

# Informe de Sostenibilidad **2015**



1

# Carta de la Dirección

Tengo el placer de presentarles nuestro V Informe de Sostenibilidad y lo hacemos en un momento en el que cumplimos siete años de adhesión al Pacto Mundial. Este periodo nos ha valido para poder afirmar con orgullo que hemos logrado afianzar la Responsabilidad Social y la Sostenibilidad como ejes vertebradores de nuestra compañía.

Esto se traduce en unos buenos resultados para Redyser, pues en 2015 nuestras previsiones de crecimiento no solo se han cumplido, sino que hemos incrementado nuestros ingresos en un 10% con respecto al año anterior.

Estos resultados se han logrado fundamentalmente por dos razones. En primer lugar, gracias al compromiso con todos nuestros grupos de interés, pues estamos convencidos de que mantener una relación fluida y estable con todos ellos nos ayuda a ser mejores en nuestro día a día y a responder de una manera solvente a sus expectativas. Y, en segundo lugar, gracias al compromiso con el entorno que nos rodea, ya que en Redyser sabemos que la protección del medio ambiente y el crecimiento de nuestra actividad no sólo no son excluyentes, sino que tienen una relación directamente proporcional.

En este informe queremos mostrar de forma transparente cómo hemos logrado esos compromisos, cuáles son nuestros valores y motivaciones, cómo han evolucionado nuestras estrategias y proyectos, y cómo vamos a seguir apostando por mejorar día tras día. Porque en Redyser tenemos claro que el trabajo bien hecho da resultados. Aquí tienen la prueba.



**Francisco Toledo**  
Director General



# Redyser en datos

**Facturación:**  
37,5 millones €  
(10% más que en 2014)

**Expediciones totales:** 10 millones  
(18% más que en 2014)



**Empleados:**  
239 personas



**Realización de la primera medición de la huella de carbono:** 554,9 TM

**Inversión en formación:** 31.142 euros



**Compensación de emisiones de CO<sub>2</sub>:** 65,7 TM

**Inversión en tecnología LED:** 41.000 euros





3

**Hagamos un  
trato**

Como empresa de servicios, tenemos claro lo importante que son las personas. Por eso cuidamos de todos y cada uno de nuestros grupos de interés, para mantener una relación de confianza y duradera.



## Clientes

El compromiso con la satisfacción de nuestros clientes se refleja en ejemplos como el caso de Banco Popular, cliente al que seguimos prestando servicios desde hace más de 20 años.

## Sociedad

Somos conscientes de los beneficios que nos aporta nuestra sociedad y por eso equilibrados, desde un punto de vista económico, social y medioambiental, el impacto de nuestra actividad empresarial sobre ella. Solo así podemos ser una empresa socialmente responsable.

## Agencias/proveedores/socios

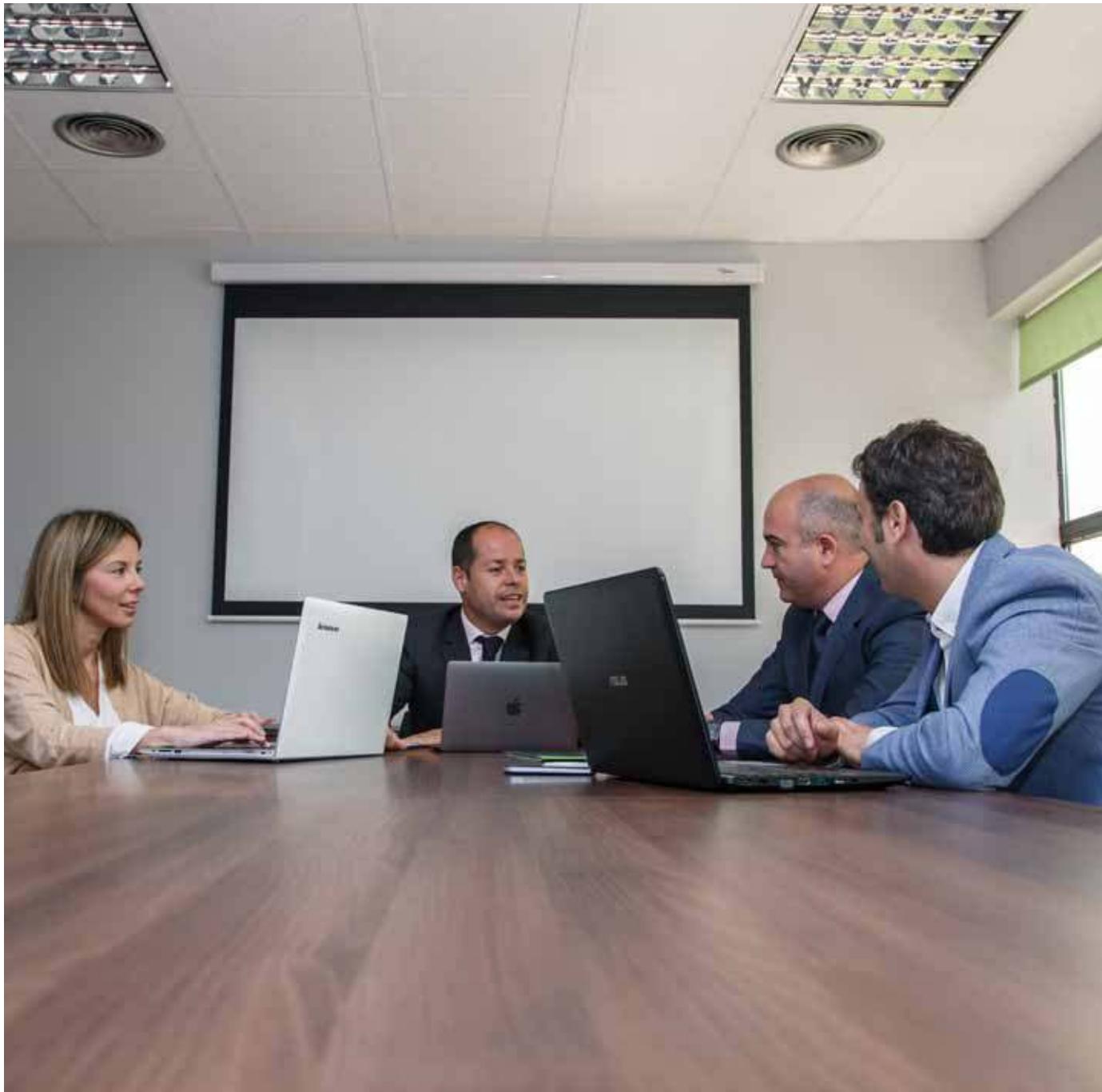
La estabilidad se mantiene en gran parte de nuestra actual red de agencias, donde mantenemos una red de agencias con servicio excelente incorporando a nuevos compañeros de viaje cada año.



## Personas

Ofrecemos empleo estable y de calidad, por eso Redyser mantiene en su plantilla a las primeras 40 personas que asistieron al nacimiento de la compañía.

Todo esto se logra gracias a nuestra apuesta por mejorar de forma continua. Y es que en Redyser, hemos aceptado que los cambios son parte imprescindible de nuestro trabajo. Esta actitud permanente tiene un doble resultado: prestar servicios excelentes a precios muy competitivos.



# 4

## **Misión, Visión, Valores y Objetivos estratégicos**

# Nuestra misión

Somos la extensión de nuestros clientes ante los suyos. Somos la última pieza en el servicio que prestan nuestros clientes. En su nombre manipulamos y transportamos algo tan importante como el resultado de su trabajo: sus ventas.

# Nuestra visión

Ser en el mercado español, una de las cinco primeras marcas en la solución integral de necesidades de transporte urgente nacional e internacional.

## Nuestros Valores

### Pasión

Nos gusta la gente que vibra con su trabajo en el día a día.

### Proactividad

Somos y buscamos personas que saben lo que tienen que hacer y lo hacen.

### Equipo

Trabajar en equipo produce mucho más que los esfuerzos individuales.

### Optimismo

Somos, queremos y nos gusta la gente optimista, que entiende cada nueva circunstancia como un reto ilusionante.

### Mejora continua

Cometemos errores pero apostamos por aprender y superarlos. Queremos ser mejores cada día.

### Persistencia

Nos identificamos con las personas persistentes, las que siempre continúan y nunca se rinden.

### Compromiso

Cumplimos con nuestros compromisos siempre y queremos contar con gente que cumpla con los suyos.

### Gestión ética y transparente

Nuestras acciones están guiadas por el respeto, la transparencia y la justicia.





# Servicios Redyser

# Transporte Nacional



## Redyser Entrega en el mismo día



**Redyser 10:30**



**Redyser 14:00**



## Redyser 24h



## Redyser 48 / 72 horas masivo



**Redyser Óptica**



## Valija empresarial

## Servicio SOMOS

## Correspondencia



## Ahorra con packs prepagados



## Otros servicios:

- Exclusivo directos
  - Masivos Marketing
  - Trámites y gestiones

# Transporte Internacional

Servicio Courier Internacional

Servicio Urgente de Carretera

Servicio Carga Aérea

Servicio de Grupaje



CATÁLOGO DE SERVICIOS



Descargar pdf

# E-commerce:

e-casa

Puntos de cercanía



**Entrega a la carta:** Es el servicio de transporte más flexible del mercado. El destinatario puede conocer la trazabilidad de su pedido en cualquier momento y cambiar las condiciones de la entrega hasta que el paquete esté en sus manos: fecha, dirección, solicitar un horario preferente, desviar a un punto de cercanía Redyser y hasta contactar con el repartidor!

