



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



MENDEZ PRO-TEC, S.A.

2016

1.	CARTA DE LA DIRECCIÓN.....	3
2.	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	4
2.1	Datos generales.....	4
2.1	Presentación.....	4
3.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	5
3.1	Órganos corporativos.....	5
4.	CIFRAS PRINCIPALES DE LA ORGANIZACIÓN	7
5.	ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN	8
6.	GRUPOS DE INTERÉS	9
7.	DESEMPEÑO AMBIENTAL Y SOCIAL	13
8.	GESTIÓN ECONÓMICA.....	15
9.	ACCIONES SOCIALES.....	16



1. CARTA DE LA DIRECCIÓN

A todos nuestros grupos de interés,

Desde la Dirección de Méndez Protec, se tiene el placer de presentar este primer Informe de Responsabilidad Social Corporativa. Publicación que responde al compromiso con la transparencia hacia todas nuestras partes interesadas (clientes, empleados, proveedores, administraciones, etc.).

Con este informe, queremos informar sobre lo acontecido, y reflejar la creación de valor para la organización en el ámbito económico, ambiental y social, en este período a tratar.

En Méndez Protec, S.A., trabajamos día a día con el objetivo de lograr un crecimiento rentable, pero también con el compromiso de desarrollar nuestra actividad asumiendo la responsabilidad social que nos corresponde, como empresa dedicada a la seguridad de los trabajadores, en todos los sectores donde estamos presentes.

Negocio y sostenibilidad no pueden avanzar por vías separadas. Las empresas, como buenos ciudadanos corporativos, solo concebimos un escenario integrador de ambos aspectos.

El compromiso de esta Dirección, es la mejora continua en la reducción de energía, agua y consumibles, mantener con nuestros trabajadores un clima laboral positivo, y una colaboración más estrecha con proveedores que, como nosotros, apuesten por medidas para mejorar su responsabilidad social.

También seguiremos en contacto con ONG'S, para ayudar en la medida de nuestras posibilidades a la buena labor que desarrollan.

Aunque aún es pronto para ver los resultados y el impacto de los logros que se han ido consiguiendo, la posición de nuestra organización va mejorando considerablemente con la ayuda de esta certificación, así como la de Calidad y Medio ambiente. Entre otras cosas, por el desarrollo del plan aprobado por Dirección, para impulsar la productividad del mismo.

El hecho de ir consiguiendo los diferentes hitos o fases establecidas, han hecho fomentar el interés en nuestra organización en las diversas partes interesadas.

Tras un profundo análisis, se ha definido nuestra visión, que es la que nos marca el camino que seguiremos, y nos define quiénes somos y cuáles son los valores que nos mueven. Claramente por nuestro entusiasmo de ofrecer un servicio y productos de calidad y unos compromisos con nuestros clientes.

Queremos tener un futuro por delante, una gran marca y unos trabajadores comprometidos. Así, con las acciones y campañas que puedan irse desarrollando, queremos que los grupos de interés que nos rodean, sientan nuestros esfuerzos, y que nuestros clientes comprueben nuestras mejoras, realizadas siempre pensando en ellos.

Y es por ello que, en este informe, hemos intentando plasmar todo lo que la organización ha ido desarrollando con este fin. Espero que la lectura del mismo, sea de vuestro agrado.



2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

2.1 Datos generales

Razón social: MENDEZ PRO-TEC, S.A.

Domicilio Social: Avenida Castilla, 1 Primera Planta, Oficina 3B; San Fernando de Henares (Madrid)

Teléfono: 91 677 11 10

Fax: 91 677 32 92

Email de contacto: info@mendezprotec.com

Página web: www.mendezprotec.com

2.1 Presentación

MENDEZ PRO-TEC, S.A. es una sociedad mercantil anónima, fundada en el año 1980, por profesionales con amplia experiencia en puestos de dirección de empresas industriales y de distribución.

