

5- Grupos de interés que suman sostenibilidad.

Las actividades de la compañía tienen repercusión no solo entre las partes que mantienen relaciones comerciales. Ismael Quesada es consciente de que existen numerosos grupos de interés que legítimamente tienen expectativas sobre el desempeño de la empresa y por ello considera necesario mantener un diálogo ordenado y bidireccional con cada uno de ellos.

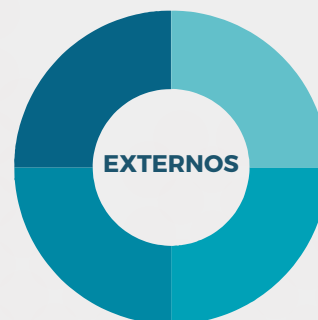
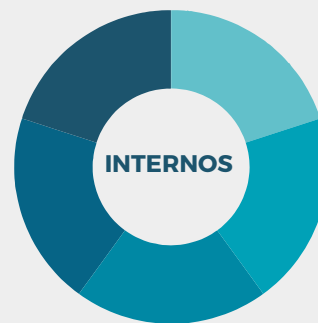
La gobernanza de la firma incorpora las aportaciones cualificadas que realizan estas partes interesadas como fuentes de información.

Para comprender los enfoques y necesidades de los grupos de interés es fundamental establecer una relación leal y una comunicación constructiva, en la convicción de que cada organización debe alinearse con las aspiraciones que forman parte de ese compromiso mutuo.

Aunque no todos los grupos de interés identificados tienen la misma relevancia para la empresa, se han analizado las expectativas sobre cada uno de ellos, se han asumido compromisos y se recurre a canales de comunicación capaces de vehicular la información.

En el ámbito interno se han diferenciado los accionistas, el comité de dirección, el departamento comercial y la plantilla, mientras que en el ámbito externo se consideran la clientela y proveedores, además de la competencia, las administraciones o la comunidad local.





Las valoraciones que realizan los grupos de interés sobre diversos temas resultan muy útiles para identificar puntos de convergencia y prioridades de manera sencilla. Si se consideran los resultados en conjunto, **se evidencia que la lucha contra el cambio climático y la gestión ambiental son los asuntos más relevantes**, seguidos de cerca por los aspectos económicos, la seguridad y la salud. Los aspectos éticos y el gobierno corporativo cobran importancia por la alta consideración que reciben por parte de los grupos de interés.



Grupos de interés INTERNOS

GRUPO DE INTERÉS 	EXPECTATIVAS 	COMPROMISO 	CANALES DE COMUNICACIÓN 
Propiedad/ accionistas	Cumplir las expectativas de rentabilidad económica, social y ambiental que han depositado en la compañía	Trabajar de forma eficiente. Maximizar la creación de valor	Consejos de administración anual y semestral, además de comunicaciones informales continuas
Comité de dirección	Poder llevar a cabo su tarea de forma eficiente y profesional	Facilitar las herramientas y recursos necesarios para que ejerzan de manera óptima sus funciones	Reuniones mensuales
Plantilla	Mantener y mejorar las condiciones de trabajo colectivas e individuales	Proporcionar un entorno de trabajo estimulante, en el que las condiciones de trabajo y laborales sean permitan retener el talento y generar bienestar	Reunión trimestral, grupo de whatsapp, contacto diario
Depto. comercial	Facilitar la labor del departamento para que pueda desarrollar su trabajo con arreglo a los valores de la compañía	Poner a su disposición los medios necesarios para que puedan ejercer su trabajo en las mejores condiciones	Reuniones periódicas trimestrales, actas, diálogo permanente con la dirección

Grupos de interés EXTERNOS

GRUPO DE INTERÉS 	EXPECTATIVAS 	COMPROMISO 	CANALES DE COMUNICACIÓN 
Admon. públicas	Cumplimiento de la legislación vigente y anticipación respecto a nuevos desarrollos normativos	Mantener la vigilancia sobre el cumplimiento legal y la colaboración con la administración	Relación administrativa directa y a través del asociacionismo sectorial, con comunicaciones regulares
Clientes (B2B)	Cumplir las expectativas de este grupo de interés, fidelizar clientes, ampliar su número y el volumen de facturación	Aplicar políticas comerciales, de calidad, medio ambiente y responsabilidad social para ser proveedores de referencia	Contratos, email, encuestas, visitas comerciales, conversaciones telefónicas, web, carta de servicios
Proveedores	Contar con el elenco de proveedores más competitivo, sostenible y fiable. Ampliar la gama de productos conforme a las necesidades de nuestros clientes	Eficiencia y cumplimiento de los compromisos en las relaciones comerciales	Correo electrónico, teléfono, visitas comerciales, encuestas
Comunidad local	Contribuir a la proyección del municipio illicitano y a la mejora social	Mantener la colaboración con las organizaciones sociales	Correo electrónico, comunicaciones periódicas.
Competencia	Respetar a nuestra competencia y ser respetados por ellos	Actuar con arreglo a los valores de la compañía, respetar las normas de la competencia y conducir la compañía conforme a la ética empresarial	Relaciones comerciales, colaboración en European Rubber Journal y Cámara de Comercio de EEUU en España, INESCOP, CETEC, Centro Tecnológico Riojano (CTR)