



GLOBALLY RESPONSIBLE

Edición de 2023



Global Products Group





LET'S TAKE CARE

"You don't have to see the whole staircase, just take the first step."

~ Martin Luther King Jr.

PRÓLOGO

El mundo que nos rodea cambia a gran velocidad, trayendo consigo muchas consecuencias. Y, aunque a muchos esto les inquiete, a mí me motiva y me hace más fuerte que nunca. No creo que yo o nosotros podamos cambiar el mundo, pero lo que sí podemos hacer es todo lo posible para dar al menos esos primeros pasos.

Por eso, nosotros como Global Products Group asumimos nuestra responsabilidad. Queremos crear valor añadido y trabajar para un mundo mejor. Un mundo libre de discriminación e injusticia, y en el que la gente viva conscientemente respetando a las personas, los animales y la naturaleza. En esta edición encontrará nuestra historia y nuestra motivación, con el propósito de inspirar a otros a hacer lo mismo, dentro de su propio espacio y recursos, por supuesto. Para lograr todos juntos ampliar la proverbial marea negra y hacer que el mundo sea un poco mejor, más sano, más bello y sostenible.

Peter Biemans

Propietario de Global Products Group

Nuestra inspiración

Nuestra inspiración es el fractal, una figura geométrica que se repite a diferentes escalas y fue descubierto en 1975 por el matemático Benoît Mandelbrot. Compuesta por partes más o menos similares a la propia figura y y dotada de infinitud de detalles. A primera vista es una figura caótica, pero en realidad está particularmente estructurada. Piense en la hoja de un árbol, la manera en que nada un banco de peces, las pelusas de un diente de león o una concha aparentemente "simple". Detrás de cada fractal se esconde una ecuación. Y detrás de cada historia hay una motivación. Una única motivación que queremos promover a escala mundial.



NUESTRA
HISTORIA

ÍNDICE

Quiénes somos	Página 07
Nuestros valores	Página 09
Qué hacemos	Página 11
Nuestra historia	Página 12
Nuestra gente	Página 19
Nuestra política de RSE	Página 21
Resultados de 2022	Página 25
Objetivos para 2023	Página 31
Iniciativas sociales	Página 40
El camino a seguir	Página 55





RECUERDOS SOSTENIBLES

QUIÉNES SOMOS

Por supuesto, esta edición no trata de nosotros, sino del mundo que nos rodea. Y en este contexto queremos asumir nuestra responsabilidad, con los productos que suministramos, los proyectos que llevamos a cabo y las iniciativas que apoyamos. Pero sobre todo también con nuestra gente, las personas que trabajan en las tres empresas que operan conjuntamente bajo la enseña "Global Products Group".

Funeral Products

Keeping the memory alive

En Funeral Products nos proponemos cada día ofrecer a los familiares y allegados un recuerdo único y duradero. Un recuerdo que hace sentir bien, que encaja con el espíritu de la época y que sabe caracterizar a un ser querido como ningún otro. Para ello, la innovación es fundamental. Para poder responder de forma óptima a los cambiantes requisitos del mercado. Escuchamos y colaboramos estrechamente con el sector. Continuamente en busca de nuevas técnicas, materiales y oportunidades para mantener vivo ese recuerdo tan especial.



www.funeralproducts.eu

Funeral Projects

A new way to remember

Funeral Projects ofrece soluciones innovadoras, modernas y personalizadas para la instalación de lugares conmemorativos. Como por ejemplo, el nuevo diseño innovador del columbario tradicional, que ya se ha hecho un hueco en estadios deportivos de todo el mundo. Pero también las exclusivas columnas conmemorativas totalmente personalizadas o las obras de arte como elementos decorativos para el jardín. Dado que los proyectos y productos conmemorativos llevan una base modular, las posibilidades son infinitas, permitiendo realizar instalaciones a la medida, independientemente del tamaño del emplazamiento.



www.funeralprojects.com

Atlantis Memorials

Pioneers in memorial jewellery

Alrededor del año 2000 la empresa neerlandesa Atlantis Memorials fue una de las primeras en introducirse en el mercado de las joyas conmemorativas, marcando tendencia con joyas relicario de diseño sutil para guardar discretamente una cantidad simbólica de cenizas. Ahora, unos 20 años después, la empresa forma parte de Global Products Group y los perfectos acabados, los diseños y los detalles siguen siendo factores fundamentales. Todas las joyas se siguen haciendo a mano. Pura artesanía y materiales de primerísima calidad.



www.atlantismemorials.eu

NUESTROS VALORES

Innovar juntos

La mejora continua es el fundamento de nuestra organización. Por eso buscamos constantemente qué se puede hacer mejor, más rápido y de forma más sostenible. ¿Qué procesos (empresariales) podemos hacer más eficientes? ¿Cómo podemos conseguir más con los mismos (o incluso, menos) medios? ¿Y cómo logramos que la colaboración con Global Products Group sea una fiesta? Si trabajamos de forma más inteligente aumentaremos la productividad y nuestro rendimiento, serviremos aún mejor a nuestros clientes y generaremos más satisfacción laboral y compromiso entre nuestro personal.

Esta filosofía es la que aplicamos también en toda nuestra red. Por ejemplo, junto con nuestros proveedores y clientes buscamos constantemente nuevos productos, técnicas, materiales, soluciones y oportunidades. Porque estancarse significa retroceder. Y al seguir invirtiendo en ideas y procesos, somos capaces de desarrollarnos continuamente, con mejoras en todos los ámbitos.

La honestidad como punto de partida

En Global Products Group el espíritu empresarial sostenible se expresa de diversas maneras. No sólo dentro de las fábricas, sino sobre todo fuera. Desde la selección de las materias primas, el uso de nuevas energías y procesos de producción seguros y justos hasta el suministro de productos biológicos.

Además, al trabajar exclusivamente con relaciones duraderas, construimos una relación de confianza dentro de nuestra red. Y también esperamos el mismo compromiso y calidad de nuestros proveedores y subcontratistas. Por ejemplo, nuestro Código de Conducta no es una 'opción agradable', sino una obligación y damos por sentado la Declaración sobre la Esclavitud Moderna. Vigilamos personalmente que nuestros productos no solo sean tecnológicamente de alta calidad, sino que se produzcan en condiciones seguras y justas. Y todo ello en toda la cadena.



Un mundo mejor

Como Global Products Group asumimos nuestra responsabilidad. Y eso va más allá de nuestra actividad principal. Al fin y al cabo, contamos con las personas, los recursos y las capacidades para hacer posibles proyectos espectaculares. Desde apoyar a pequeñas iniciativas locales hasta nuestro compromiso con iniciativas sociales nacionales e incluso mundiales.

Económicamente pero también mediante el despliegue de servicios de apoyo y la cobertura mediática, entre otras cosas. Además, como hemos creado una amplia red a lo largo de todos estos años de existencia, también consideramos que es nuestra obligación conectar con éxito a personas, proyectos e iniciativas. Por ejemplo, nuestro contable trabaja gratuitamente para una serie de fundaciones que hemos ligado a nuestra empresa. Y varios de nuestros profesionales autónomos trabajan de forma desinteresada para promover esas mismas causas nobles.

UN ÚNICO PUNTO DE
PARTIDA UNIVERSAL

"One must travel to learn."

~ Mark Twain





AUMENTAR
EL IMPACTO,
REDUCIR
LA HUELLA

QUÉ HACEMOS

La atención al mundo que nos rodea ocupa un lugar destacado en todo lo que hacemos. Empezando por una política de compra consciente, el uso de procesos naturales y materias primas puras y la selección de nuestros proveedores. Socios comprometidos que invierten en la calidad máxima posible. Proveedores que se preocupan por sus empleados, que protegen los entornos de producción locales y que trabajan con arreglo a las directivas medioambientales.