En diciembre del año 2012, la empresa CROTON UNIFORMES, S.L., compra el 100% de la empresa, MENDEZ PROTEC, S.A., a su propietario, D. Lorenzo Méndez García, y tras un primer análisis, los nuevos propietarios deciden llevar a cabo cambios en la estructura de la empresa, con el fin de hacerla más competitiva y viable.

Estos cambios, quedan fundamentados en dos pilares básicos, traslado y gestión del almacén a empresa especializada en logística, traslado de oficinas y optimización de los puestos de trabajo.

Con estos fuertes cambios, que se llevaron a cabo durante el primer semestre del año 2013, se pretendieron acomodar los gastos de la empresa a los volúmenes de ventas, muy castigado por la coyuntura del mercado.

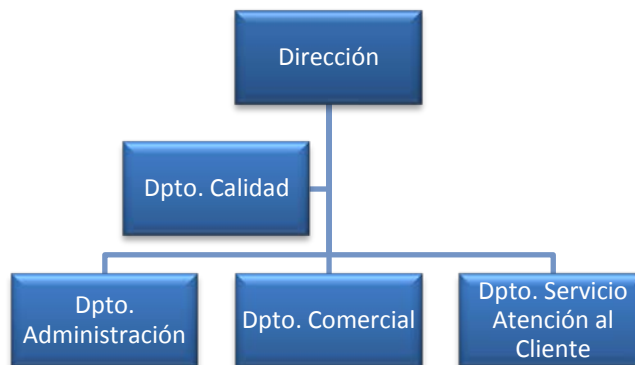
El objeto de la Sociedad es la venta al por mayor de productos de protección individual y seguridad industrial, productos de limpieza para higiene industrial, venta de productos para la protección de medioambiente, contención de vertidos industriales, equipos para manipulación y limpieza de sustancias contaminantes y recipientes de almacenamiento.

El objetivo principal de las actividades desarrolladas por MENDEZ PRO-TEC, S.A. es la mejora constante en el grado de satisfacción del cliente, a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad de los productos suministrados, con los requisitos del cliente y los legales y los reglamentarios aplicables.

La observancia permanente de las exigencias legales y de la innovación técnica y funcional, así como la constante actualización de la calidad, variedad y competitividad de los productos que componen la oferta de la sociedad, permiten que ésta sea actualizada y mejorada continuamente.

3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizacional de la organización es la siguiente:



3.1 Órganos corporativos

Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social

Las funciones de dicho comité son las siguientes:

- ✓ Revisar la política de gestión ética y responsabilidad social.
- ✓ Revisar el Código de conducta de la organización.
- ✓ Asegurar la disposición de recursos (humanos, materiales y financieros) para la adecuada implementación y mantenimiento del sistema de gestión ética y socialmente responsable.
- ✓ Supervisar planes e iniciativas en materia de responsabilidad social para garantizar el cumplimiento de los objetivos y metas establecidos.
- ✓ Aprobar el modelo de relación y comunicación con los grupos de interés.
- ✓ Identificar los riesgos legales, sociales, laborales y ambientales que puedan afectar a la organización.
- ✓ Asesorar a la dirección sobre sugerencias, iniciativas y propuestas de mejora.

El Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social está formado por:

Nombre	Cargo
Álvaro Artaza	Director General
Agustín Arocena	Responsable de Gestión Ética y Responsabilidad Social
Carlos Piqueras	Comercial

1.2 Política Integrada (Calidad, Medio Ambiente y Responsabilidad Social Corporativa)

Por deseo de la Dirección, el Responsable del Sistema Integrado de Gestión (SIG) ha establecido e implantado un sistema de la calidad, del medio ambiente y de responsabilidad social en base a los requisitos de la norma **UNE-EN-ISO 9001:2008** "Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos", la norma **UNE-EN-ISO 14001:2004** "Sistemas de Gestión Ambiental. Requisitos con orientación para su uso" y la norma **SGE21:2008** "Sistema de gestión ética y socialmente responsable", para la venta al por mayor de productos de protección individual y seguridad industrial, productos de limpieza para higiene industrial, venta de productos para la protección de medioambiente, contención de vertidos industriales, equipos para manipulación y limpieza de sustancias contaminantes y recipientes de almacenamiento.