Los destinatarios de este servicio reciben por correo electrónico un cuestionario para que evalúen el servicio y el repartidor.

Los datos del 2015 son:

**TOTAL ENCUESTAS RECIBIDAS: 101.200**

**VALORACIÓN DEL REPARTIDOR: 4,52 (sobre 5)**

**VALORACIÓN DEL SERVICIO: 4,52 (sobre 5)**

**% DE PERSONAS QUE VALORAN EL SERVICIO DE REDYSER ENTRE "MUY BUENO" Y "EXCELENTE": 91%**



6

# Modelo de Gestión

# Pilares de nuestro Modelo de Gestión:

## Flexibilidad

## Innovación

## Orientación al cliente

## Experiencia en la gestión

El Modelo de Gestión de Redyser se centra especialmente en las personas, profesionales seleccionados mediante procesos transparentes, igualitarios y no discriminatorios, a los que se les imparte una formación continua en el sector del transporte urgente y en competencias transversales para estar a la orden del día y cumplir con los más altos estándares de calidad y servicio.

Otro de los pilares del Modelo de Gestión de Redyser es la constante innovación, sobre todo en la oferta de servicios integrados en la logística, lo que permite ofrecer la mejor solución a los clientes.

El compromiso social también forma parte de nuestra cultura, pues adecuamos nuestra visión a la sensibilidad local, adaptando los servicios a las necesidades y particularidades de cada mercado.

En este sentido, promovemos las mejores prácticas, poniendo a disposición de todos nuestros grupos de interés las herramientas y el conocimiento para desarrollar y mejorar nuestra actividad.

Por todo ello, el compromiso con la RSE es transversal en Redyser, pues forma parte de la estrategia empresarial con el objetivo de garantizar la sostenibilidad de la empresa.

Redyser está comprometida con un diálogo continuo con sus grupos de interés, de ahí su presencia en las redes sociales más habituales:



[www.facebook.com/RedyserTransporte/](http://www.facebook.com/RedyserTransporte/)

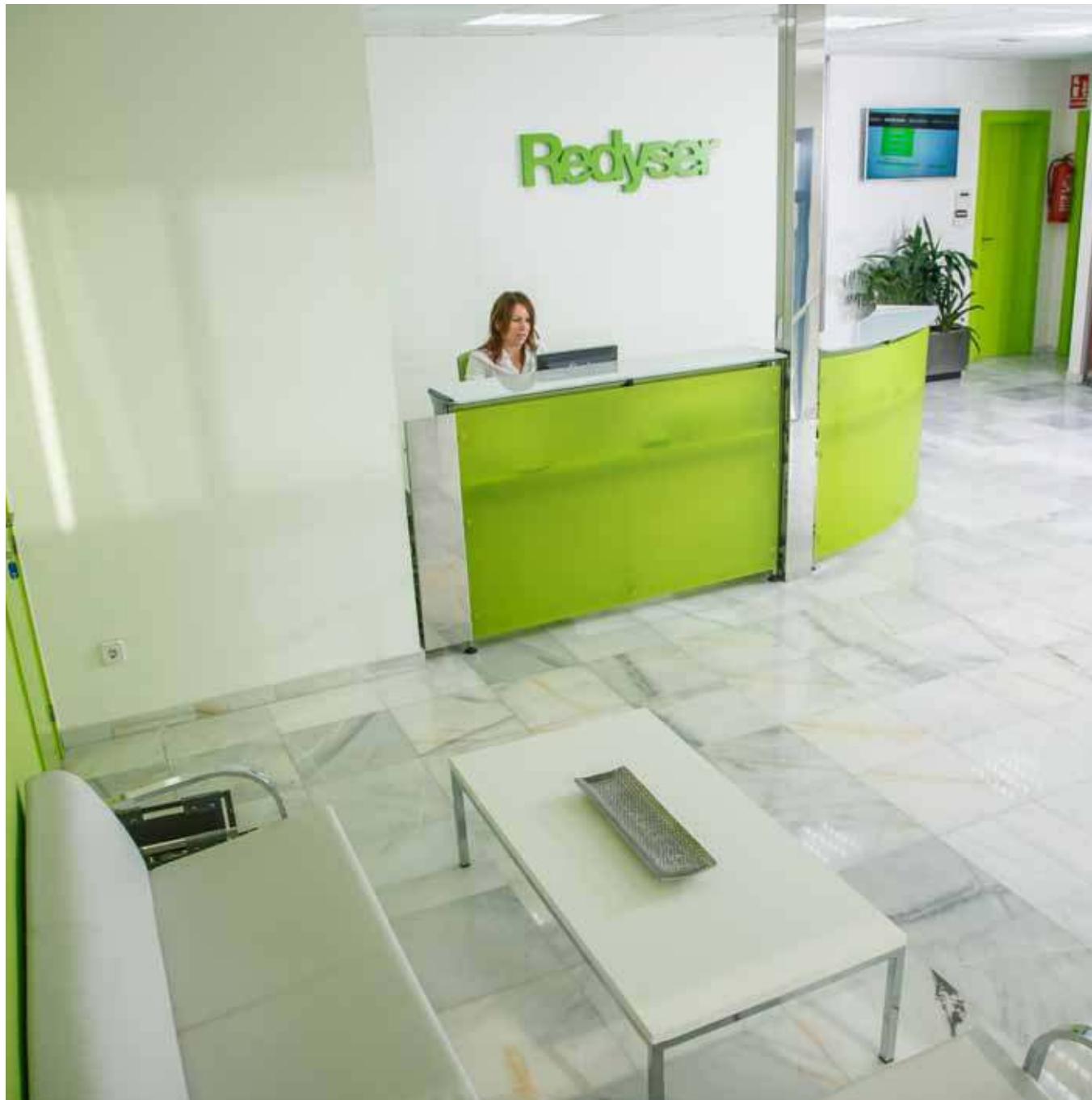


@RedyserResponde



[es.linkedin.com/company/redyser-transporte](http://es.linkedin.com/company/redyser-transporte)

**Redyser**  
A A A  
Experiencia en la gestión  
Responsabilidad social  
Innovación  
Orientación al cliente  
Transparencia  
Equidad  
Sostenimiento

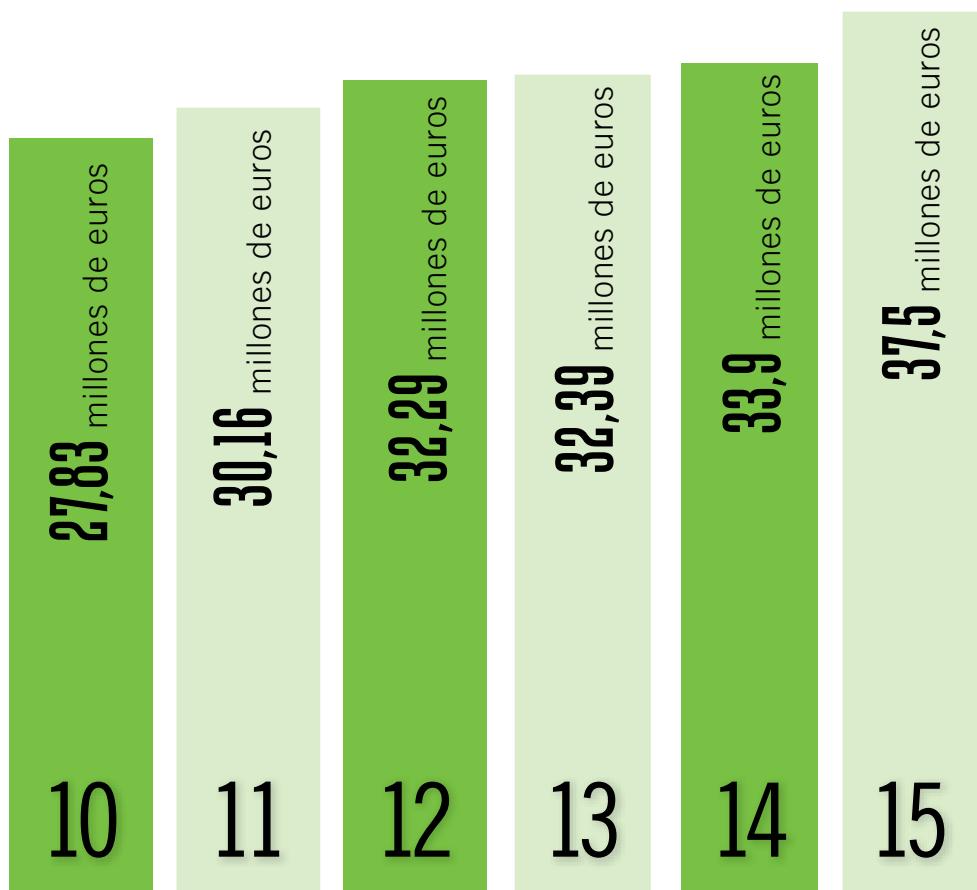


# Estrategia de la organización

## Datos económicos

Durante 2015, las previsiones de crecimiento de Redyser no solo se han cumplido satisfactoriamente, sino que se han superado. Hemos logrado afianzar nuestro crecimiento con una facturación que ha superado **los 37,5 millones de euros, lo que supone un 10% más de ingresos que el año anterior.**