Nuestro compromiso se refleja en los procesos operativos de la organización. Desde pensar en la reutilización de los materiales de embalaje y la combinación de pedidos para minimizar el número de kilómetros de transporte hasta enviar menos correos electrónicos y separar los residuos. Teniendo en cuenta todos los aspectos humanos dentro y fuera de la organización con el objetivo de actuar de forma coherente y responsable.





NUUESTRA
HISTORIA

2005

FUNDACIÓN

Como empresario en busca de un nuevo reto, Peter Biemans funda Global Products Group. Aún sin saber exactamente qué efecto tendrá esta decisión, sí sabe lo que quiere con su nueva empresa: dejar una impronta en el mundo.

Ya se trate de crear puestos de trabajo, solucionar problemas o marcar la diferencia en la sociedad, el emprendimiento tiene el poder de provocar un cambio positivo.



2006

FUNERAL PRODUCTS

Peter se ve confrontado dos veces con el fallecimiento de personas muy cercanas a él. Cuando se hablaba del destino de las cenizas, las opciones eran muy limitadas: urna número 1 o urna número 2, las dos a un precio muy elevado.

Y fue precisamente esta limitación de posibilidades la que terminó siendo el origen de Funeral Products.



2007

VENTA EN LOS PAÍSES BAJOS

Durante la búsqueda de una oferta más amplia y proveedores apropiados, se vendieron las primeras urnas de Funeral Products a compañías funerarias holandesas.



2008

INTERNACIONAL

Funeral Products fabrica y suministra productos conmemorativos de altísima calidad, tanto a nivel de producto como de condiciones laborales y de empleo.

Enseguida se corrió la voz y los primeros clientes internacionales hicieron sus pedidos a Funeral Products.



2010

EL PRIMER CATÁLOGO

Se imprime el primer catálogo de Funeral Products. Un sencillo catálogo de referencia que los empresarios pueden entregar a los familiares y allegados en su búsqueda de un producto conmemorativo adecuado.



2008

PRODUCTOS PARA MASCOTAS

Una mascota es un miembro más de la familia y su pérdida suele tener un gran impacto en sus dueños.

Por ello era lógico que Funeral Products ampliara su colección con urnas de diferentes formas, tamaños y materiales para mascotas.



2011

DIRECTOR GENERAL ESPAÑA

Para poder atender mejor a las funerarias españolas, Funeral Products amplía el equipo nombrando a un Director General para España. Este reside en Madrid, lo que permite actuar de manera aún más rápida y eficaz.



2012

COLABORACIÓN CON ATLANTIS MEMORIALS

Funeral Products comienza su colaboración con Atlantis Memorials. Joyas conmemorativas que no solo son una bonita aportación a la colección, sino que son también la manifestación de una colaboración especial entre dos organizaciones afines que valoran enormemente el comercio justo.



2012

THAI CHILD DEVELOPMENT FOUNDATION

En la fábrica de Atlantis Memorials en Tailandia se trabaja en un entorno laboral bueno y justo, la producción está exenta de trabajo infantil y se contribuye directamente a mejorar las condiciones de vida locales.

Esto también supuso un impulso importante para apoyar la fundación Thai Child Development Foundation, uno de los 5 pilares de Global Products Group.



2017

DIRECTOR GENERAL REINO UNIDO

Para salvaguardar la posición de la compañía en el Reino Unido tras el Brexit, Funeral Products nombra a un Director General. Este profesional nativo vive en Londres, la capital, lo que le permite actuar con mayor rapidez y optimizar las líneas de comunicación.



2019

FP-ORIGINALS

Funeral Products presenta las urnas Celest, la primera línea de productos de la colección FP-Originals. Una colección patentada especial compuesta exclusivamente de productos esbozados, diseñados y producidos por los diseñadores de Funeral Products.



LA CERTIFICACIÓN 'GREENLEAVE'

La fundación neerlandesa GreenLeave se centra en hacer más accesibles los funerales sostenibles y ecológicos y somete los productos funerarios a estrictos criterios de sostenibilidad.

Este año, Funeral Products ha conseguido la certificación de GreenLeave para sus primeros productos ecológicos. Un éxito, porque numerosos productos ya llevan el sello 'GreenLeave Approved'.



2019

ADQUISICIÓN DE ATLANTIS MEMORIALS

Global Products Group sigue ampliando su oferta y actividades con la adquisición de la empresa Atlantis Memorials, fabricante de joyas relicario y un socio con el que Global Products Group llevaba tiempo colaborando.

Una medida estratégica lógica, teniendo en cuenta que desde hacía tiempo GPG ya era responsable de una parte sustancial de las ventas de Atlantis.



2017

FUNERAL PROJECTS

El mercado nos pide cada vez más información personalizada. No solo sobre la colección, sino también sobre la instalación de lugares conmemorativos.

Nació Funeral Projects: soluciones y productos innovadores y personalizados.



2018

LOS 5 PILARES

Global Products Group cree en el efecto dominó positivo:

Hacer el bien es contagioso.

Esta filosofía constituyó la base de los 5 pilares: cinco iniciativas sociales apoyadas por la organización de distintas maneras.

(lea más en la página 40)



2019

CÓDIGO DE CONDUCTA

Decir que estás haciendo un buen trabajo es una cosa, hacerlo transparente y visible es otra muy distinta. Global Products Group, que sigue buscando la manera de hacer demostrable la RSE, está dando un primer paso mediante su Código de Conducta.

Un código de conducta que proporciona directrices para trabajar bajo altos estándares legales y éticos. Y aplicable a todos los empleados, agentes, distribuidores, productores y asesores con los que Global Products Group colabora.



2020

2020

ANÁLISIS DE PROVEEDORES

Durante la puesta en marcha del proceso del Código de Conducta, Global Products Group se vio obligado a despedirse de un número de proveedores que no querían adaptarse o cumplir el nuevo código de conducta. No fue una decisión fácil, pero sí necesaria para impulsar la mejora continua.



2020

EL PRIMER ESCALÓN

En su búsqueda de herramientas para hacer transparente la sostenibilidad empresarial, Global Products Group encontró la Escala de Rendimiento de la RSE.

Una norma de certificación que muestra objetivamente los resultados en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial. Se crea la base para poder conseguir una auditoría de certificación en el plazo de dos años.



2023

EMPREDIMIENTO SOSTENIBLE

Definir los marcos generales, documentar los procesos y establecer los objetivos. Todo ello, para implementar de manera uniforme en las empresas de Global Products Group los estándares de sostenibilidad de acuerdo con la Escala de Rendimiento de la RSE.

El resultado es un Sistema de Gestión Digital y una evaluación mediante una auditoría de dos días y medio de duración. Conclusión: La certificación de Nivel 3 y buenos puntos de desarrollo para seguir ampliando estos estándares en los años venideros.



Años turbulentos ...

Para recordar con orgullo. Casi siempre con una sonrisa, a veces con una lágrima. Pero nuestra historia no acaba aquí. Es más: sólo ahora está empezando a tomar forma y contenido.

Siga leyendo para ver qué más tenemos que decir.

EL HILO CONDUCTOR



NUESTRA GENTE

Las personas son la fortaleza de Global Products Group y sus subsidiarias. Las personas que trabajan para nosotros, los socios con los que colaboramos y las personas para las que trabajamos nosotros. Cada uno desde su posición y con su propia historia, pero juntos como uno solo. Y, sobre todo, en consonancia con nuestra visión común de trabajar juntos en lo que nos parece bien y lo que es correcto.





SHOW,
DON'T TELL

NUESTRA POLÍTICA DE RSE

Claro que resulta muy fácil pregonar que aplicas una política empresarial sostenible. Que eres respetuoso con nuestro planeta y con las personas y animales que viven en él. Y que tu política de sostenibilidad va más allá de la impresión a doble cara y la separación de residuos. Pero lo que queremos nosotros es concretizar lo que prometemos. Y hemos plasmado nuestras promesas en el Código de Conducta y en los primeros tramos de la Escala de Rendimiento de la RSE.