El SIG tiene como finalidad la satisfacción de los clientes de **MENDEZ PRO-TEC, S.A.** gracias al cumplimiento de los requisitos establecidos. Para ello, el SIG tiene como objetivos:

- Asegurar la calidad de los productos suministrados, conforme a la Norma Internacional **UNE-EN-ISO 9001:2008**, así como conseguir una máxima satisfacción de nuestros clientes.
- Cumplimiento de los requisitos de los clientes y los legales y reglamentarios aplicables, tanto de medio ambiente como de gestión ética y responsabilidad social, consolidando la confianza en **MENDEZ PRO-TEC, S.A.**
- Compromiso de establecer un buen clima laboral, así como el compromiso social, laboral y ético más allá de las exigencias de la legislación
- Gestión y control eficaz de los procesos.
- Mejora continua de los procesos, procedimientos y productos, así como su comportamiento ambiental y social mediante el establecimiento de Objetivos.
- Asignación eficaz de funciones y responsabilidades.

- Concienciación y motivación del personal sobre la importancia de la implantación y desarrollo de un SIG.
- Identificar y evaluar los aspectos ambientales para controlar la prevención y reducción de la contaminación, así como aspectos sociales con el fin de minimizar las repercusiones sobre la sociedad.

LA DIRECCION

4. CIFRAS PRINCIPALES DE LA ORGANIZACIÓN

3.1 Plantilla

		2016
Nº total de trabajadores		7
Porcentaje por tipo de contrato	Indefinido	71%
	Temporal	28%
Porcentaje por tipo de empleo	A tiempo completo	43%
	Jornada reducida	57%
Porcentaje por sexo	Hombre	42,85%
	Mujer	57,85%
Porcentaje por edad	>60	0,00%
	45 – 60	57,14%
	35 – 45	14,28%
	25 – 35	28,57%
	< 25	0,00%

3.2 Proveedores

		2016
Nº total de proveedores		133
Porcentaje por nacionalidad	Nacional	96%
	Internacional	4%

3.3 Clientes

		2016
Nº total de clientes		230
Porcentaje por nacionalidad	Nacional	100%
	Internacional	-%

5. ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN

3.4 Misión, visión y valores

Misión

Ser una empresa que ofrezca unos productos de buena calidad dentro del ámbito de protección individual, seguridad e higiene industrial. La prestación del servicio se realiza mediante:

- La gestión eficaz de los recursos necesarios
- El compromiso de responsabilidad social corporativa
- El compromiso con el desarrollo sostenible

Visión

Ser de las empresas de referencia en cuanto a venta al por mayor de productos de protección individual, productos para la seguridad industrial, productos para la higiene industrial, entre otros.

Realizar un servicio, en base a tecnología avanzada, seguridad, satisfacción de clientes y personas, socialmente responsable y respetuoso con el medio ambiente.

Valores

- Compromiso con las personas
- Calidad productos/servicio prestado
- Transparencia y Responsabilidad
- Profesionalidad
- Integridad

3.5 Objetivos estratégicos

Los objetivos establecidos en el Plan de Responsabilidad Social Corporativa 2015-2018 se basan en las siguientes líneas estratégicas:

- Mejorar la relación con los clientes y mantener su satisfacción
- Reducir el impacto ambiental
- Mantener la motivación e implicación de las personas que integran la empresa
- Mejorar la relación y comunicación con los proveedores en materia de RSC

6. GRUPOS DE INTERÉS

Uno de los elementos clave de la Responsabilidad Social es la relación con los grupos de interés que conformen la organización.

A continuación se muestra el desglose de los grupos de interés que contemplamos:



El diálogo con nuestros grupos de interés es fundamental para nuestra política de responsabilidad social.

3.6 Comunicación con Partes Interesadas.

Por ello, intentamos establecer con ellos relaciones transparentes, claras y cercanas, orientadas a fomentar su confianza y conocer sus expectativas y necesidades sociales, para poder anticiparnos a los riesgos y oportunidades que surgen en nuestro entorno. MENDEZ PRO-TEC considera grupos de interés a quienes están o pueden estar afectados por el servicio que prestamos. Así, hemos identificado 6 grupos con los que se mantiene, a través de distintos canales, una comunicación permanente.