Asimismo, en términos de expediciones, Redyser ha aumentado su cifra en torno al 18%, respecto a 2014. Destaca en este punto que, del total de expediciones, **el e-commerce ha representado más del 22% de los pedidos realizados durante 2015.**



## Sistema de gestión

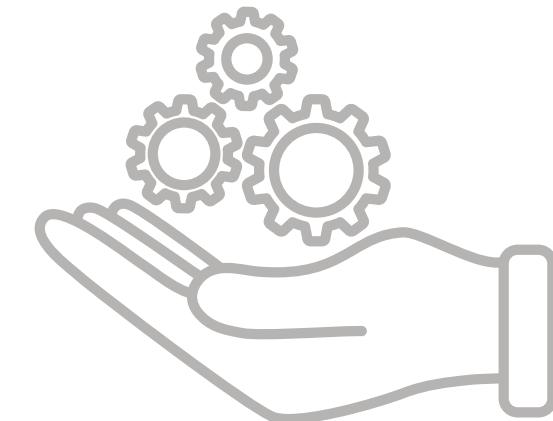
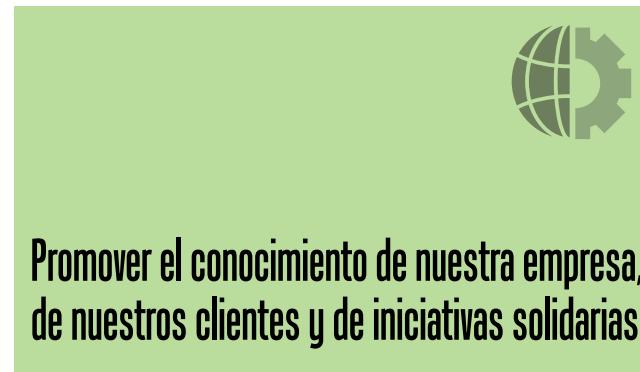
La sencillez y la fiabilidad son los distintivos que marcan la diferencia en Redyser, y es que nuestras propuestas nacen de una interlocución cercana y fluida con nuestros clientes.

Nuestro conocimiento profundo del sector del transporte urgente de paquetería la mensajería está basado en la confianza, la experiencia y la innovación constante.

Pero nuestro objetivo no se detiene aquí, pues queremos ir más allá: amparados siempre por la excelencia, nunca olvidamos que nuestro objetivo de obtención de beneficios económicos es inalienable a la garantía de la sostenibilidad. Desde que en 2009 nos adherimos al Pacto Mundial, hemos fijado un marco de trabajo basado en los siguientes ejes:



**Propiciar el diálogo con nuestros clientes**



**Impulsar la formación, la diversidad, la igualdad de oportunidades y la conciliación**



## Certificaciones y premios en 2015

Nuestro objetivo es lograr ser neutros en carbono, tal y como se propone en la campaña “Un millón por el clima”

### Certificación de Calidad



por AENOR en la norma ISO 9001/2000. Renovación en 2014 y ampliación a todas sus franquicias, quedando así certificada la calidad del 100% de la estructura de Redyser.



### Premio empresa social 2014

por la labor medioambiental del proyecto Kilómetros Verdes.

### Sello de Excelencia Europea 300+

por su sistema de gestión (Modelo EFQM de Excelencia) 2010.



### Premio Fundación Mundo Ciudad

por la labor de RSC en 2012



### Premio CODESPA

por la labor de RSC en 2012.

### Premio FROET 2010

por nuestra trayectoria empresarial.

### Premio Empresa Flexible 2008

### Premio de Calidad Ambiental 2003

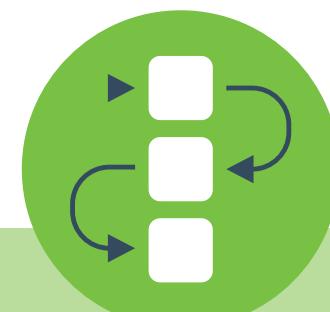
### Premio Mercurio 2001

### Premio FROET 2002

por nuestra trayectoria empresarial.

### Premio ERNST & YOUNG

a la creación de empleo 2001.



## Diálogo y transparencia con nuestros grupos de interés

Nuestro objetivo principal es convertirnos en la empresa que la sociedad quiere que seamos, por este motivo en Redyser tenemos muy presente la rendición de cuentas con todos nuestros grupos de interés. Estamos convencidos de que mantener una relación fluida y estable

con todos ellos nos ayuda a ser mejores en nuestro día a día y a cumplir de una manera solvente todas sus expectativas.

Para ello, establecemos distintos formatos de diálogo con cada uno de nuestros grupos de interés, clasificados según su prioridad:

### Máxima influencia:

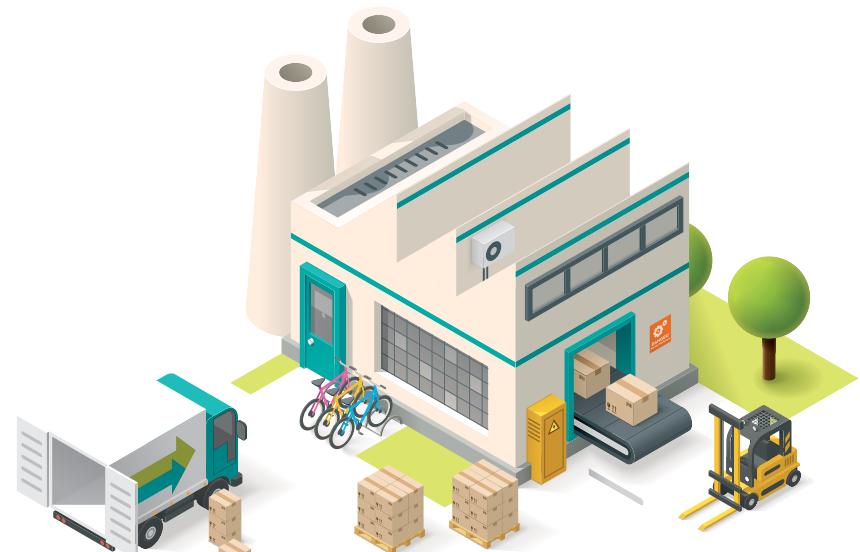
- Clientes A y B
- Empleados
- Agencias
- Socios

### Influencia eventual:

- Clientes C y D
- Competencia
- Tercer Sector
- Proveedores

### Competencia esporádica:

- Universidad
- Medios de comunicación
- Administración Pública



### CANALES DE COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS Y FRECUENCIA:

**Clientes:** Encuestas de satisfacción, atención al cliente

**Empleados:** Reuniones, encuentros informales y encuesta de compromiso

**Agencias:** Reuniones dirección general

**Competencia:** Foros de trabajo sectoriales

**Organizaciones No Lucrativas:** Asistencia a reuniones de trabajo

**Universidad:** Colaboración con diversos estudios y Máster

## Análisis de materialidad

Para conocer la opinión de nuestros grupos de interés, en 2015 Redyser ha realizado una breve entrevista a cada uno de ellos, con el objetivo de mostrar el grado de satisfacción con la gestión de la empresa, así como los aspectos a mejorar. A continuación se muestran algunas de las opiniones más representativas:

# Clientes

### CASTELLORT

“La relación con nuestra persona de contacto, que ha sido Marga, es muy buena, es un canal directo y muy eficaz”

### NETQUEST

“Nuestra relación con Redyser es muy buena, siempre están disponibles y son muy amables y listos para resolver los problemas”

### PAKOS

“Destacaríamos la información on-line, el buen servicio entrega y la buena relación calidad-precio”



### AGENCIA REDYSER CARTAGENA:

“Destacaríamos la calidad humana y profesional de las personas con las que tenemos contacto”

# Empleados

# Tercer Sector

**LUCHANDO CON LEO:** “Redyser es una empresa comprometida con la sociedad, con hechos, dispuesta a ayudar, poniendo a disposición de entidades sin fines lucrativos su trabajo, su tiempo y sus recursos, en beneficio de colectivos más desfavorecidos”

**FEDER:** “La política de acción social de Redyser ha sido para nosotros una tabla de salvación para una situación desesperada. Esa generosidad y compromiso definen a una ‘EMPRESA’ con mayúsculas”

# Academia

**CÁTEDRA DE RSC DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA:** “Sin duda Redyser es una empresa que inspira confianza, basada en su trayectoria empresarial, sus acciones estratégicas y siempre en el compromiso con sus grupos de interés”

**CORRESPONSABLES:** “Redyser es un gran ejemplo de cómo las pymes también pueden gestionar la RSE de una forma excelente. Su compromiso con la sostenibilidad y la RSE son más que notables”

**RRHH DIGITAL:** “Redyser es una empresa socialmente responsable por todas las acciones de RSC que realiza a lo largo del año, su interés por el medio ambiente y por el trato que mantiene con sus empleados, colaboradores, clientes y proveedores”

# Medios

## Clients satisfechos:



En Redyser estamos convencidos de que no basta con satisfacer las necesidades del cliente, hay que dejarlos encantados. Por este motivo, contamos con un equipo de más de 30 personas que son los encargados de recibir las solicitudes y demandas de los clientes y destinatarios de los envíos de Redyser.