El cómo, el qué y el porqué de la RSE

El término Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene varias definiciones diferentes, pero que en esencia son las mismas. Nosotros nos hemos decidido por la definición de MVO Nederland¹ y del Consejo Económico y Social (SER)²:

'Centrarse conscientemente en la creación de valor en los elementos People (la persona), Planet (el medioambiente) y Profit (la sociedad), para así, a largo plazo, añadir valor a la prosperidad social.'

Herramientas específicas

Esta definición constituye la base de la política de RSE de Global Products Group, es decir, ¿cómo manejamos los procesos empresariales que tienen un impacto social o medioambiental? La política se aplica y se garantiza mediante el "Ciclo de Deming"³. Este ciclo de calidad nos proporciona herramientas para operar de forma focalizada tanto en los resultados como en la mejora continua. A través de los siguientes 4 pasos: **Planificar** (Plan), **Hacer** (Do), **Comprobar** (Check) y **Actuar** (Act).

Este ciclo se ejecuta de forma continua. Porque siempre habrá actividades que podrán ser optimizadas aún más: Este es el principio de la mejora continua.

¿Qué es la Escala de Rendimiento de la RSE?

La Escala de Rendimiento de RSE⁴ es una norma de certificación que demuestra objetivamente el rendimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. Esta norma permite desarrollar de manera continua 31 temas de RSE a través de un sistema de gestión y en consulta con las partes interesadas. El certificado convierte en realidad tangible el desarrollo sostenible y la responsabilidad social empresarial.

La Escala de Rendimiento de RSE se inspira en documentos aceptados a nivel internacional, tales como los certificados ISO 26000, ISO 9001:2015, AA1000 y la Iniciativa de Reporte Global (GRI en sus siglas en inglés). El certificado ISO 26000 no incluye ningún sistema de gestión, por lo que no es adecuado para la certificación. Pero la Escala de Rendimiento de RSE, con sus requisitos y su norma de certificación, sí puede considerarse un sistema de gestión adecuado y sirve de certificación para este tipo de normas.

Mediante el certificado de la Escala de Rendimiento de RSE no habrá dudas o discusiones entre Global Products Group y sus socios comerciales. La certificación proporciona información y elimina prácticamente cualquier duda o pregunta relacionada con la RSE.



¹ MVO Nederland, <https://www.mvonederland.nl/en>

² Sociaal-Economische Raad, <https://www.ser.nl/en>

³ The W. Edwards Deming Institute, <https://deming.org/explore/pdsa/>

⁴ CSR Performance Ladder, <https://www.mvoprestatieladder.nl/en>

LAS MOTIVACIONES DE LA RSE

17 objetivos que mejoran el mundo

Los 31 temas de la Escala de Rendimiento de RSE están vinculados a los 17 conocidos Objetivos de Desarrollo Sostenible (Sustainable Development Goals)⁵. Estos objetivos están basados en las aportaciones globales de organizaciones y proporcionan una brújula global para retos como la pobreza, la educación y la crisis climática. Fueron elaborados por los 196 países miembros de las Naciones Unidas.



Objetivos concretos

Para que todos los objetivos sean aún más tangibles y transparentes, detrás de los ODS hay 169 'targets'. De este modo, el Global Products Group sabe inmediatamente cuál es la contribución de la empresa a los distintos ODS. Además, gracias a la Escala de Rendimiento de RSE contamos con herramientas para concretar y gestionar de manera sistemática nuestros desarrollos sostenibles, la responsabilidad social empresarial y sus objetivos.

Paso a paso

Para conseguir una certificación, Global Products Group debe evaluar los resultados de su RSE y la efectividad del sistema de gestión de la misma. Esta evaluación debe realizarse mediante una auditoría a través de una entidad objetiva independiente, en nuestro caso la empresa de clasificación DNV.

Este proveedor independiente es el organismo de certificación líder mundial en gestión de riesgos y garantía de calidad. La elección de esta acreditada institución internacional ha sido una decisión deliberada. Quizás no sea el camino más fácil, pero sí el que da el mejor resultado.

Nos enorgullece anunciar que Global Products Group ha conseguido su certificación de la Escala de Rendimiento de RSE de Nivel 3.

Este certificado (nº C588645) tiene una validez de 3 años. En estos 3 años seguiremos avanzando hacia la certificación de Nivel 4.

Alcance del Nivel 3:

- Política y objetivos fijados para los temas pertinentes.
- Los objetivos se sitúan como mínimo al nivel de la media del sector.
- Definición e implementación de los valores fundamentales y los principios empresariales de la RSE.
- Relación con los clientes, el personal, los residentes locales, las asociaciones del sector y los proveedores.



"A seven surrounds itself with sixes to make sure it compares favorably. But a nine always looks for a ten because they aren't afraid. They know they're good and want to get better."

~ Johan Crujff

⁵ Naciones Unidas, <https://sdgs.un.org/es/goals>

RESULTADOS DE 2022

Todo comienzo es difícil. Los preparativos y los trabajos preliminares para conseguir la certificación de nuestras empresas duraron dos años. Tuvimos que documentar las actividades, las tareas y los compromisos para asentar una base sólida hacia un sistema de gestión de conformidad con la Escala de Rendimiento de RSE y en 2022 lo conseguimos.

Los valores fundamentales como hilo conductor. Los principios empresariales de Global Products Group y sus organizaciones participantes se basan en la filosofía de su propietario Peter Biemans. Valores fundamentales que desde el primer día han sido el hilo conductor y están entrelazados en la cultura corporativa. Aunque estos valores estaban claros dentro de la organización, era muy importante identificarlos, describirlos y documentarlos. Y también esto lo cumplimos en 2022.



1. Fin de la pobreza

- Garantizar la privacidad de los clientes

Los datos de los clientes son muy sensibles. Somos conscientes de que la información sobre nuestros clientes debe tratarse de forma segura. En 2022 actualizamos totalmente las declaraciones de confidencialidad de nuestras empresas participantes. En la Declaración de Confidencialidad (Privacy Statement) se informa detalladamente cómo deben tratarse y procesarse los datos personales, todo ello de acuerdo con las bases jurídicas del AVG (Reglamento general de protección de datos neerlandés). Los sitios web de Global Products Group en los que se pueden realizar compras disponen de un certificado SSL, que es un certificado digital que garantiza que las transacciones que se realizan en la web son seguras.



8. Trabajo decente y crecimiento económico

- Establecer una política en materia de trabajo infantil
- Establecer una política en materia de trabajo forzoso y obligatorio

'Trabajo infantil'. Un término que casi automáticamente suscita resistencia. Según Amnesty International hablamos de trabajo infantil cuando los niños realizan trabajos peligrosos, insalubres o forzados o cuando son demasiado jóvenes. O cuando el trabajo les roba el derecho a la educación y el tiempo necesario para ello. En este sentido es importante señalar que existe una diferencia entre el trabajo infantil y el denominado "child work", cuando niños a partir de cierta edad mínima realizan trabajos ligeros y seguros, siempre que el número de horas no limite su escolarización. Quizá de entrada resulte difícil de creer, pero en numerosos países es habitual contribuir a la manutención familiar a partir de los 15 años. Pero esto siempre y cuando se haga bajo las citadas premisas.

Lo mismo es válido para la **esclavitud** moderna: trabajo forzoso en condiciones precarias e inhumanas a cambio de una remuneración escasa o nula. Que son prácticas diametralmente opuestas a los propósitos de Global Products Group.