Sociedad: los métodos de diálogo con la sociedad en general, se realizan mediante la presentación de Publicaciones específicas, así como la asistencia y realización de ferias



pertenecientes al sector. También puede establecerse un método de diálogo a través de la Página web de la organización.

Proveedores/Subcontratistas: los métodos de diálogo con los proveedores o subcontratistas se basan en las comunicaciones directas del día a día; así como las reuniones que se tengan para tratar temas específicos de los productos que se comercializan. Como comunicación ocasional, algunos de los proveedores de la organización prestan cursos de formación a clientes para presentar nuevos productos que van a salir al mercado.

Clientes: el principal método de diálogo con los clientes es la comunicación día a día con ellos a través de los comerciales y del Servicio de Atención al Cliente. A través de las encuestas de satisfacción podemos conocer la evaluación que nuestros clientes tienen sobre nosotros. Del mismo modo, se estudian las quejas, reclamaciones y sugerencias que nos tramiten para seguir mejorando. Otros canales de comunicación son las publicaciones que se realizan en la Página Web, así como la publicidad responsable que se pueda generar.

Empresas del mismo sector: los métodos de diálogo con las empresas del mismo sector se realizan durante las reuniones periódicas que se realizan a través de asociaciones. Del mismo modo, podrá realizarse durante la asistencia a ferias del sector.

Empleados: los métodos de diálogo con los empleados se realizan principalmente a través de comunicación verbal, ya que no se dispone de una plantilla muy grande; pero también puede considerarse la comunicación a través de correo electrónico. Otros medios de comunicación pueden ser a través de paneles informativos, es decir, comunicaciones escritas colgadas en los tableros de anuncio de la organización o bien a través de la aplicación informática a la que la totalidad de los empleados tiene acceso.

Administración Pública: los métodos de comunicación con este grupo de interés, normalmente son los establecidos por el mismo. A través de internet, entradas en registro personales, etc.

Un nuevo método de comunicación implantado este año es el buzón de sugerencias para los empleados; se ha facilitado una dirección de correo electrónico interna donde pueden enviar sugerencias al Responsable de Gestión ética, denuncias de tratos injustos, denuncias de sobornos, etc.

3.7 Clima Laboral

También se ha realizado durante el año 2015, encuestas de clima laboral con periodicidad bienal, así hasta el año 2017 no se volverán a realizar. Los resultados de esta primera han sido:

PREGUNTA	PUNTUACIÓN FINAL	CÓDIGO DE COLORES
1. Comprendo cómo contribuye mi trabajo a los objetivos de la empresa	80	REVISAR
2. Normalmente tengo suficiente información para responder a las preguntas de los clientes	73	REVISAR
3. Las decisiones que toma la dirección respecto a los empleados normalmente son justas	71	PEORES
4. Me encuentro motivado en mi puesto de trabajo	78	REVISAR
5. Trabajo más de lo que se me exige para ayudar al éxito de la empresa	80	REVISAR
6. Hay buen ambiente entre mis compañeros y yo	74	REVISAR
7. Donde yo trabajo, buscamos continuamente formas de atender mejor a nuestros clientes	79	REVISAR
8. Se reconoce mi rendimiento habitualmente	73	REVISAR
9. La dirección marca una orientación clara	74	REVISAR
10. Se me ha formado adecuadamente para el trabajo que hago	76	REVISAR
11. Mi supervisor me mantiene informado acerca de las cuestiones que me afectan	72	REVISAR
12. La gente con la que trabajo coopera para sacar el trabajo adelante	76	REVISAR
13. La dirección se interesa por el bienestar de los empleados	74	REVISAR
14. Recomendarías esta empresa como buen lugar en el que trabajar	76	REVISAR
15. La carga de trabajo que tienen los empleados habitualmente es la adecuada	60	PEORES
16. Creo firmemente en las metas y objetivos de esta empresa	80	REVISAR
17. Existe la oportunidad de desarrollarse y crecer aquí	79	REVISAR
18. Mi supervisor reconocer cuando un trabajo está bien hecho	80	REVISAR
19. Las condiciones ambientales del entorno de trabajo (limpieza, temperatura, iluminación, comodidad, ruido, ventilación, etc.) son las adecuadas	81	REVISAR
20. Obtengo la información que necesito para hacer bien mi trabajo	73	REVISAR
21. Se me presentan suficientes oportunidades para opinar sobre las cuestiones que me afectan	70	PEORES
22. En general, estoy satisfecho con mi empleo actual	76	REVISAR
23. Comprendo lo que puedo hacer para ayudar a prestar un servicio excelente a nuestros clientes	83	MEJORES
24. Esta empresa está comprometida en ofrecer un lugar de trabajo/instalaciones seguras	81	REVISAR
25. Preveo trabajar en esta empresa durante los próximos 12 meses	85	MEJORES
26. Me enorgullece trabajar para esta empresa	82	REVISAR
27. Comprendo lo que la empresa pretende lograr en los próximos 12 meses	80	REVISAR
28. Mi supervisor pregunta mi opinión	78	REVISAR
29. La empresa está comprometida a proporcionar oportunidades para toda la plantilla con independencia de, por ejemplo, su origen étnico, edad, sexo, etc.	84	MEJORES