Este servicio de atención se estructura de la siguiente manera:



### AÑO 2013 AÑO 2014 AÑO 2015

	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
TOTAL GESTIONES ATC	367.150	510.334	670.453
% CALIDAD GESTIONES	97,22%	97,96%	97,24%

Redyser pone a disposición de los clientes y destinatarios distintos medios de comunicación. Además del tradicional servicio de llamada telefónica, contamos con información detallada en nuestra web, email y chat. Además, durante el año 2015 se ha puesto en marcha el servicio a través de la conocida aplicación de mensajería **whatsapp**.

### Canal Primera Línea (Nivel 1)

Se atienden las llamadas de las personas que contactan con nosotros.

### Canal Reclamaciones (Nivel 2)

Se resuelven las incidencias y peticiones de los clientes.

### Canal VIP (Nivel 3)

Se realiza una atención especializada al colectivo de clientes VIP de Redyser

### Servicio de digitalización

Se digitalizan las pruebas de entrega de los envíos para subirlas a la web de Redyser y el cliente puede tener acceso a ellas en 24 horas

Mediante estos canales, se han realizado durante 2015 más de 670.000 gestiones, un aumento significativo con respecto al año anterior. Además, el porcentaje de calidad de las gestiones se ha mantenido en datos de años anteriores, superando el objetivo a alcanzar que el 97% en el grado de calidad en las gestiones.

El gran esfuerzo de las personas que realizan la atención al cliente, unido a la diversidad de posibilidades de comunicación hace que la satisfacción de nuestros clientes...

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN A CLIENTES

	2015	2014	2013	2012	2011
Índice de satisfacción sobre el equipo comercial	3,28	3,83	3,71	3,94	3,56
Índice de satisfacción sobre la calidad de servicio	3,80	4	4,06	4,4	3,83
Índice de satisfacción sobre el compromiso	3,55	4,13	3,95	4,34	4,92
Índice de satisfacción sobre resolución incidencias	3,24	3,95	3,8	4,18	3,52
Índice de satisfacción sobre la atención al cliente	3,31	4,17	4,07	4,4	3,63
Índice de satisfacción sobre imagen de Redyser	3,70	4,03	3,7	4,09	3,67
Índice de satisfacción sobre el servicio	3,33	4,09	3,75	4,31	3,87
Total (de 1 a 5)	3,46	4,03	3,86	4,24	3,86

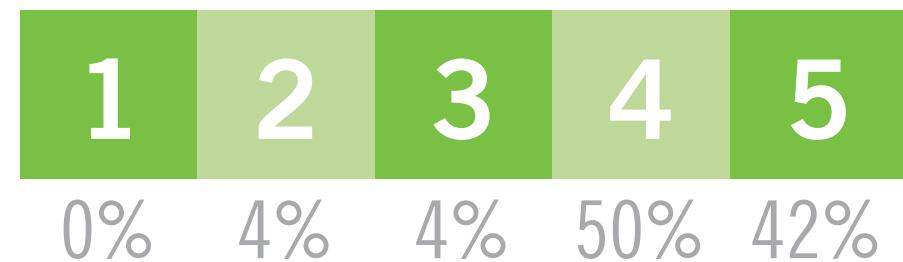


## Evolución de la acogida de la Memoria de Sostenibilidad desde 2011

Tras nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2009, en Redyser nos hemos comprometido a publicar anualmente nuestra Memoria de Sostenibilidad y lo venimos haciendo desde el año 2011. A partir del año 2013 quisimos saber la acogida que nuestro informe había tenido en nuestros grupos de interés.

¿Qué te ha parecido la memoria?

Puntuación (1-5)





# 8

## Medio ambiente





En Redyser tenemos claro que proteger el medio ambiente es proteger nuestra calidad de vida presente y futura, y para ello todos tenemos que implicarnos.

También sabemos que protección del medio ambiente y el crecimiento de nuestra actividad no sólo no son excluyentes, sino que tienen una relación directamente proporcional. Por este motivo, en nuestro modelo de negocio y en nuestro sistema de gestión, la protección del medio ambiente es considerada como un eje estratégico y así se lo transmitimos a todos los miembros de nuestro equipo humano y a nuestros clientes.

## Certificación ISO

Todas las franquicias de Redyser están certificadas según la norma ISO 9001

Minimizamos lo máximo posible el impacto medioambiental de nuestros servicios.

Cumplimos la legislación aplicable y otros requisitos en relación con nuestra propia actividad o con el medio ambiente.

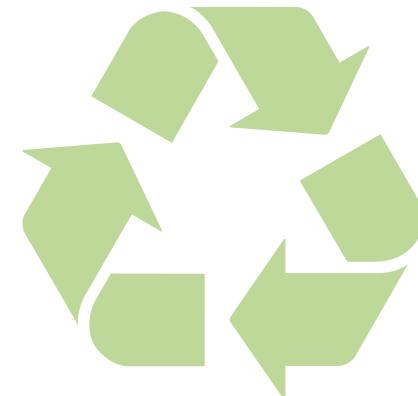
Optimizamos constantemente nuestros procesos en pro de la sostenibilidad, tanto económica como social y medioambiental.

La política de calidad y medio ambiente de Redyser es pública y transversal a nuestros procedimientos, comunicada y explicada a todo nuestro equipo. Su revisión anual garantiza el cumplimiento de los objetivos y la asunción de nuevas metas.

## Consumos

Desde 2012, nuestros consumos han ido descendiendo de manera progresiva, gracias a la adopción de diferentes medidas que hemos puesto en marcha, como la optimización de las rutas, el uso de consumibles o la implantación del sistema de microleds.

	2012	2013	2014	2015
 Combustible	195.323,74	70.252,15	69.602,98	51.557,66
 Electricidad (Kwh)	170.081,00	159.589,00	150.511,00	149.105
 Agua (m³)	624,00	456,00	380,00	528
 Papel oficinas (Tn)	12,17	3,25	5,72	3,17
 Tóner (kg)	65,00	60,00	43,00	18,00
 Cartón (Tn)	2.178,00	239,00	176,80	115,10
 Film estirable (Tn)	9.506,00	1.062,00	1.098,00	912,00
 Compensación emisiones ™			97,22	65,73



## Nuevas iniciativas ambientales

En 2015, realizamos por primera vez la medición de nuestra huella de carbono, siendo las emisiones de 554,99 Tm.

- Realizamos una inversión en tecnología LED de 41.000 euros, lo que supondrá una reducción de 37 Tm/año en el 2016.
- Desde el año 2014, gracias al programa Kilómetros Verdes compensamos nuestras emisiones. En 2014, la compensación de emisiones alcanzó las 97,22 Tm, mientras que en 2015, fue de 65,73 Tm.



## Kilómetros Verdes

El **programa Kilómetros Verdes** engloba la responsabilidad medioambiental y la movilidad sostenible en una línea de acción que, desde hace años, Redyser desarrolla como parte de su RSC: compensación de emisiones de CO<sub>2</sub> mediante la plantación de árboles, difusión de las ventajas de la facturación electrónica, ampliación de la cuota con vehículos eléctricos y puesta en marcha de “**Miecored**”, la **primera red de ecofranquicias en transporte**.

En 2015, la iniciativa Kilómetros Verdes ha seguido sumando apoyos:

### Albert Bosch, primer “embajador verde”

El deportista y aventurero, conocido por haber estado en los lugares más remotos del planeta y haber afrontado, por primera vez en la historia, el Rally Dakar en un coche 100% sostenible, se ha convertido en el primer “Embajador Verde” del proyecto de compensación de Redyser. Fruto de esta colaboración, Kilómetros Verdes acompañó al deportista en su aventura en Inglaterra, donde participó en el “Londres Sustainable Brands” y recorrió el país corriendo de oeste a este, a través de una travesía de 330 Km, que va desde St. Bees (Mar de Irlanda), hasta RobinHood’s Bay (Mar del Norte).



### Presentación de Kilómetros Verdes en la VI Semana de la RSE de Cataluña

Por otro lado, durante el mes de noviembre se presentó el programa Kilómetros Verdes en la VI Semana de la RSE de Cataluña.

“Kilómetros Verdes se basa en 3C’s: Compensar, Concienciar y Colaborar”. Así resumía Lucio Fernández, director de RSC y RRHH de Redyser, la esencia de este proyecto medioambiental, esencial para la compañía.



**En Redyser pretendemos implicar a todos en la corresponsabilidad del cuidado del medio ambiente. La iniciativa es posible gracias a la colaboración de ECODES y su plataforma [www.ceroco2.org](http://www.ceroco2.org), que materializa la compensación a través de varios proyectos de conservación y mejora del entorno.**

### Premio Corresponsables 2015 en la Categoría de Pymes

Fruto de este compromiso ambiental, en el mes de octubre, Redyser recibió el Premio Corresponsables 2015 en la categoría de Pymes.

Este galardón reconoce de nuevo la iniciativa Kilómetros Verdes, junto con otras 10 de España y Latinoamérica.



### Medición de la Huella de carbono

En 2015, y por primera vez, Redyser realiza la medición de su huella de carbono, a través de la Oficina Catalana de Cambio Climático. En esta medición se han tenido en cuenta los Alcances 1 y 2 y del Alcance 3, solo el agua.