Para erradicar ambos de nuestra cadena, en 2022 establecimos y registramos nuestro Código de Conducta y la Declaración sobre la Esclavitud Moderna que reflejan la política de Global Products Group en estas materias. En el futuro compartiremos estos documentos con nuestros proveedores para que en nuestra red corporativa se conozca el Código de Conducta de Global Products Group. Al firmar estos documentos podemos garantizar que nuestros proveedores y/o socios operan de forma éticamente responsable.

ORGULLOSOS
DE LOS PRIMEROS
RESULTADOS



ORGULLOSOS
DE LOS PRIMEROS
RESULTADOS

RESULTADOS DE 2022



8. Trabajo decente y crecimiento económico (continuación)

- Apoyar iniciativas sociales
- El 40% de los proveedores de productos biológicos tiene la Certificación GreenLeave

El **Compromiso Social** es fundamental para Global Products Group. Creemos firmemente que las buenas acciones tienen un efecto dominó positivo. Por ello contribuimos a varias iniciativas, tanto regionales, como nacionales o mundiales. Esta contribución se presta en diferentes formas. Simplemente financiera o a través de servicios de apoyo, u ofreciendo a las fundaciones una plataforma en la que puedan mostrar sus grandes acciones, campañas e ideas al resto de nuestra red empresarial.

También les proporcionamos el apoyo necesario en 2022 y esta tendencia se mantendrá en los próximos años. En esta edición del Informe Anual de RSE pueden consultar a qué iniciativas sociales presta su apoyo Grupo Global Products.

En 2022 Global Products Group contaba con 25 proveedores, 5 de ellos de **productos ecológicos**. Las colecciones de dos de estos proveedores pasaron por el proceso de certificación, es decir, un 40%. Actualmente el 60% de los 35 productos lleva la etiqueta GreenLeave como certificación de que son totalmente biodegradables. También en 2022 ampliamos nuestra colección con varios productos que aún no han sido evaluados según los criterios de sostenibilidad de GreenLeave⁶, pero que ya están en la agenda.

GreenLeave es un consorcio de funerarias neerlandesas que trabajan para hacer más fácil y más accesible los **funerales sostenibles**. Un funeral medio es muy gravoso para el medioambiente. Para conseguir que los funerales sean más sostenibles, GreenLeave evalúa los productos y servicios en función de varios criterios. Los artículos o actividades evaluados como 'sostenibles' reciben la certificación 'GreenLeave'.



11. Ciudades y comunidades sostenibles

- El 50% de los proveedores tienen que estar en Europa

Para Global Products Group es importante contribuir positivamente tanto a la **economía como a la comunidad locales**. Y para poder controlar mejor el suministro de productos y servicios procuramos que los proveedores estén cerca, siempre que la calidad y los precios se ajusten a los del mercado. Así se acortan los plazos de entrega, se reducen las emisiones del transporte y, de paso, se apoya la economía local.

En 2022, Global Products Group se fijó el objetivo de trabajar con al menos un 50% de proveedores europeos. A finales del año pasado, las empresas de Global Products Group contaban con 25 proveedores diferentes en total, 17 de ellos localizados en Europa. Con ello, en 2022, el 68% de los proveedores de Global Products Group era europeo.

⁶ GreenLeave, <https://greenleave.nu/>



ORGULLOSOS
DE LOS PRIMEROS
RESULTADOS

RESULTADOS DE 2022



16. Paz, justicia e instituciones sólidas

- Establecer una política en materia del impacto medioambiental de los proveedores

Como empresa, Global Products Group reconoce su responsabilidad en la **protección del medioambiente**, en nombre de las partes interesadas, clientes, empleados y las comunidades en las que operamos. En el marco de la mejora medioambiental continua dependemos del compromiso y la implicación de nuestros socios comerciales. Y de nuestros proveedores esperamos una participación activa en nuestra política medioambiental.

Para garantizar este objetivo, en 2022 Global Products Group redactó y registró una política en materia medioambiental en el Código Medioambiental para Proveedores (*Suppliers Environmental Code*). En el futuro compartiremos este documento con todos nuestros proveedores para que juntos podamos seguir mejorando nuestros métodos de producción sostenibles y seguir reforzando nuestra política medioambiental.

OBJETIVOS PARA 2023

Seguimos siendo ambiciosos. Y por ello fijamos nuevos objetivos para cada año natural, vinculados a la filosofía de Global Products Group y las expectativas de nuestra red. El resultado es una mejora significativa para seguir avanzando en nuestra política de RSE.

Pero no queremos ni podemos cumplir nuestros objetivos de RSE solos. El hecho de entablar un diálogo al menos dos veces al año con nuestras **principales partes interesadas**, es decir, los clientes, proveedores, asociaciones del sector y, por supuesto, nuestros empleados, nos permite seguir estando bien informados sobre la situación actual por objetivos. Todo ello complementado con cualquier consejo o experiencia sobre cómo podemos tomar otras medidas de seguimiento para obtener resultados óptimos. De esta forma, como cadena empresarial, todos colaboramos activamente y creamos una política sostenible con relaciones de trabajo duraderas.



3. Salud y bienestar

- Salud y seguridad para los empleados
- Salud y seguridad para los clientes

Los empleados de Global Products Group son la fuerza impulsora detrás de la empresa. Por lo que es muy importante que nuestros empleados puedan realizar su trabajo en un **entorno laboral sano y seguro**. Para poder identificar las oportunidades de mejora, primero será necesario determinar el llamado 'punto cero'. Un punto de partida que refleje la situación actual. Para tener una visión clara de ello, este año estamos realizando un Inventario y Evaluación de Riesgos (IER) a través de un consultor de seguridad externo. Como complemento del IER se ha elaborado un Plan de Actuación. En este plan se indica para cada riesgo abierto qué medidas deben adoptarse, vinculadas a una persona responsable dentro de la empresa.

Los productos que suministramos son muy diversos en cuanto a diseño, material y finalidad. Las leyes y normativas de cada país, junto con el uso que haga el comprador o consumidor final, determinan si realmente se cumplen los requisitos establecidos. Nuestra colección siempre se compone de artículos y accesorios que cumplen las normas establecidas. Aunque a menudo la elección de cómo abordar esta cuestión sigue recayendo en el comprador. Los productos suministrados por Global Products Group cumplen las normas establecidas, entre otras, de la 'Warenwet' (Ley de los Países Bajos sobre la calidad de los productos) y la legislación sobre comercio exterior. La información a los clientes para un uso y aplicación correctos se facilita en forma de vídeos de instrucciones. Para el próximo año nos hemos propuesto que estos vídeos estén disponibles directamente por grupos de productos a través de los sitios web de las empresas del Global Products Group.



8. Trabajo decente y crecimiento económico

- Materializar servicios sociales

Como ya hemos dicho antes, en Global Products Group creemos que son las personas las que hacen la organización y que es muy importante que nuestros colaboradores estén sanos física y mentalmente y que puedan trabajar en un entorno seguro. Para ello impulsamos un estilo de vida sano a través de **servicios sociales adicionales**: un plan de alquiler de bicicletas y poder disponer de fruta durante las horas de trabajo son algunas de las iniciativas concretas que vamos a ofrecer a nuestros empleados en 2023.

MIRANDO
AL FUTURO

OBJETIVOS PARA 2023



8. Trabajo decente y crecimiento económico (continuación)

- Designar a una persona de confianza
- Reducir el trabajo infantil en los proveedores en países de riesgo
- Reducir los trabajos forzados en proveedores en países de riesgo
- El 70% de los proveedores está en Europa

En la organización designamos a una **persona de confianza**. También se establecen normas de comportamiento y conducta para los empleados para que todos se sientan seguros en el lugar de trabajo.