Resultando los siguientes puntos débiles:

3. Las decisiones que toma la dirección respecto a los empleados normalmente son justas.

15. La carga de trabajo que tienen los empleados habitualmente es la adecuada.

21. Se me presentan suficientes oportunidades para opinar sobre las cuestiones que me afectan.

De todos ellos, ya se han empezado a tomar acciones para solventarlos y que el personal no vuelva a tener esa sensación negativa en estos conceptos.

De los puntos en “revisión”, se analizarán para determinar hasta qué punto podemos actuar sobre ellos, y se compararán con la siguiente satisfacción de clima laboral. Para ya, con dos años comparativos, poder establecer los aspectos que realmente necesiten acciones.

3.8 Satisfacción Clientes

Se realizan encuestas anuales, en este año 2016 se han analizado recientemente, con un resultado de valoración global del **79%**, se ha disminuido ligeramente respecto al año anterior. Nos pararemos a realizar un análisis más exhaustivo de estos resultados en el cierre del año, para plantearnos acciones, objetivos, etc., de cara al 2017, y volver a mejorar esos niveles de satisfacción.

Los resultados de las del año 2016, han sido los siguientes:

VALORACIÓN	2016
¿Cuál es su satisfacción global sobre nuestro servicio?	7,90
¿Nos recomendaría a alguna otra persona o empresa?	8,50
¿Nos tendría en cuenta en una próxima ocasión?	8,50
¿Cómo es nuestro servicio en comparación con otras empresas del sector?	7,00
Cumplimiento de los plazos en la prestación del servicio	7,40
Atención recibida por parte de nuestro equipo comercial	8,30
Recepción correcta del producto solicitado	7,90
Amabilidad en el trato	8,50
Rapidez de respuesta	8,30
Solución rápida de incidencias	8,00
Indice de Calidad del Servicio	7,90

Además, se tiene pensado también para el lanzamiento del año 2017, modificar el cuestionario para incluir algún aspecto relacionado con RSC, y tener también feedback con el cliente a través de esta encuesta de satisfacción.

3.9 Evaluación de Proveedores.

En cuanto a los proveedores evaluados en este año 2016, cabe destacar el siguiente resultado:

- Nivel A: 33 proveedores de los 133 totales.
- Nivel B: 130 proveedores.

