la confianza y preferiblemente larga en el tiempo. Consideramos a nuestros proveedores en muchas ocasiones como aliados en nuestra búsqueda de soluciones para nuestros clientes. Damos prioridad a que nuestros proveedores sean locales, no obstante tenemos proveedores diversos y localizados nacional e internacionalmente.

4.1 COMPRAS RESPONSABLES

ENFOQUE

Los responsables de compras realizan actuaciones orientadas a la optimización del proceso de compras:

- Nuestros proveedores deben tener productos homologados. Además, nuestro departamento de compras realiza un proceso de homologación con la ayuda del departamento de I+D. Como criterios fundamentales contamos con la calidad del servicio y su cercanía para fomentar el desarrollo local. Otro aspecto a tener en cuenta es el precio.
- EXAFAN busca proveedores que ofrezcan buena calidad de producto y servicio, y por supuesto, se prioriza la contratación de proveedores locales tanto cercanos a nuestra empresa para lo que tiene que ver con nuestro proceso productivo, como cercanos en función de dónde se localice el cliente destinatario final de dicho producto para dar el mejor servicio posible en tiempo y plazo y para reducir el mínimo tanto el coste como el impacto ambiental.

RESULTADOS

Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
% de presupuesto de compras en los lugares con operaciones significativas se destina a proveedores locales	45%	40%	41%	GRI 204

4.2 CLASIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES Y HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

ENFOQUE

Disponemos de un proceso de evaluación del desempeño de sus proveedores, atendiendo a la calidad de producto y servicio.

Los criterios principales para EXAFAN son:

- Calidad
- Plazo de entrega
- Cumplimiento de entrega
- Rapidez en gestión de reclamaciones
- Precio
- Cumplimiento normativa: antiincendios, reciclado de productos y tratamiento de residuos
- Coordinación con nuestro procedimiento de gestión (Sistema de Gestión de Almacenes).

RESULTADOS

Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
% de Proveedores que se evalúan y reevalúan con criterios ambientales	100%	100%	100%	GRI 308
% de Proveedores que se evalúan y reevalúan con criterios relacionados con las prácticas laborables.	100%	100%	100%	GRI 414

4.3 INTERACCIÓN CON LOS PROVEEDORES

ENFOQUE

Tal y como hemos indicando anteriormente, los proveedores son clave y por ello, debemos tener una comunicación constante, tanto por teléfono como correo electrónico como por medio de visitas que nos permiten ver in situ como trabajan y lo que permite un grado de colaboración mayor y adaptarnos a los posibles problemas con mayor rapidez.

El departamento de calidad revisa todas las mercancías que recibimos y realiza reclamaciones tanto por calidad, cantidad o plazo de entrega.

Muchos de nuestros proveedores llevan muchos años trabajando con nosotros, pero además, hay alguno que forma parte de nuestro proceso desde el principio de nuestra actividad. Esto es un motivo de satisfacción para la empresa.

A través de nuestras redes sociales tenemos presente a nuestros proveedores y compartimos éxitos.

RESULTADOS

Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
% de Proveedores con los que se tienen abiertos proyectos conjuntos	-	-	-	
Nº de proyectos abiertos con equipos mixtos con proveedores	-	-	-	
Nº de eventos realizados en conjunto con proveedores	-	-	-	

5. SOCIAL

ENFOQUE GLOBAL

Desde EXAFAN consideramos que la implantación y desarrollo de acciones sostenibles en materia social es necesario para el correcto funcionamiento de la empresa, ya que beneficia a la sociedad en sí, y por tanto también a la empresa.

Como empresa presente en el medio rural, es principal la idea de "Crear España" y consideramos que el mundo rural es necesario para ello y que muchas veces es el gran olvidado. Somos una empresa localizada en un pueblo de algo más de 3.000 habitantes donde estamos intentando crear riqueza, pero además el destino de nuestros esfuerzos y trabajos es el medio rural, con nuestras granjas y equipamiento situados en pequeñas localidades donde se crea trabajo y riqueza.

No obstante, hay que indicar que desde EXAFAN nunca ha sido objeto de estudio este grupo de interés como tal.

5.1 IMPACTO SOCIAL

ENFOQUE

EXAFAN cuenta con unas medidas de acción social aunque es cierto que participamos de ellos de una forma puntual, siendo los drivers para su inicio la Administración (principalmente el Ayuntamiento) o nuestros clientes. Estos proyectos de acción social se encuentran unidos a la razón de ser de nuestro negocio y al entorno rural en el que actuamos.