Para nosotros, un entorno de trabajo justo y seguro no sólo es importante dentro de la organización, sino también fuera de ella. En relación con los productos y servicios, en Global Products Group colaboramos con proveedores locales, nacionales e internacionales. Y ahí no hay lugar para la esclavitud moderna. Para poder garantizar esto queremos que en 2023 todos los proveedores de países de riesgo hayan leído y firmado el Código de Conducta y la Declaración de Esclavitud Moderna de Global Products Group. Qué países son países de riesgo se determina mediante el Verificador de Riesgos de RSE (MVO Risico Checker)⁷, desarrollado por MVO Nederland. Esta herramienta muestra los riesgos relacionados con el país seleccionado. En primer lugar nos centramos en los países en los que el **“Trabajo forzoso y la Trata de seres humanos”** y el **“Trabajo infantil”** suponen un riesgo y en los que, por tanto, estos problemas serán más críticos.

Por último, Global Products Group concede gran importancia a fomentar la economía local, tanto desde un **punto de vista social** como desde un **punto de vista ecológico**. Cuando la situación lo permite, siempre preferiremos colaborar con proveedores establecidos en Europa. De esta forma reducimos los kilómetros de transporte y los plazos de entrega, además de contribuir positivamente a la comunidad local. Para seguir mejorando, nuestro objetivo es trabajar con al menos un 70% de proveedores europeos en 2023.



12. Producción y consumo responsables

- Reducción de los residuos
- Reducción de los residuos de los productos conmemorativos

En Global Products Group trabajamos continuamente para un manejo responsable tanto en el uso como en la producción de bienes y recursos, centrándonos en la limitación de los residuos mediante la prevención, la reducción y el reciclado. Para 2023, Global Products Group quiere seguir reforzando la **separación de los residuos**. Por ejemplo, los residuos como vasos de papel, cartón, papel, envases de plástico y briks de bebidas, se separarán de los demás residuos. En ese el Departamento de Logística los residuos de envases y envoltorios se separan aún más, según los diferentes tipos de plástico, todos los cuales son procesados por la empresa de tratamiento de residuos Van Happen.

Puede que haya artículos que no tengan valor comercial cuando son rechazados debido a un defecto, daño o diferencia con respecto al modelo base. Pero esto no significa a priori que estos artículos deban ser depositados junto con los demás residuos. Hay numerosos proveedores que los reparan o los reutilizan o hay otros materiales que pueden ser reciclados fácilmente. Para poder convertir estos **flujos de residuos** en un nuevo valor, primero habrá que establecer un punto cero para cada grupo de productos, para que Global Products Group pueda vincularlo a objetivos específicos en el futuro.

MIRANDO
AL FUTURO

⁷ CSR Risk Check, <https://www.mvorisicochecker.nl/en/worldmap>

OBJETIVOS PARA 2023



12. Producción y consumo responsables (continuación)

- Embalajes alternativos para entregas de salida
- Declaraciones de intenciones de los principales interesados y prueba de las mismas
- Garantía del Código de Publicidad para anuncios y publicidad

En Global Products Group sabemos la enorme importancia que tiene el envío adecuado, rápido y correcto de los productos para el sector funerario. Para poder enviar productos sensibles como es debido se necesita un material de embalaje resistente y sólido. En 2023, Global Products Group investigará qué **opciones sustitutivas sostenibles** hay para el material de relleno de plástico de los paquetes de salida, utilizando plástico reciclado o material de relleno biodegradable.

También nos gusta poner a pensar a nuestra propia red: ¿Hasta qué punto somos una empresa sostenible? ¿Qué y cómo lo garantizamos y cómo lo aplicamos en la práctica? Preguntas que hemos trasladado a los principales interesados para que reflexionen. No para señalar con el dedo, sino para tomar conciencia, a fin de motivarnos mutuamente y generar un movimiento de cambio. Con estas partes interesadas, que son el núcleo de la red de GPG, compartiremos nuestras **declaraciones de intenciones** recogidas en el Código de Conducta, la Declaración de Esclavitud Moderna y el Código Medioambiental. De esta forma todos podremos actuar partiendo de una filosofía y valores comunes. Además, en 2023 queremos recibir de todas las partes una confirmación por escrito en relación con estas declaraciones de intenciones. Porque sólo con dedicación y compromiso tendrá sentido una política sostenible.

Sobre esta base, el Global Products Group elaborará un plan de actuación para conseguir **pruebas** uniformes. Un método que permita comprobar el cumplimiento de las condiciones establecidas en las cartas de intenciones.

La honestidad como punto de partida. Uno de los tres valores corporativos conforme a los cuales Global Products Group actúa y alinea sus políticas. Una auténtica integridad que impregna todas nuestras actividades y garantiza nuestra fiabilidad y credibilidad. Por eso también en 2023 nos preocupamos de que **ninguna** publicidad o anuncios de las empresas de Global Products Group **resulte engañosa**, ofensiva o contraria a la verdad. Para garantizarlo cumpliremos las normas de SRC⁸, el Código neerlandés de publicidad, para el diseño, la realización y la difusión de cualquier forma de publicidad.

MIRANDO
AL FUTURO

⁸ Stichting Reclame Code, <https://www.reclamecode.nl/english/>

OBJETIVOS PARA 2023



12. Producción y consumo responsables (continuación)

- Plan de Actuación – Redactar el Análisis del Ciclo de Vida
- Aplicar el Análisis del Ciclo de Vida a 3 proveedores
- Ahorro de energía del 2% entre los empleados

Como empresa reconocemos y asumimos nuestra responsabilidad de proteger el medioambiente. No solo en nuestro propio nombre, sino que también en nombre de nuestros empleados y clientes y las comunidades en las que operamos. También somos conscientes de que el proceso de mejora continua está ligado al compromiso de nuestros socios comerciales. Por ello, la política medioambiental de Global Products Group queda plasmada en nuestro Código Medioambiental. Pero no nos detenemos ahí. Porque ¿hasta qué punto son nuestros productos respetuosos con el medioambiente? La medición de los impactos medioambientales de los productos de Global Products Group es un proceso muy complejo que exige tener en cuenta numerosos factores. Para establecer una base para ello, en 2023 redactaremos un Plan de Actuación para el **Análisis del Ciclo de Vida (ACV)** por cada nivel de productos. Nos permitirá identificar con claridad los impactos de nuestra colección en el medioambiente. En principio nos limitaremos a un ciclo que va desde la producción hasta la eliminación de los residuos. Para mantener el enfoque en el punto clave del ciclo y para seguir dentro del ámbito del Nivel 3 de la Escala de Rendimiento de la RSE. Por otra parte, para antes de finales de 2023 tenemos previsto redactar el ACV de tres proveedores diferentes, lo que significa además que habremos iniciado este gran proyecto de forma concreta.

Desconectar el ordenador, apagar las luces, apagar la calefacción o, en verano, apagar el aire acondicionado, todas ellas son cosas obvias pero que quizá no se hagan tras una larga jornada laboral. En 2022 Global Products Group realizó un seguimiento del **consumo de energía** en las instalaciones de las empresas en términos de gas, agua y electricidad. Valores que se sitúan en la media de uso, o incluso por debajo de la misma. A pesar de este resultado, como empresa seguimos viendo margen de mejora. Por un lado, concienciando al personal, pero también invirtiendo en soluciones de ahorro energético que redunden en beneficio de las instalaciones de las empresas. A lo largo de 2023 nuestro objetivo es lograr un ahorro energético del 2% con respecto a 2022 mediante la exploración y el desarrollo de las opciones anteriores.



13. Acción por el clima

- Reducción de CO₂ de suministros entrantes

Global Products Group es muy consciente del impacto del cambio climático, por lo que lo largo de los años hemos querido incorporar nuevas medidas en nuestras estrategias y planificaciones. Como por ejemplo la agrupación de pedidos, la reutilización de los materiales de embalaje y el uso de materias primas puras para la producción.