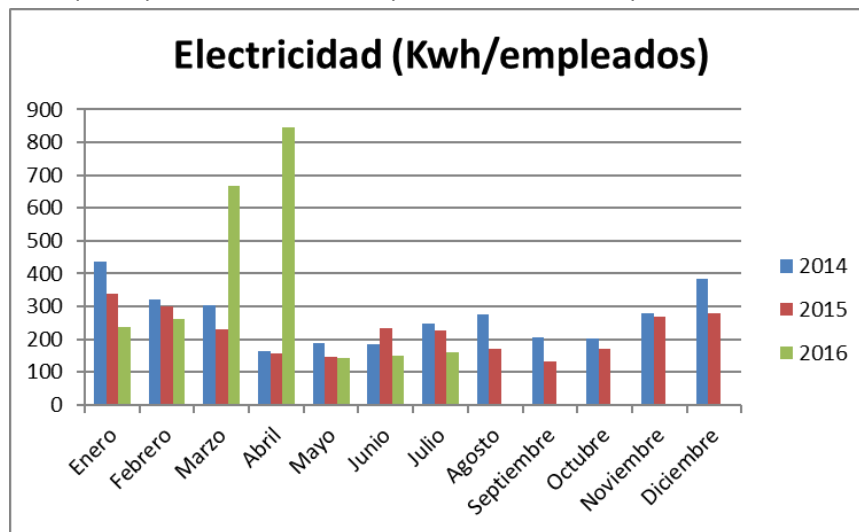
Proveedores RSC	2016
Certificado RSC	4,1%
Plan de Igualdad	
Política Anticorrupción	
Código de Conducta	95,9%

7. DESEMPEÑO AMBIENTAL Y SOCIAL

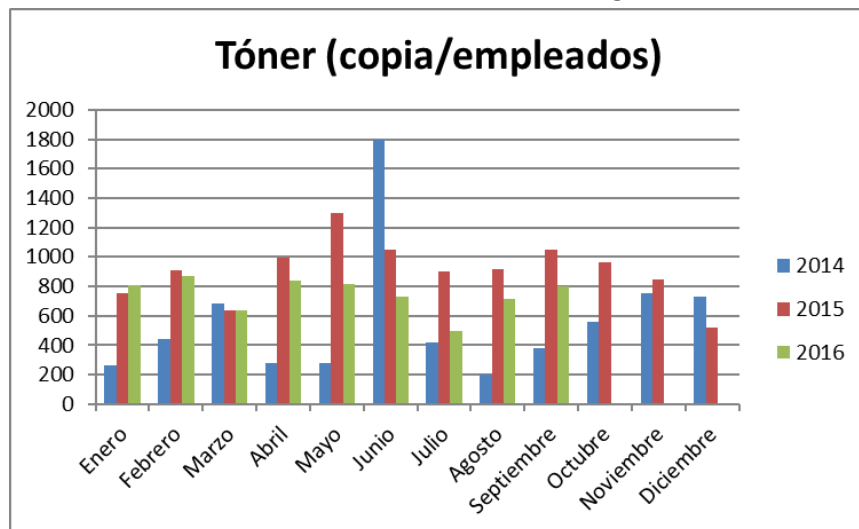
3.10 Indicadores Ambientales.

A través de nuestro Sistema de Gestión Ambiental, MENDEZ PRO-TEC analiza diferentes indicadores ambientales con los que controlamos nuestro desempeño ambiental. Estos son:

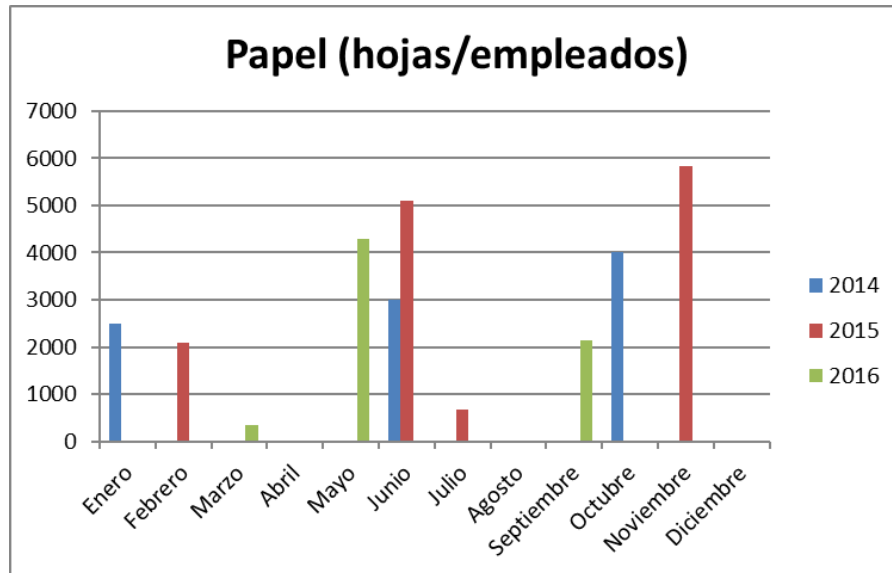
- CONSUMO ELECTRICIDAD (establecido también como objetivo ambiental): se controla el consumo en Kwh en base al nº de empleados que hay en la organización. Se observa una reducción del 2015, sobre el 2014. Y en lo que se lleva analizado del 2016, hay aumento respecto al año 2015, sobre todo por los dos picos mensuales de marzo y abril. Habrá que esperar a final de año, para analizar el cómputo total.



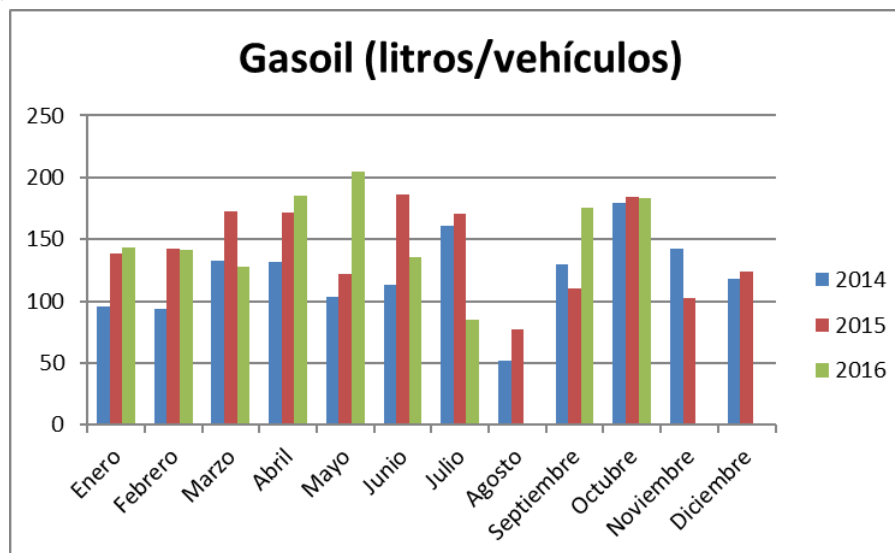
- CONSUMO TÓNER: se analiza el consumo de tóner (unidades) sobre el nº de empleados. Se ha observado la necesidad de relativizar sobre un indicador más lógico, como por ejemplo el nº de facturas emitidas, para el año 2017. Ya están empezando a trabajar estos datos. Los resultados hasta ahora, son los siguientes:



- CONSUMO PAPEL: se analiza el número de folios usados frente al nº de empleados. Al igual que el indicador del tóner, se modificará para relativizarlo al nº de facturas emitidas. Lo tratado hasta ahora, según los datos:



- CONSUMO GASÓIL (establecido también como objetivo ambiental): se relativiza el consumo en litros por lo vehículos. También es un indicador a modificar, puesto que consideramos más lógico hacerlo frente a kilómetros. Lo resultado hasta ahora se evidencia en el siguiente gráfico. Y se observa un aumento del 2015 sobre el 2014, puesto que se contrató a más personal en el departamento comercial. Ya en el año 2016, se va observando disminución frente al 2015.



3.11 Aspectos Ambientales y Sociales

También, de forma anual se identifican y valoración los aspectos ambientales y sociales de la organización, con los que genera algún impacto por la actividad que realiza, bien sea a nivel ambiental o social.