#### ALCANCE 1:

- Transporte por carretera: 442,21 Tm de CO<sub>2</sub>
- Emisiones gases fluorados: 72,45 Tm de CO<sub>2</sub>

**ALCANCE 2:** Consumo eléctrico: 40,19 Tm de CO<sub>2</sub>

**ALCANCE 3:** Agua: 0,14 Tm de CO<sub>2</sub>

**TOTAL: 554,99 Tm de CO<sub>2</sub>**



## Movilidad Sostenible

El segundo eje de actuación en Redyser es la movilidad sostenible.

En 2015, el centro urbano de Barcelona se ha sumado a los lugares que cuenta con nuestro **reparto ecológico en bicicletas eléctricas**, uniéndose así a las ciudades que ya prestaban este servicio, como Valencia, Murcia o Gandía.

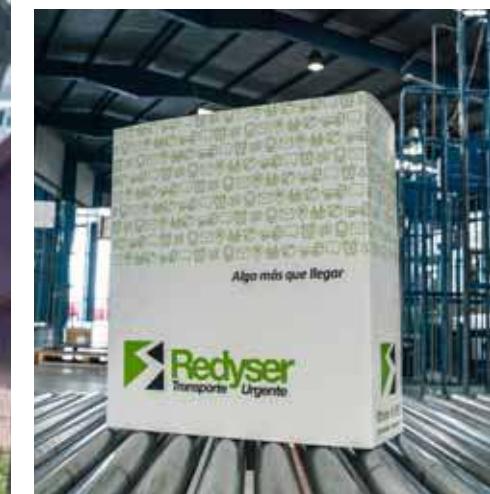
Además, Redyser cuenta con una importante flota de vehículos eléctricos y 100% sostenibles. Se trata de una medida que además de reducir la contaminación ambiental (atmosférica y acústica), agiliza el reparto en algunas zonas con acceso más difícil para el transporte convencional y contribuye a descongestionar el tráfico.

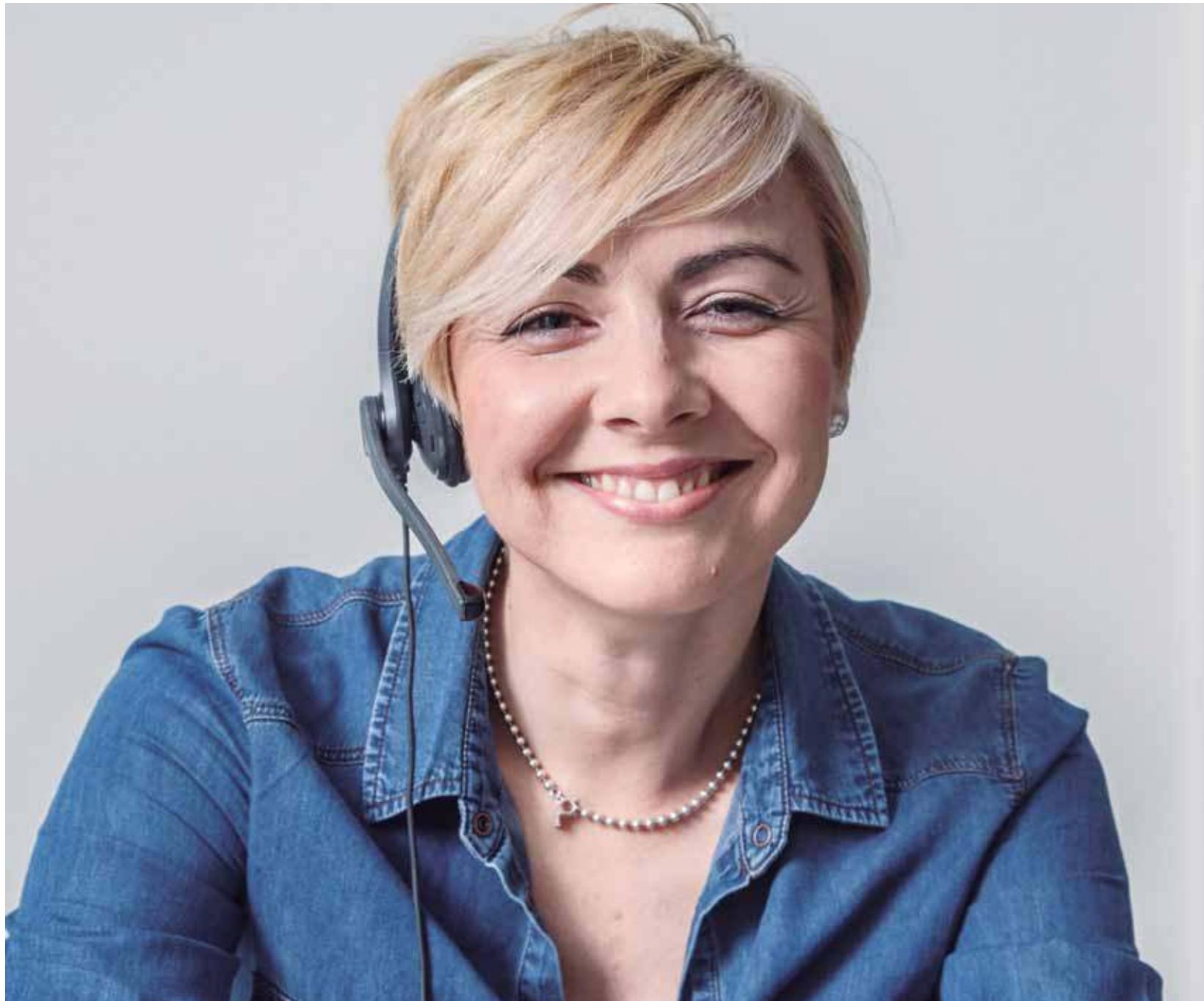
### UN MILLÓN POR EL CLIMA

En Redyser creemos que el compromiso hay que demostrarlo con hechos y por este motivo nos hemos comprometido con la iniciativa “Un millón por el clima”, que trata de reunir un millón de compromiso en la lucha contra el cambio climático. **Redyser se ha sumado a la iniciativa gracias a la consolidación del proyecto Kilómetros Verdes**, ya que esta iniciativa es por sí misma un compromiso de compensación de emisiones.

Nuestro objetivo es lograr ser neutros en carbono, tal y como se propone en la campaña “Un millón por el clima”







9

# Equipo

## Democracia interna

En Redyser nos gusta compartir, escuchar las opiniones de todos y tomar las decisiones por medio del consenso, no por imposición. Por eso contamos con dos comités, el de Dirección y el Interdepartamental, que se reúnen mensualmente y cada tres semanas, respectivamente.

El Comité de Dirección, encargado de tomar las decisiones estratégicas, está compuesto por el Presidente, la Dirección General, la Dirección de Operaciones y RRHH, Consejero y el Director Territorial Zona Centro.

El Comité Interdepartamental, cuyo cometido es informar sobre los proyectos que están en marcha, está formado por la Dirección General, la Dirección Financiera, la Dirección de Atención al Cliente, la Dirección Informática, la Dirección de Operaciones, RRHH y RSE, la Dirección de Administración/Calidad y la Dirección de Marketing.

Las personas son lo que realmente hacen de Redyser la empresa que somos: flexible, transparente y cercana. Nuestro equipo directivo representa a las 239 personas con vocación de servicio al cliente y está compuesto por:



**JUAN MORENO**  
Presidente



**FRANCISCO MORENO**  
Consejero



**FRANCISCO TOLEDO**  
Dir. General



**JÓSE CÓRDOBA**  
Dir. Financiero



**MARÍA DOLORES GARCÍA**  
Dir. Administración y Calidad



**LUCIO FERNÁNDEZ**  
Dir. Operaciones y RRHH



**MERCEDES SÁNCHEZ**  
Dir. Atención al cliente



**SANTIAGO CÓRDOBA**  
Dir. Informática

## Nuestro compromiso

Guiados por nuestros valores y siempre con una fuerte orientación al cliente, fomentamos en cada uno de los colaboradores de Redyser la eficiencia en cada uno de los procesos, tomando la sostenibilidad como piedra angular ineludible.

### DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADOS SEGÚN SU PUESTO DE TRABAJO:



Desde que en 2009 pusimos en marcha nuestro **Plan de Igualdad**, hemos trabajado día tras día en pro de la diversidad, la no discriminación y la igualdad de oportunidades, además de apoyar la conciliación entre la vida laboral y la familiar.

### TIPO DE CONTRATO SEGÚN SEXO

Edad	CONTRATOS FIJOS	CONTRATOS EVENTUALES
Hombres	134	11
Mujeres	82	12
	<b>216</b>	<b>23</b>



### DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADOS SEGÚN SU RANGO DE EDAD:

EDAD	EMPLEADOS
Hasta 25	8
De 26 a 35	48
De 36 a 45	109
De 46 a 55	61
Más de 55	13



**145**  
Total Hombres

**94**  
Total Mujeres

### CONTRATOS FIJOS



### CONTRATOS EVENTUALES



Como ya advertimos en el informe anterior, en 2014 el dato de absentismo aumenta porque se tienen en cuenta, por primera vez, las bajas por maternidad. Esa es precisamente la explicación del descenso tan acusado en 2015.

#### TRABAJADORES EXTRANJEROS:

	2012	2013	2014	2015
% de empleados extranjeros con contrato indefinidos	5,60%	7,61%	5,26%	5,86%

#### PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN PLANTILLA:

	2012	2013	2014	2015
% de empleados con algún tipo de discapacidad con contrato indefinido	2%	2%	2,49%	2,00%

#### TIPO DE JORNADA LABORAL:

	Jornada completa	Jornada Parcial
<b>Hombres</b>	136	9
<b>Mujeres</b>	68	26
<b>204</b>	<b>35</b>	

**El ratio de diferencia salarial entre la nómina más alta y la más baja es del 9,11**

No obstante **los datos de absentismo laboral están por debajo de la media nacional, que es del 4,45%**.