Para poder adoptar medidas concretas en el futuro para reducir o compensar nuestra **huella de carbono**, en 2023 definiremos rutas de transporte fijas y calcularemos las emisiones de CO₂. Así las emisiones de Global Products Group podrán medirse y analizarse para los suministros entrantes, disponiendo así de un punto cero.

MIRANDO
AL FUTURO



MIRANDO
AL FUTURO

OBJETIVOS PARA 2023



16. Paz, justicia e instituciones sólidas

- Respetar los derechos de la población local
- Luchar contra la corrupción
- Comunicar la política de SRE

Como ya hemos mencionado antes, Global Products Group está comprometido con un entorno de trabajo justo y seguro, tanto dentro de nuestra propia empresa como por parte de los proveedores miembros. Mediante nuestro **Código Medioambiental** protegemos a la población local en los centros de producción de nuestros proveedores, centrándonos primero en los países de riesgo más críticos que aparecen en el Verificador de Riesgos de RSE (MVO Risico Checker)⁹. Esto nos distingue de los proveedores que consideran "Medioambiente y Entorno" un riesgo específico de cada país.

Sin paz, seguridad y justicia es prácticamente imposible el desarrollo. En ello la corrupción juega un papel importante. En nuestro **Código de Conducta** dedicamos una parte específica a la corrupción y los sobornos, para impedir tales prácticas en la red de Global Products Group. Para poder identificar en qué países del mundo la corrupción constituye un problema importante hemos consultado el índice 'Corruption Perceptions Index' de Transparency International. Un movimiento internacional que trabaja para acabar con la injusticia y la corrupción. Este año queremos conseguir que los proveedores de países con una puntuación del CPI¹⁰ inferior a 60 lean, entiendan y firmen el Código de Conducta para prevenir este tipo de actos y acciones dentro de nuestra red corporativa. Así creamos juntos un efecto dominó positivo en toda la cadena.

Con esta edición del **Informe Anual sobre RSE** de Global Products Group pasamos literalmente una nueva página en 2023. En los capítulos anteriores hemos esbozado y explicado la política de RSE que aplicamos. En la que la Escala de Rendimiento de la RSE nos proporciona las herramientas para aplicar una política concreta y sostenible, brindándonos la oportunidad perfecta para ser líderes en RSC en el sector funerario. Queremos presentar el informe de RSE anualmente. Cuando haya novedades, la información se actualizará en nuestro sitio web.

⁹ CSR Risk Check, <https://www.mvorisicochecker.nl/en/worldmap>

¹⁰ Transparency International, <https://www.transparency.org/en/cpi/2022>



INICIATIVAS SOCIALES

En Global Products Group no sólo somos críticos con nuestro propio papel en el mundo, sino que nos gusta ir más allá. Así, apoyamos varias iniciativas sociales locales, nacionales e internacionales que respaldamos por diversos medios. Con dinero, por ejemplo, pero también mediante servicios de apoyo y cobertura mediática del gran trabajo que estas a su vez realizan para el mundo.



DAR UNA OPORTUNIDAD A LOS NIÑOS DESFAVORECIDOS

"No creo que podamos cambiar el mundo, pero para los niños a los que ayudamos marcamos una enorme diferencia."

~ Rosalie Tiegas



THAI CHILD DEVELOPMENT FOUNDATION

Viajamos a Tailandia. A Paksong, para ser exactos. Una comunidad rural en medio de la selva tropical en las colinas de Phato, muy cerca de la localidad costera de Ranong. Allí, Rosalie Tiegas, Ingrid van der Straten e innumerables voluntarios locales atienden a cientos de niños que quedan fuera del sistema de atención y educación disponible, ayudándoles con becas, uniformes escolares, dinero para el almuerzo, cirugías, fisioterapia, alimentación por sonda, varios programas educativos y lo que haga falta. Muchas veces se trata de niños con discapacidades o problemas socioeconómicos.

El amor no tiene límites

"Hace casi 20 años fui enviada a Tailandia como voluntaria," comenta Rosalie, fundadora de la fundación Thai Child Development Foundation (TCDF), "y pude trabajar en innumerables proyectos maravillosos. Era un trabajo increíblemente gratificante, aunque muchas veces me di cuenta de que las cosas podían ser diferentes. Además, no solo me había enamorado del país y su gente, sino que también una persona me había robado el corazón. Razón más que suficiente para quedarme, por lo que, con el apoyo de Ingrid y algunos voluntarios tailandeses, puse en marcha la fundación. Porque aunque Tailandia se está desarrollando a un ritmo rápido, en general las oportunidades rurales son escasas."

¿Qué hace la fundación TCDF exactamente?

La fundación TCDF ayuda a niños con limitaciones físicas, de desarrollo o de aprendizaje, pero también a niños que crecen en la pobreza extrema o se enfrentan a problemas sociales. "Los profesores locales en las escuelas rurales son nuestros ojos y oídos," cuenta Rosalie. "Nos avisan si, por ejemplo, un niño no asiste a clase, no lleva comida o tiene moratones. Cuando recibimos un aviso de este tipo, un miembro de nuestro personal de atención domiciliaria empieza a trabajar, en estrecha consulta con las autoridades locales y los padres o cuidadores, para ver cómo podemos ofrecer una ayuda a medida. Puede ser apoyo en forma de ayuda al estudio, pero también atención médica o alojamiento temporal en casa de otra persona de la familia o la comunidad local."

De la pobreza a la universidad

La fundación prefiere no separar a los niños de su familia y hace todo lo posible para que crezcan en su propio entorno. En todos estos años sólo ha habido una excepción a esa regla, muy al principio. Rosalie: "Un monje me habló de Dau, una niña de dos años, y de su hermana pequeña. La madre hacía tiempo que había desaparecido y el padre había sido condenado a cadena perpetua y estaba en busca y captura. Una situación

calamitosa, sobre todo porque los niños se encontraban en una situación de abandono considerable. Dado que entonces todavía no teníamos nuestras fuertes redes en los pueblos y no pudimos encontrar un hogar de acogida, los acogí yo y les di cobijo en mi corazón. A lo largo de los años hemos ido reconstruyendo el contacto con la madre hasta llegar a la coparentalidad conmigo. Ahora Dau ya tiene 19 años, obtuvo la nota más alta de la clase al terminar sus estudios secundarios y ha empezado a estudiar Comercio Marítimo en la universidad. ¡De lo que me siento increíblemente orgullosa!"

¿Cómo puede ayudar a la fundación TCDF?

Por supuesto, las donaciones son siempre bienvenidas e incluso una pequeña cantidad puede suponer una diferencia esencial para un niño tailandés. La fundación siempre busca voluntarios que participen in situ o desde casa (online). Y por último, la fundación alquila pequeñas casas de vacaciones a orillas del río. Además de la impresionante naturaleza y jardines, hay playas desiertas y parques marinos nacionales a tiro de piedra. Se organizan numerosas actividades y excursiones, hay un restaurante y una tienda y diariamente se imparten clases de yoga y otros talleres. Todo lo recaudado se destina a la escuela para niños con dificultades de aprendizaje y a la formación profesional de jóvenes discapacitados. Y así la fundación podrá a su vez crear empleos justos para jóvenes discapacitados. Vacaciones con fines benéficos, por así decirlo, pero sin el terrible turismo de orfanato.





TODOS CON EL CORAZÓN SANO

"Realmente no es necesario masticar una zanahoria 24 horas al día para estar sano, pero es importante saber a qué prestar atención y qué hay que hacer"

~ Tessa Tertsch



LA FUNDACIÓN DEL CORAZÓN 'HARTSTICHTING'

Seis minutos. ¿Qué son seis minutos? Es el tiempo que dura un viaje de cuento de hadas en la atracción 'Droomvlucht', en el parque temático 'Efteling'. O de un viaje en tren de la estación central de Ámsterdam a la estación de Sloterdijk. Y lo que dura la canción 'Bohemian Rhapsody'. Pero sobre todo es el tiempo que resulta crucial en caso de una parada cardíaca, un ictus o un infarto de miocardio. Porque si en ese breve tiempo de 6 minutos se inicia la reanimación cardiopulmonar o se despliega un desfibrilador, las probabilidades de supervivencia aumentan considerablemente.