Así este año 2016, se ha realizado la evaluación de dichos aspectos en el mes de Enero – Febrero, obtenido lo siguiente:

- Aspectos Directos Significativos: consumo de papel, consumo de tóner y consumo de combustible de vehículos.
- En cuanto a los de Emergencia y a los Influenciables: no resulta ninguno como significativo. Y, sobre estos últimos, se tiene establecido que la única influencia que se puede realizar es la comunicación a las empresas de los requisitos de suministro ambiental que tiene la Organización. Además, se les enviará un tríptico de buenas prácticas ambientales.
- Aspectos Sociales: se identifican los diferentes aspectos más relacionados, derivados del proceso pertinente y si determinan un impacto negativo o positivo en la sociedad. Y, en base a esos impactos, se establecen acciones de mitigación o seguimiento.

Aspecto Social	Grupos de interés	Actividad o proceso	Impacto negativo	Impacto positivo	Acción
Empleo nacional	Sociedad	Compras		Se compran productos de España (y de la Unión Europea), fomentando el empleo en España	Asegurarse que se cumplen los requisitos establecidos por la Organización
	Proveedores				
Emisiones Consumo de combustibles fósiles/Generación de Residuos	Sociedad	Prestación del servicio	A la hora de la fabricación de los productos se genera el riesgo de obtener impactos ambientales (emisiones/residuos) que no están controlados además a través de los desplazamiento derivado de la logística se emite a la atmósfera emisiones de efecto invernadero		Enviar condiciones de suministro ambiental al subcontrata de logística Enviar Manual de Buenas Prácticas
	Proveedores				
Venta de Equipos de protección	Clientes	Prestación del servicio		Se comercializan equipos de protección para el trabajo	Aumentar el número de clientes Renovar los catálogos de forma periódica, fomentando la innovación y la comunicación con los proveedores del sector Fomentar el uso de nuestros productos en las empresas a través de la formación y sensibilización
	Empleados				
	Proveedores				

8. GESTIÓN ECONÓMICA

3.12 Estrategia empresarial. (cifras)

En cuanto a nuestra **Facturación**, cabe destacar que se va aumentando progresivamente año tras año. Así, en 2015 se terminó el año con 2.228.237€ y en este año 2016, se ha cerrado con 3.146.541€.

Localizando todas nuestras ventas en el territorio español al 100%. De momento, no se actúa en otros países, pero no se descarta que podamos intervenir en un futuro.

3.13 Indicadores sociales y humanos.

Se establecen indicadores sociales y humanos para este año 2016, siguiendo la línea del año anterior, obteniendo los siguientes resultados:

- **FORMACIÓN**: se realizan 8 horas de formación.

FORMACIÓN	2016
Total Horas de Formación	8

- **CATEGORÍAS**: La organización tiene determinado varias categorías por puesto de trabajo desarrollado.

	2016
Dirección	2
RSIG / RSC	1
S.A.C.	1
Resp. Procedimientos	1
Administración	4
Comerciales	3
Teleoperadora	1
Número empleados	7

3.14 Diversidad e igualdad de oportunidades (conciliación).

En cuanto a conciliación dentro de la organización, señalar que se tiene en cuenta la situación de cada persona para adecuar y ajustar su horario a las necesidades que tenga, siempre que sea posible.

Así, se establecen jornadas reducidas, intensivas, etc., para poder conciliar con la vida familiar, estudios, etc.

3.15 Prevención del acoso.

Para la prevención del acoso, se ha establecido en la organización un buzón de correo para que puedan establecer cualquier comunicación de acoso, dentro del ambiente de trabajo, sin verse coaccionada por ninguno de los otros trabajadores.

9. ACCIONES SOCIALES.

3.16 Donaciones.

En cuanto a donaciones, MENDEZ PROTEC, tiene ofrecido a diversas ONG's, como por ejemplo Cáritas o Behar Bidasoa, el donar diversos productos y material para cuando lo necesiten. Normalmente este tipo de organizaciones no tienen stockaje de este material, y lo van solicitando según su necesidad (después de catástrofes naturales, ayudas para refugiados, etc.).