Entra nuestras acciones sociales se encuentran:

- Desarrollo de talento: colaboración con la Universidad de Zaragoza o centro de Educación Superior para la realización de prácticas.
- Participación y patrocinio de jornadas técnicas donde se debate el futuro del sector agropecuario como la Jornada Técnica del Porcino de la Asociación de Veterinarios de Porcino de Aragón, el Porciform, etc.
- Impartición de charlas en centros educativos, como la que impartimos en la Universitat de Lleida (en la Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Agrària) sobre la Importancia de la

Ventilación en Granjas Avícolas, a los alumnos de 3º del doble grado de Veterinaria y Ciencia y producción animal.

- La utilización de nuestras redes sociales para transmitir a nuestros seguidores la situación del sector, las últimas novedades o cualquier tipo de noticia que pueda serles de utilidad, sin que nuestro objetivo sea potenciar nuestras ventas.

5.2 ALINEACION DE PROYECTOS SOCIALES CON LA ESTRATEGIA

ENFOQUES DE GESTIÓN

Dentro de nuestros objetivos queremos buscar un impacto positivo en el propio crecimiento económico, en el medioambiente, en el bienestar de todas las personas y por supuesto, el de todos nuestros grupos de interés.

RESULTADOS

RESULTADOS: Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
% EBITDA destinado a Inversión social: iniciativas sociales elegidas por la empresa, alineadas con sus intereses corporativos y la mejora de su reputación*	No % específico	No % específico	No % específico	GRI 413
Horas/años empleados destinadas a Inversión Social	0	0	0	GRI 413

5.3 TRANSPARENCIA CON EL ENTORNO

ENFOQUE

EXAFAN no ha recibido ninguna multa en referencia a la seguridad y la salud laboral, tampoco por aspectos medioambientales, lo que indica lo comprometidos que estamos.

RESULTADOS

Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
COMPLIANCE. Cumplimiento legal Valor monetario de multas y/o sanciones por incumplimiento legal: (ambiental/ fiscal/ laboral/ penal, etc.	0	0	0	GRI 417
Nº Incidencias detectadas en evaluaciones internas de cumplimiento legal	0	0	0	GRI 417

5.4 CANALES DE COMUNICACIÓN

ENFOQUE

Para poder comunicar las acciones sociales que EXAFAN realiza, utilizamos diversos medios de comunicación, siendo los más importantes nuestras redes sociales (principalmente LinkedIn y Facebook) y medios tradicionales como el Heraldo de Aragón o publicaciones especializadas de nuestro sector.

También es uno de nuestros principales canales de comunicación nuestra página web, donde aparecen nuestras novedades, nuestro teléfono de contacto, correo electrónico y ubicación. Con ello se busca la máxima transparencia.

En el caso de los trabajadores, se les hace llegar a través del tablón de anuncios al lado de los fichadores, el correo electrónico y reuniones presenciales con todos los trabajadores. Como hemos indicado anteriormente, somos una empresa cercana, de forma que hay comunicación continua de manera informal.

RESULTADOS

Indicador	2019	2020	2021	Ind G4 asociado
Nº eventos de comunicación y fomento de buenas prácticas relacionados con el desempeño social.	3	2	3	

Horas/año destinadas a comunicación y fomento de buenas prácticas relacionados con el desempeño social	3	3	4
--	---	---	---



6. MEDIOAMBIENTAL

ENFOQUE GLOBAL

La protección del medioambiente es una de las razones de ser de EXAFAN. Desde hace tiempo vinimos impulsando medidas para reducir el impacto ambiental de nuestra actividad, no solo de nuestro proceso productivo sino del de nuestros propios clientes.

Desde EXAFAN consideramos que no solo debemos impulsar medidas con las que prevengamos la contaminación ambiental o que promovamos la eficiencia energética, sino que atendiendo al contexto político-económico en el que nos encontramos, un menor impacto ambiental se traduce en una reducción de costes.

COMPROMISOS ADQUIRIDOS

Dentro de nuestros compromisos adquiridos anteriormente (aunque no contábamos con un memoria sobre RSC), se encontraban:

- La reducción del consumo de electricidad: procedimos al cambio de nuestras instalaciones eléctricas en nuestras dos instalaciones de trabajo, poniendo luces led y otros desarrollos tecnológicos.
- La reducción del consumo de agua: con la instalación de válvulas en todos los grifos para ello.

NUEVOS COMPROMISOS

Entre los nuevos compromisos que hemos adquirido nos encontramos: desarrollar medidas que reduzca o prevean la contaminación, reducir nuestro impacto ambiental (tanto el nuestro como el de nuestros clientes), que en el desarrollo de nuevos productos se tenga en cuenta su impacto ambiental, al igual que en la mejora o readaptación de los ya existentes.