En los Países Bajos hay alrededor de 1,5 millones de personas que padecen enfermedades cardiovasculares crónicas. Y si no hacemos nada, a lo largo de los diez próximos años habrá medio millón de pacientes cardíacos más. Establecida en 1964, la fundación 'Hartstichting' tiene como objetivo prevenir las enfermedades cardiovasculares en el futuro y frenar su crecimiento.

Tener corazón para la causa 'Hart voor de zaak'

Una de las formas de apoyar a la fundación Hartstichting en su labor de salvar vidas es la asociación con 'Hart voor de Zaak'. "Así las empresas matan varios pájaros de un solo tiro", comenta Tessa Tertsch, Directora de Relaciones. "Por una parte, las empresas reivindican su compromiso social, pero también demuestran que quieren lo mejor para sus empleados, les apoyan en esta tarea y crean conciencia interna. Y como socio puedes incluso llegar a salvar vidas de verdad."

¿Qué hace 'Hart voor de Zaak' exactamente?

Como socio de 'Hart voor de Zaak', con una aportación mensual de unos 300 euros ayudará a mantener aún más corazones sanos y fuertes, al tiempo que animará a sus empleados que cuiden el suyo. Por ejemplo, con un entorno de trabajo libre de humos y un kit de vitalidad para los empleados o con información y actividades para llevar un estilo de vida cardiosaludable. Con el Chequeo Médico Personal y los tensiómetros o las lecturas de la tensión arterial in situ, se anima a los empleados a que sepan más sobre su corazón y, por tanto, sobre el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares. Pero también mediante un cursillo de reanimación cardiopulmonar para los empleados y un desfibrilador externo automático en las instalaciones de la empresa, para que, como 'voluntarios de primera respuesta (burgerhulpverleners)', puedan prestar ayuda rápida cuando cada minuto cuenta.

Aún queda un 39%

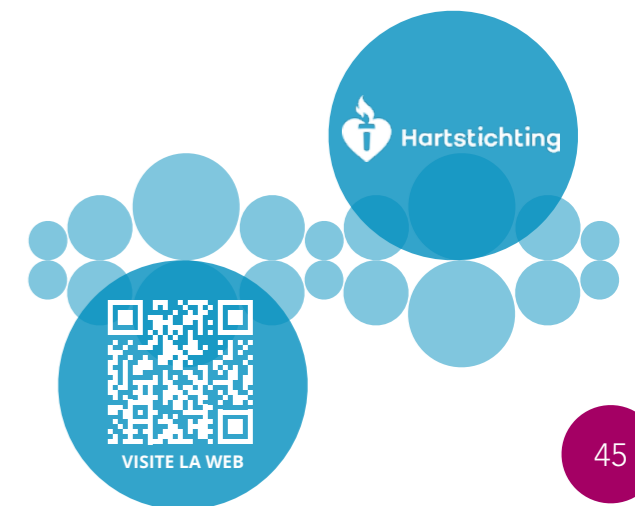
"Sin duda, esto último es importante", continúa Tessa. "Actualmente el 61% de los Países Bajos es 'zona de cobertura en 6 minutos', lo que significa que en casi las dos terceras partes del país en cuestión de 6 minutos como máximo se

puede ofrecer ayuda en caso de una parada cardíaca. Allí existe un sistema de llamadas activo que, tras llamar al 112 a través del sistema nacional de llamadas de reanimación cardiopulmonar HartslagNu, envía automáticamente mensajes a las personas capacitadas para la reanimación que se encuentran en la zona de la víctima, los llamados "voluntarios de primera respuesta" (burgerhulpverleners). ¿Hay suficientes desfibriladores disponibles y, lo que es más importante, que sean accesibles? Porque un desfibrilador colgado en el vestíbulo de una empresa o tras las puertas de un local comercial no sirve de nada fuera del horario de oficina."

"Todos con el corazón sano. Este es el sueño de la fundación 'Hartstichting'. Desde ya hace más de 55 años invertimos en investigación e innovación en el ámbito de la prevención y la asistencia. Pero para nosotros es igual de importante ayudar a que los neerlandeses conozcan bien su corazón y cómo cuidarlo. Así evitamos que se conviertan en pacientes cardíacos o que sufran innecesariamente enfermedades del corazón o fallezcan", afirma Tessa.

¿Cómo puede apoyar a la fundación 'Hartstichting'?

Hágase socio de 'Hart voor de Zaak' y Vd. decide el destino de su donación. Naturalmente cualquier nuevo voluntario es más que bienvenido, al igual que los desfibriladores. Por eso, ¿tiene corazón para la causa? Descubra cómo puede participar y contribuir a la causa en hartstichting.nl/hartvoordezaak, porque todo el mundo tiene derecho a un corazón sano.





MARCAR LA DIFERENCIA CON MOMENTOS DE FELICIDAD

"Me he tenido que fracturar el cuello para darme cuenta de lo que es realmente importante en la vida y por eso aconsejo a los demás que empiecen un poco antes."

~ Jaap Bressers



LA FUNDACIÓN 'CARLOSMOMENTJES'

Lo que empezó como un refrescante baño en un soleado día de verano en Albufeira, acabó en la más absoluta soledad y en un estado de pánico en la UCI de un hospital de un país desconocido. Esto es lo que le pasó a Jaap Bressers. Solo tenía 21 años, pero ya con un futuro brillante ante sí. Un futuro que se vio truncado con un solo crujido de su cuello. El diagnóstico fue una lesión medular profunda y Jaap quedó en estado de parálisis desde la altura del pecho.

¿Pero qué tiene que ver todo ello con la fundación 'Carlosmomentjes'? "Absolutamente todo", comenta Jaap. "Porque de pronto, durante el turno de noche y mi enésimo ataque de pánico, ahí estaba el hermano Carlos. Él supo evaluar la situación, se acercó a mí, me puso la mano en el hombro y me dijo: "It's okay". Ese momento cambió mi vida. Y me dio justo el empujón que necesitaba para darme cuenta de que seguía vivo."

En cada uno de nosotros hay un Carlos

Diez años después, Jaap se atreve a llamar a su salvador para darle las gracias. Para Carlos era sólo su trabajo, pero sólo entonces se dio cuenta de que aquel "simple gesto" había sido de importancia vital para Jaap. Y así, 'Carlosmomentjes' se convirtió en realidad. Y lo mejor es que ¡cualquiera puede hacerlo! Algo muy sencillo y cada uno a su manera, porque en cada persona hay un hermano Carlos.

¿Qué hacen Jaap y su fundación exactamente?

Mejor preguntar: ¿qué es lo que NO hacen? Jaap se ha convertido en un conferenciante e inspirador muy solicitado. Ha creado una red de inspiración para emprendedores, ha desarrollado lecciones de felicidad para las escuelas primarias y tiene en su haber dos libros de éxito, parte de cuyos beneficios se destina a plantar árboles. Regala vacaciones en la Casa Carlos (Carloshuis) a personas sin recursos y pone a personas entrañables en el centro de atención con flores y un verdadero premio al cariño. También anima a la gente a que sean ellos mismos que marquen la diferencia para otra persona, compartiendo ejemplos magníficos a través de su propia aplicación especial para la felicidad. Con la app las personas comparten y se animan mutuamente a realizar acciones sencillas y valiosas. Y el impacto sigue creciendo.