**La rotación se ha situado este año en 2,25%**

#### % Absentismo

2010	0,48%
2011	0,54%
2012	0,45%
2013	1,18%
2014	2,93%
<b>2015</b>	<b>1,23%</b>



## Formación

En Redyser creemos que para que nuestros empleados se sientan realizados en su labor diaria, tenemos que dotarlos de las herramientas necesarias para que den su máximo potencial. Uno de los caminos irrenunciables para que desarrollen estas herramientas es la formación. Por este motivo, hemos ido aumentando progresivamente tanto la inversión en formación como el número de personas que la reciben y, al menos lo intentamos, la calidad de ésta.

### FORMACIÓN:

	2011	2012	2013	2014	2015
Personas formadas	87	74	83	149	357
Inversión	17.875,00 €	20.745,00 €	30.513,00 €	53.664,00 €	31.141,67 €
Ratio €/persona	<b>205,46 €</b>	<b>280,34 €</b>	<b>367,63 €</b>	<b>360,16 €</b>	<b>87,23 €</b>

### HORAS FORMACIÓN/AÑO:

DEPARTAMENTO	2011	2012	2013	2014	2015
Equipo Directivo	462,5	70	332	900	244
ATC	120	120	91	144	175
Comercial	80	9	0	279	1301
Organización	48	35	124	277	2615
Informática	33	0	140	153	0
Administración Central	145	0	192	0	15
<b>TODOS</b>	<b>720</b>	<b>1008</b>	<b>736</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1608,5</b>	<b>1242</b>	<b>1615</b>	<b>1753</b>	<b>4350</b>
+ con respecto a 2014	N/S	-22,79%	30,03%	8,54%	148,15%

**En 2014, dos personas realizaron un máster MBA**  
de ahí que haya una reducción de la inversión



## Plan de Formación 2015

El Plan de Formación 2015 ha estado enfocado en dos áreas principales: comercial y almacén.

Para el sector comercial, se han realizado tres formaciones donde para personal comercial propio y de agencias, con el objetivo de dotarles de las herramientas necesarias para incrementar las ventas para el año 2015. El objetivo se ha visto cumplido, pues el incremento en expediciones transportadas con respecto al **2014 ha sido del 17,64%**.

Por otro lado, la formación para el área de almacén ha ido dirigida a mejorar las capacidades del personal base (mozos y jefes de almacén) en relación a la correcta manipulación de mercancías, con el objetivo de reducir el número de siniestros y mejorar la trazabilidad de los envíos.

### VALORACIÓN DE LA FORMACIÓN RECIBIDA DE LOS EMPLEADOS

	2011	2012	2013	2014	2015
Curso	4,06	4,20	4,56	4,17	<b>4,39</b>
Profesor	4,20	4,45	4,68	4,42	<b>4,43</b>
Medios	4,12	4,14	4,44	4,03	<b>4,27</b>
<b>TOTAL</b>	4,13	4,26	4,56	4,21	<b>4,36</b>

Valor mínimo 1 y máximo 5

### ACCIONES FORMATIVAS REALIZADAS POR ÁREAS

DEPARTAMENTO	2011	2012	2013	2014	2015
Equipo Directivo	7	8	3	14	8
ATC	1	1	1	1	1
Comercial	1	1	0	5	12
Organización	2	1	2	5	3
Informática	1	0	1	2	0
Administración Central	2	0	1	2	1
Todos	2	1	2	0	0
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>29</b>	<b>25</b>



## COMPROMISO DE REDYSER CON LOS EMPLEADOS:

PUNTUACIÓN CLIMA	2008	2009	2010	2011	2012	2014	2015
Albacete	2,83	2,78	3,14	-	2,63	-	3,15
Alicante	2,70	2,74	2,89	2,77	2,71	3,03	2,54
Almería	2,74	2,53	2,83	2,71	2,81	3,01	3,02
Barcelona	2,94	2,99	3,44	2,59	2,93	3,14	2,94
Bilbao	2,63	3,06	2,68	3,61	2,98	3,02	2,99
Central	2,82	3,06	3,01	2,93	3,10	3,16	2,99
Valencia	3,05	3,10	3,04	3,06	2,98	3,28	3,17
Madrid	2,90	2,76	2,54	0,00	2,96	3,19	2,72
Málaga	3,23	3,20	3,32	3,18	2,87	3,44	3,10
Palma	3,03	3,10	-	-	-	3,17	0,00
Sevilla	-	-	-	-	3,02	3,19	3,56
Murcia	3,06	3,00	2,88	3,33	2,89	3,17	3,03
<b>Total</b>	<b>2,90</b>	<b>2,94</b>	<b>2,98</b>	<b>2,69</b>	<b>2,90</b>	<b>3,16</b>	<b>2,77</b>

## RECONOCIMIENTO AL TALENTO:

(Valor mínimo 1 y máximo 4)

### Repartidor 10

Carlos, Rafael, Cristian, Carlos, Amparo, Juan Carlos, Juan Manuel y Carlos. Cada uno es de una parte de España, cada uno pertenece a una agencia distinta de Redyser, pero todos tienen una cosa en común: han conseguido alzarse con el **Premio al Mejor Repartidor de Redyser**.

Ellos ejemplifican lo que es un **“Repartidor 10”** y por eso, cada uno de ellos ha conseguido un reconocimiento extra en su trabajo gracias a la iniciativa **“Repartidor 10”** que puso en marcha Redyser en mayo de 2015. Se trata de una campaña interna cuyo objetivo es reforzar la figura del repartidor dentro de la compañía y que premia cada mes a los mejor valorados por los destinatarios con 1.000 euros para ellos y para su agencia.

La iniciativa “Repartidor 10” nace de nuestra convicción en que el repartidor es una pieza fundamental en nuestra propuesta de creación de valor. Sin él sería imposible terminar con éxito el proceso que conlleva un envío, que finaliza con la entrega del paquete a manos del repartidor. Con el e-commerce, además, esta figura ha tomado una mayor relevancia, ya que en su persona reside el primer contacto que el destinatario tiene con la tienda online.

### BENEFICIOS SOCIALES

Redyser ofrece a todos sus empleados flexibilidad horaria en función de sus necesidades y de la actividad de la compañía. Además, los empleados disponen de descuentos en el seguro médico de Sanitas con el que cuenta Redyser.

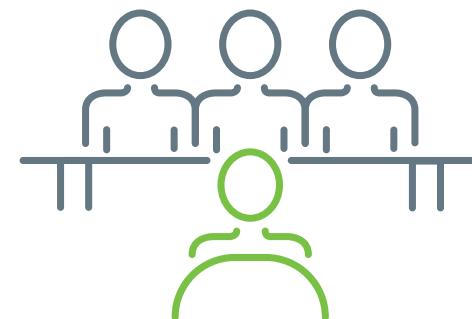
## ENCUESTA DE CLIMA POR ÁREAS:

<b>PUNTUACIÓN CLIMA</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Entorno de trabajo	2,53	2,6	2,81	2,89	2,73	-	-
Mi jefe	3,12	3,23	3,16	3,41	3,13	-	-
Mi área	3,14	3,21	3,3	3,2	3,23	-	-
Mi carrera	2,71	2,61	2,74	2,73	2,71	-	-
Mi empresa	2,99	2,99	2,89	2,84	2,85	-	-
Empresa	-	-	-	-	-	2,99	2,79
<b>Condiciones ambientales</b>	-	-	-	-	-	3,24	3,06
Creatividad e iniciativa	-	-	-	-	-	3,29	3,12
Entorno de trabajo	-	-	-	-	-	3,24	3,06
Comunicación y RSE	-	-	-	-	-	3,11	3

Lucio Fernández, Director de RSE de Redyser, es considerado el octavo DIRSE más influyente de España en el ámbito de los RRHH, según los lectores de la revista RRHH digital.



José Córdoba, Director Financiero de Redyser, se encuentra por tercer año consecutivo, entre los 100 mejores financieros del año 2015, según el ranking que elabora la revista Actualidad Económica con la colaboración de KPMG.



>>[CINCODIAS.COM/CINCODIAS/2015/02/20/EMPRESAS/1424451879\\_256412.HTML](http://CINCODIAS.COM/CINCODIAS/2015/02/20/EMPRESAS/1424451879_256412.HTML)



El diario nacional económico de *El País, Cinco Días, se hace eco de nuestra apuesta por la RSE* y publica el artículo de nuestro DIRSE, Lucio Fernández, titulado “Nuestra estrategia de RSE, nuestra razón de ser”.

## Compromiso con la comunicación y el equipo



**Redyser busca la satisfacción de su equipo, bajo la convicción de que una plantilla motivada es esencial para el éxito de la compañía**

Continuamos con la publicación de nuestra revista interna 1/3.

Día de la Mujer Trabajadora: Felicitamos a todas las mujeres de Redyser con el envío de flores y una tarjeta.

Los regalos de clientes que recibe Redyser son sorteados entre todos los trabajadores de la empresa.