En el caso concreto de EXAFAN la principal es el desarrollo de un proyecto para ser autosuficientes respecto a la electricidad con el uso de placas solares.

6.1 IMPACTO AMBIENTAL

ENFOQUE DE GESTION

Desde EXAFAN hemos estado comprometidos con el medioambiente, ya que nuestra propia actividad está unida a ello de forma intrínseca, por tanto somos conscientes de que debemos implementar acciones de desarrollo sostenible y controlar el consumo que realizamos en nuestras instalaciones a través de un plan de actuaciones en materia ambiental.

INDICADOR	2019	2020	2021	INDICADOR G4 ASOCIADO
Consumo electricidad: (Kw)	274.780	298.142,82	284.913,20	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	579,12	674,22	587,50	GRI 303
Consumo de agua: m3/ kg de producto	-	-	-	GRI 303
Consumo papel (EUR)	3.400	2.756	2.602	GRI 301
Cantidad papel reciclado/total	25%	25%	25%	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

6.2 ESTRATEGIA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

ENFOQUE DE GESTION

La estrategia adoptada frente al cambio climático está integrada junto con nuestro plan estratégico general de la empresa, ya que no solo buscamos que nuestra incidencia sea la menor, sino también la de nuestros clientes.

RESULTADOS

Respecto a nuestra estrategia frente al cambio climático, hasta 2021 no se ha llevado una metodología de recogida de datos.

INDICADOR	2019	2020	2021	IND G4 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)	-	-	-	GRI 302

ACCIONES

Después de haber hecho un estudio sobre la viabilidad de la instalación en placas solares, vamos a instalar las placas en nuestras instalaciones en 2022.

6.3 GESTIÓN AMBIENTAL

ENFOQUE DE GESTION

En EXAFAN tenemos un sistema para asegurar que nuestro trabajo se realiza de forma óptima en relación al medio ambiente:

- Agua: hacer que nuestro consumo sea el adecuado, dejando cerrados grifos y pasos de agua. A través de cartelería en nuestras instalaciones se indica la necesidad de un bajo consumo.
- Electricidad: se tiene instalada una luminaria de bajo consumo; la última persona en dejar las instalaciones debe dejar apagado todo el sistema eléctrico; mantenimiento de puertas cerradas para conservar la temperatura.
- Papel: impresión a doble cara y en blanco y negro. Si es posible, se deja el papel para ser reutilizado.
- Cartón: contenedor especial.
- Pilas: contenedor especial.
- Residuos eléctricos: contenedor especial.
- Chatarra: se deja apartada para que la gestione el gestor de reciclaje.
- Tóner: contenedor especial para devolver al proveedor.

RESULTADOS

INDICADOR	2019	2020	2021	IND G4 ASOCIADO
% compra material reciclable	-	-	-	GRI 301
% producto vendido reciclable	0,018%	0,011%	0,014%	GRI 301
Inversiones realizadas en bienes del activo material destinadas a la protección del medio ambiente (miles €)	7.173,67	8.701		GRI 302
Inversiones realizadas destinadas a eficiencia energética /energías renovables (miles €)	15.000	6.446	7.125	GRI 302

ACCIONES

En los últimos tres años, se ha procedido al cambio de luminarias y al inicio de nuestro proyecto de instalación de placas solares.

6.4 COMUNICACIÓN AMBIENTAL

Este 2021, EXAFAN ha sido galardonada por el Premio Heraldo del Campo por nuestra metodología de trabajo muy respetuosa con el medioambiente, ya que siendo un referente dentro del sector agropecuario pudiendo construir y equipar, de forma integral, cualquier tipo de explotación ganadera, nuestro respeto al medioambiente es nuestra principal baza, ya que apoyamos a las empresas y granjas a hacer una ganadería más eficiente y respetuosa con el medioambiente.

Como se publicó en el Heraldo de Aragón por la consecución de este galardón, en cuanto a su futuro, el reto pasa por "conseguir equipos que ayuden a disminuir todavía más la huella de carbono de las empresas, mediante el ahorro energético. Y también queremos ayudar, mediante equipos cada vez más modernos y especializados, a que el sector porcino crezca y mejore siendo cada vez más sostenible con el medioambiente, apoyándole en la consecución de la meta marcada para los próximos años de disminuir la emisión de gases de efecto invernadero", según palabras de nuestro director de Desarrollo, David Marcuello.