Redyser mantiene una **comunicación fluida** y constante con su equipo basada en una actitud activa de escucha y en el diálogo





10

**Compromiso  
con la  
sociedad**

## Al lado de la sociedad

Si las personas son nuestro pilar fundamental como compañía, nuestro compromiso con la sociedad se convierte en la extensión de nuestra actividad allí donde operamos, fomentando su desarrollo, colaborando y apoyando proyectos como empresa de transporte de servicios.

### EQA

EQA, acrónimo de 'Empresas Que Ayudan', es una iniciativa impulsada por Redyser que nace con la vocación de convertirse en la mayor central de compras para el Tercer Sector. Se trata de un proyecto en el que pueden participar todo tipo de empresas y organizaciones no lucrativas.

El objetivo de EQA es crear un puente de colaboración entre el ámbito privado y el Tercer Sector, un modelo *win to win*. Así, gracias a EQA, las organizaciones que realizan una labor no lucrativa pueden beneficiarse de condiciones especiales en los servicios que prestan las empresas. De este modo, al beneficiarse de unos precios más competitivos, las ONG reducen costes de estructura y pueden destinar más fondos a sus proyectos.

A través de EQA, las empresas, en vez de destinar determinada cuantía a proyectos solidarios, pueden lograr el mismo objetivo y además generar beneficios, pues les ofrecen a las entidades sin ánimo de lucro sus servicios a un precio más bajo.

Redyser pone a disposición de EQA su servicio de envíos solidarios SOMOS.

### Redyser y Fundación Theodora, juntos por una sonrisa

Durante 2015 hemos seguido estrechando lazos con la Fundación Theodora, que tiene como objetivo que los niños sigan siendo niños dentro del hospital. Es decir, que jueguen, sonrían y se ilusionen durante su estancia hospitalaria.

Para colaborar en este proyecto social, Redyser lanza la campaña 'Una nariz por una sonrisa', que consiste en regalar una nariz verde, comprada en la tienda online de la Fundación Theodora, a cada uno de sus empleados en el día de su cumpleaños; a cambio, ellos tenían que devolver una sonrisa.

Durante el 2015 Redyser invirtió un total de **22.734,34 euros** en transporte gratuito para proyectos sociales, lo que supone un aumento de un 75,93%



## Envíos solidarios

### Servicio SOMOS

Ofrece las tarifas más ventajosas del mercado (descuentos de hasta el 50% sobre la tarifa normal y coste cero en segundas entregas y reexpedición).



### Brindis Solidario

Redyser se suma al brindis solidario del vino Israel, elaborado por bodegas Juan Gil. Israel es un niño de Jumilla que sufre una lesión cerebral y para colaborar con su causa, Redyser ha puesto su logística a disposición de bodegas Juan Gil para la distribución del vino solidario Israel por toda España.

### AEGEE

Colaboración con la asociación europea de estudiantes AEGEE, mediante el transporte gratuito del Summer University 2014 en Alicante.

### Campus Promete

Redyser continúa con su acuerdo con Fundación Promete siendo el partner logístico de todos los Campus Promete.

### Lucha con Leo

Se trata de un proyecto de recogida de tapones de plástico para ayudar a Leo, un niño que sufre una patología denominada fémur corto congénito. Para poder ayudar a Leo, Redyser ha facilitando una red de recogida de tapones en todo el país. <http://www.luchaconleo.org/>

### Punto de recogida de tapones



[www.luchaconleo.org](http://www.luchaconleo.org/)



### Círculo ILUNION-Objetivo St. Andrews

El Circuito ILUNION-Objetivo St. Andrews cuenta con Redyser en todos sus envíos de material, siendo el encargado de transportar todo lo necesario para preparar los torneos de esta cita.



### Recogida de alimentos

Un año más, el Grupo cooperativo Cajamar lanza la campaña 'Tu kilo de solidaridad', un proyecto que vuelve a contar con la flota de transporte de Redyser para su distribución.

## Juntos somos más

En 2015 nos convertimos en socios de DIRSE.

**Adhesión al Pacto de Estado por la Infancia de Unicef:** Redyser se ha unido a esta iniciativa en defensa de los derechos de la infancia. Se trata de un llamamiento que Unicef hace a empresas, particulares y agentes sociales y económicos para mejorar la vida de los más pequeños, luchar contra la pobreza infantil e impulsar la igualdad de oportunidades de todos los niños.

## Compromiso con la formación

### Programa de Talento ALTA

Redyser impulsa el talento juvenil a través del Programa de Talento ALTA de Alumni Global Search. El director general imparte un taller formativo sobre la importancia del cliente y el e-commerce en el sector del transporte a los alumnos de distintas universidades madrileñas.



### Proyecto EJE y EME

Redyser ha sido el partner logístico de 'El Minimarket', la final de un proceso de fomento del espíritu emprendedor y habilidades profesionales, que se lleva a cabo durante todo el año en centros de Primaria y de Secundaria de España y se enmarca dentro de los proyectos EJE (Empresa Joven Europea) y EME (Emprender en Mi Escuela). Esta iniciativa, que en 2015 ha cumplido su sexta edición, está impulsada por VALNALON.



### Human Age Institute

Redyser se adhiere a Human Age Institute para seguir con su implicación al talento y al desarrollo de los más jóvenes junto a otras empresas, como parte de un grupo.



### Convenio de colaboración con CEAC

La empresa de formación profesional a distancia del Grupo Planeta, CEAC, firma un acuerdo con Redyser para colaborar en la formación de sus empleados y estudiantes, respectivamente.

### Escuela Europea de Negocio

Redyser inaugura un curso de formación con la Escuela Europea de Negocios.

### Máster en Dirección de RRHH de Adecco

Lucio Fernández, Director de RRHH y RSE de Redyser, presentó la segunda edición del Máster en Dirección de RRHH de Adecco, centrado en el conocimiento, las habilidades y la transmisión de las actitudes necesarias para un excelente desempeño profesional.

## Participación en foros sectoriales y empresariales

### Foro Mediterráneo de Logística

El Foro se enmarca dentro del programa 'Logística Murcia', cuyo objetivo es el de optimizar la gestión logística de las empresas. Un lugar abierto a las compañías que busquen la mejora de sus procesos logísticos y donde se podrán compartir experiencias y conocer los productos más innovadores de las empresas del sector de primera mano.



### eLogistic Forum

En este foro se trató la integración entre logística y e-commerce tan necesaria hoy día, y el cómo conseguir la experiencia de compra perfecta y única para el consumidor.

El Director de Redyser, Francisco Toledo, expuso el caso de éxito en e-commerce de la empresa, 'Entrega a la Carta', como servicio único y exclusivo para satisfacer las necesidades del destinatario 2.0.



### II Congreso Internacional de Marketeros Nocturnos

El director de RRHH y RSE de Redyser, Lucio Fernández, fue uno de los ponentes principales de este encuentro, que versó sobre las tendencias en comunicación y marketing dentro y fuera de la empresa.



### Redyser expone en ESADE sus soluciones avanzadas para e-commerce

El Director General de Redyser, Francisco Toledo presentó las soluciones de e-commerce de la empresa, en la escuela de negocios ESADE, en su división de Alumni, durante la jornada titulada "Soluciones avanzadas para la distribución del e-commerce". Entre otros servicios para mejorar las entregas a los consumidores que realizan las compras online, se detalló la gestión de la 'Entrega en el mismo día', 'Envía Ahora Online' o 'Entrega a la Carta', entre otros.

**"Soluciones avanzadas para la distribución del e-commerce"**



## Foro de los RRHH

El programa de radio Foro de los Recursos Humanos, fundado y dirigido por Francisco García Cabello, acogió a Lucio Fernández, Director de RRHH y RSE de Redyser, quien aseguró durante la tertulia que “los RRHH son una parte más del negocio”. El Director de RRHH y RSE de Redyser también hizo también especial hincapié en “hablar con la gente, ver qué necesitan, hablar con ellos”.

## Infoempleo

De nuevo Lucio Fernández, Director de Recursos Humanos y RS de Redyser, participa en la plataforma web Infoempleo, con un artículo para la serie “Los Responsables de RRHH opinan”, analizando la situación del sector del transporte urgente, el cual siempre ha servido como termómetro de la situación económica que se vive en el país en cada momento. El artículo remarca cómo las empresas comienzan a ganar en confianza y eso se traduce en mayores beneficios.

## Creación de valor desde la acción social

Ante una nutrida asistencia, Redyser participó en la última jornada del curso 2014-2015 del ciclo “Creación de valor desde la acción social”, organizado por la Fundación SERES y ESADE. En esta ocasión, se habló sobre las políticas de RSE y de RRHH de las empresas, y de su papel en la gestión del talento.

## Foro de Empleo Ayuntamiento de Almansa

Redyser participa en este foro, en el que, de la mano del Director de Recursos Humanos y RS, Lucio Fernández, se aportaron consejos sobre la autocandidatura presencial, además de la búsqueda activa de empleo a través de las redes sociales.

## Conferencia Inaugural RSE de la Federación de Empresarios de La Rioja

La segunda ponencia de esta conferencia sobre RSE, titulada “¿A quién dirigirse? Los grupos de Interés (Stakeholders)” corrió a cargo, de Lucio Fernández, DIRSE de Redyser, quien explicó el importante e imprescindible papel que juega la RSE en una pyme como la nuestra.



## Taller de RSE de la Cámara de Comercio de Madrid

Redyser participa en el Taller de RSE titulado 'RRHH y RSE obligados a entenderse' en el que se puso en valor la gestión de personas como uno de los factores diferenciales en las compañías de futuro.

## Torneo y el Circuito de Golf Solidario

La Fundación Real Madrid y Halcón Viajes presentaron el Torneo y el Circuito de Golf Solidario, en el Club de Golf Las Pinaillas en Albacete. Se trata de un proyecto que contó con la colaboración oficial de Redyser.

## 5 Foro Decyde. Debate, Empresa, Cultura y Deporte

El Director General de Redyser, Francisco Toledo, habló de emprendimiento y de las soluciones logísticas para el e-commerce en la mesa redonda del Foro Decyde. Debate, Empresa, Cultura y Deporte.





11

# Retos de futuro

## Nuestros objetivos



### Medio ambiente

Nuestro objetivo primordial es conseguir que en 2018 nuestros clientes compensen directamente el equivalente al 50% de las emisiones que se generan con sus envíos y contar con una ecofranquicia en cada una de las 10 ciudades más grandes de España.

### Tercer sector

Crecer en el periodo 2016-2017 un 25% anual en ONG inscritas en EQA. Para el 2017 queremos implantar un programa de voluntariado directivo, mediante el cual nuestros directivos puedan colaborar en la formación de los directivos de distintas ONG.

Los objetivos de RSC de Redyser están íntimamente relacionados con sus grupos de interés.

Si bien el mantener la coherencia en la gestión con los valores y la filosofía de Redyser es un objetivo en sí mismo, en el aspecto de la transparencia sí que nos podemos marcar un objetivo, a saber, publicar de forma anual nuestro informe de sostenibilidad, adecuándolo a las exigencias de la guía G4 del GRI. Entendemos que este estándar es el más reconocido de transparencia empresarial del que podemos disponer actualmente.

### Clientes y Destinatarios

Mantener la transparencia y mejorar las vías de comunicación a través de nuestras encuestas a destinatarios.

### Empleados

Mantener el nivel de formación, mejorar la comunicación interna a través de la publicación trimestral de la Revista 1/3 y continuar con el Premio al Mejor Repartidor.

### Proveedores

Poner en marcha en los próximos dos años un sistema de valoración donde los proveedores puedan evaluar su relación con Redyser.



12

## Anexos

TABLA DE INDICADORES DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

## CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

## Aspecto: Estrategia y análisis

G4-1	2, 3
G4-2	2, 3

## Aspecto: Perfil de la organización

G4-3	Redyser
G4-4	11, 12, 13
G4-5	Murcia
G4-6	Redyser opera en España y Portugal
G4-7	S.L.
G4-8	17
G4-9	5
G4-10	32-39
G4-11	100%
G4-12	7, 20, 21
G4-13	No ha habido ningún cambio significativo
G4-14	2,3
G4-15	42, 43
G4-16	42, 43

## Aspecto: Materiales identificados y cobertura

G4-18	20, 21, 23
G4-19	20, 21, 23
G4-20	La memoria aplica a la actividad de Redyser
G4-21	La memoria aplica a la actividad de Redyser
G4-22	No ha habido cambios significativos
G4-23	No ha habido cambios significativos

Página

Página

## Aspecto: Participación de los grupos de interés

G4-24	20, 21
G4-25	20, 21
G4-26	20, 21
G4-27	20, 21

## Aspecto: Perfil del informe

G4-28	2015
G4-29	2014
G4-30	Anual
G4-31	lfernandez@redyser.com
G4-32	G4
G4-33	No se lleva a cabo verificación

## Aspecto: Gobierno corporativo

G4-34	31
G4-35	31
G4-36	31
G4-37	20, 21, 31
G4-38	31
G4-39	31
G4-40	31
G4-41	31
G4-42	31
G4-43	31
G4-44	31
G4-45	31
G4-46	31
G4-47	31

**TABLA DE INDICADORES DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE**

		Página		Página
<b>CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES</b>			<b>CONTENIDOS ESPECÍFICOS (ECONOMÍA)</b>	
<b>Aspecto: Gobierno corporativo</b>			<b>Aspecto: Desempeño económico</b>	
G4-48		31	G4-DMA	17
G4-49		31	G4-EC1	17
G4-50		31	G4-EC2	25
G4-51		No hay unas políticas determinadas	<b>Aspecto: Impactos económicos indirectos</b>	
G4-52		Las retribuciones se determinan en función de la categoría profesional y valía personal	G4-DMA	7
G4-53		37	G4-EC7	7
G4-54		Los incrementos de salario se plantean de forma generalizada para toda la plantilla, excluyendo a Dirección	G4-EC8	7
G4-55		Los incrementos de salario se plantean de forma generalizada para toda la plantilla, excluyendo a Dirección	<b>Aspecto: Prácticas de adquisición</b>	
G4-56		8,9	G4-DMA	7
G4-57		20, 21	G4-EC9	7, 21
G4-58		20, 21	<b>CONTENIDOS ESPECÍFICOS (MEDIO AMBIENTE)</b>	
			<b>Aspecto: Materiales</b>	
			G4-DMA	25
			G4-EN1	26-28
			G4-EN2	26-28
			<b>Aspecto: Energía</b>	
			G4-DMA	25
			G4-EN3	26-28
			G4-EN4	26-28
			G4-EN5	26-28
			G4-EN6	26-28
			G4-EN7	26-28
			<b>Aspecto: Agua</b>	
			G4-DMA	25
			G4-EN8	26-28
			G4-EN9	26-28
			G4-EN10	26-28

CONTENIDOS ESPECÍFICOS (MEDIO AMBIENTE)		Página	Página
<b>Aspecto: Biodiversidad</b>			
G4-DMA		25	
G4-EN11		26-28	
G4-EN12		26-28	
G4-EN13		26-28	
G4-EN14		26-28	
<b>Aspecto: Emisiones</b>			
G4-DMA		25	
G4-EN15		26-28	
G4-EN16		26-28	
G4-EN17		26-28	
G4-EN18		26-28	
G4-EN19		26-28	
G4-EN20		26-28	
G4-EN21		26-28	
<b>Aspecto: Efluentes y residuos</b>			
G4-DMA		25	
G4-EN22		26-28	
G4-EN23		26-28	
G4-EN24		26-28	
G4-EN25		26-28	
G4-EN26		26-28	
<b>Aspecto: Productos y servicios</b>			
G4-DMA		25	
G4-EN27		26-28	
G4-EN28		26-28	
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>			
G4-DMA		25	
G4-EN29		26-28	
<b>Aspecto: Transporte</b>			
G4-DMA		25	
G4-EN30		26-28	
<b>Aspecto: General</b>			
G4-DMA		25	
G4-EN30		26-28	
<b>Aspecto: Evaluación ambiental de los proveedores</b>			
G4-DMA		25	
G4-EN32		26-28	
G4-EN33		26-28	
<b>Aspecto: Mecanismos de reclamación en materia ambiental</b>			
G4-DMA		25	
G4-EN34		26-28	
<b>CONTENIDOS ESPECÍFICOS (DESEMPEÑO SOCIAL)</b>			
<b>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>			
<b>Aspecto: Empleo</b>			
G4-DMA		31	
G4-LA1		32-33	
G4-LA2		32-33	
G4-LA3		32-33	
<b>Aspecto: Relaciones entre los trabajadores y la dirección</b>			
G4-DMA		31	
G4-LA4		Según legislación	
<b>Aspecto: Capacitación y educación</b>			
G4-DMA		34	
G4-LA9		34, 35	
G4-LA10		34, 35	
G4-LA11		34, 35	

	Página		Página
<b>CONTENIDOS ESPECÍFICOS (DESEMPEÑO SOCIAL)</b>			
<b>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>			
<b>Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>			
G4-DMA	33	G4-DMA	22
G4-LA12	33	G4-PR3	22, 23
<b>Aspecto: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>		G4-PR4	22, 23
G4-DMA	33	G4-PR5	22, 23
G4-LA13	33	<b>Aspecto: Comunicaciones de Marketing</b>	
<b>Aspecto: Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborables</b>		G4-DMA	20, 22
G4-DMA	37	G4-PR6	20-23
G4-LA16	37	G4-PR7	20-23
<b>SOCIEDAD</b>			
<b>Aspecto: Comunidades locales</b>			
G4-DMA	41		
G4-SO1	41-45		
G4-SO2	41-45		
<b>Aspecto: Lucha contra la corrupción</b>			
G4-DMA	18		
G4-SO3	18		
G4-SO4	18		
G4-SO5	18		
<b>Aspecto: Mecanismos de reclamación por impacto social</b>			
G4-DMA	20		
G4-SO11	20, 21		
<b>RESPONSABILIDADES SOBRE PRODUCTOS</b>			
<b>Aspecto: Salud y seguridad de los clientes</b>			
G4-DMA	22		
G4-PR1	22, 23		
G4-PR2	22, 23		



Carretera de Madrid, km.384,  
polígono industrial Cabezo Cortado,  
calle F. Espinardo (Murcia)

**PARA MÁS INFORMACIÓN SOBRE  
TEMAS DE RSC, CONTACTAR CON:**  
Lucio Fernández, director de RRHH y RSE  
[lfernandez@redyser.com](mailto:lfernandez@redyser.com)



902 200 060



@RedyserResponde



[notificaciones@redyser.com](mailto:notificaciones@redyser.com)



Skype



Chat



662 685 122