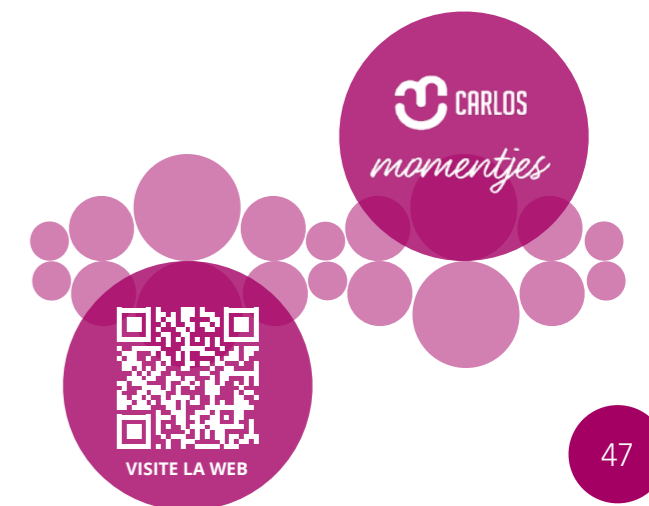
Hacer el bien significa multiplicar

Superhéroes, una app y algo fresco. Estos son solo tres ejemplos de momentos felices que se han compartido en su plataforma y que se multiplican. Por ejemplo, Mieke, que en un día de mucho calor invitó al cartero a un helado de color rosa. O Fleur, que envió un mensaje dándole ánimo a un compañero de clase que había perdido a su abuelo. Y los limpiadores de los cristales del hospital infantil de Utrecht que actualmente trabajan vestidos de superhéroes, provocando un montón de caritas felices. Hacer el bien no es tan difícil y un pequeño gesto produce una gran felicidad. Además, teniendo en cuenta que las cosas negativas requieren tres veces más atención que las positivas, ¡ya sabe lo que tiene que hacer!

¿Cómo puede ayudar a 'Carlosmomentjes'?

Aunque la fundación no es una organización con ánimo de lucro, sí tiene grandes ambiciones y cualquier contribución a tal fin es más que bienvenida. Todo lo recaudado se destina a la fundación y en la web carlosmomentjes.nl/ikwilhelpen se detallan todas las opciones. Por tanto, no deje de visitar la web y encuentre toda la información que busca.

Algo que también puede hacer es proporcionar un momento de felicidad a su vecino, su madre, su tía, su dentista o su cartero o simplemente sonreírles. Y no olvide descargar la app gratuita de la felicidad para aportar la necesaria dosis de positividad a su vida.





AYUDAR A LOS ANIMALES ABANDONADOS EN EL MUNDO

"Solo en los Países Bajos y en la Ciudad del Vaticano no hay perros vagabundos. Pero en el resto de los países son numerosísimos."

~ Hanno Berger



LA FUNDACIÓN 'STICHTING DIERENNOOD'

Septiembre de 2009. Hanno Berger trabajaba como directivo del sector turístico y en aquel momento estaba viajando con un gran grupo de incentivos por Indonesia. Estaban comiendo fuera en una terraza del hotel cuando de repente oyeron un terrible aullido de perro. El sonido fue desgarrador y Hanno y algunos otros corrieron al lugar de los hechos. Lo que se encontraron allí es demasiado horrible para describirlo aquí. Y fue en ese momento cuando algo se quebró en Hanno.

"De vuelta a casa en los Países Bajos la imagen seguía atormentándome", comenta Hanno. "Era incapaz de comprender cómo el ser humano podía infligir tanto sufrimiento a otro ser vivo. Y quería hacer algo: ¡dedicar el resto de mi vida a ayudar a los animales abandonados! Pero no sin consultar a mi, ya fallecida, esposa Stephanie. Ella me dio su bendición, pero tuve que prometerle que crearía mi propia fundación para ayudar estructuralmente a los animales abandonados sin ninguna remuneración." Y eso es lo que pasó. Hanno dejó su puesto de alto ejecutivo, Stephanie trabajaría para ganar el sustento, se despidieron del coche y desde ese momento las vacaciones, los cines y salir a comer o cenar pasaron a la historia."

De una vida de lujos a otro tipo de riqueza

Para poder hacerse una idea de la situación, lo primero que hizo Hanno fue visitar decenas de asilos locales en Europa. Desde España y Portugal hasta Ucrania y Hungría. En todas partes la respuesta a su pregunta de cuáles eran las necesidades más acuciantes, fue inequívoca: lo que más necesitaban era esterilizaciones. Hanno: "Al volver a casa me puse enseguida en contacto con las facultades de Veterinaria de las universidades de Utrecht y Gante. Y en menos de seis meses, los primeros estudiantes se pusieron en camino para ayudar a los veterinarios locales con la esterilización y castración. Lo que con el tiempo se ha convertido en entre 5.000 y 6.000 intervenciones anuales."

¿Qué hacen Hanno y los numerosos voluntarios exactamente?

La fundación 'Dierenood' se basa en tres pilares. Por supuesto, la primera es la esterilización y castración de gatos y perros para intentar paliar el problema de los animales vagabundos. En segundo lugar, la fundación apoya, tanto económica como moralmente, a personas cuidadoras de animales rigurosamente seleccionadas para que puedan prestar ayuda de emergencia. Por ejemplo, a animales que hayan sido atropellados intencionadamente o que de

cualquier otra forma sean víctimas de la crueldad del ser humano o de accidentes. Y el tercer pilar es la educación para niños de 8 a 12 años sobre el respeto por los animales. Sobre todo en el sur y el este de Europa, el equipo principal de la fundación está trabajando muy duro en ello.

Una de las varias historias de éxito: Conozca a Sasha de Serbia. Tiene más perros que todos los asilos de los Países Bajos juntos, más de 800. Que necesitan sobre todo comida. Preferiblemente comida nutritiva para aumentar sus defensas, lo que es muy necesario con temperaturas de 20 grados bajo cero en invierno. En 2020 se puso en marcha una acción de ayuda para el asilo y que ahora se va a repetir. Sencillamente porque es necesario. Y porque las palabras de Sasha han quedado grabadas en la memoria de muchas personas: "Por primera vez desde que existe este asilo, este invierno no ha muerto ni un solo perro por desnutrición ..." ¡Para eso lo hacemos, Sasha!

¿Cómo puede ayudar a la Fundación 'Dierenood'?

En realidad se trata simplemente de euros o dólares y todo con lo que la fundación pueda pagar comida nutritiva, cuidados médicos, esterilizaciones, castraciones, refugio e instalaciones. Para que la ayuda resulte más concreta hemos puesto en marcha acciones mensuales, que se describen en la web en 10 idiomas diferentes. Cada donante se menciona con su nombre (o de forma anónima) y cada semana se ofrece información actualizada sobre cada proyecto de ayuda. Transparencia total y 100% para los animales, de eso se trata. Bonito, ¿verdad?





AYUDAR A LAS PERSONAS NECESITADAS

"Todos podemos contribuir en mayor o menor medida a esta buena obra, a nuestra manera y con arreglo a nuestras propias fuerzas."

– Henry Dunant

LA CRUZ ROJA

Lo que hace 160 años comenzó como el sueño de un solo hombre, a lo largo del último siglo y medio se ha ido convirtiendo en la mayor organización de ayuda humanitaria del mundo. Con sus casi cien millones de socios, voluntarios y simpatizantes y representaciones en 192 países, la Cruz Roja auxilia a las víctimas de catástrofes naturales, pandemias, conflictos y otras emergencias, a lo que también contribuye Cruz Roja Española.

En cuestiones humanitarias España siempre ha estado en primera línea. No en vano España fue el séptimo país en firmar la primera Convención de Ginebra, redactada en 1864 por iniciativa del fundador de la Cruz Roja, Henry Dunant. Seis años más tarde, la Cruz Roja entró en acción por primera vez, prestando ayuda humanitaria en la guerra franco-prusiana. Y en 1872 actuó por primera vez de forma independiente en la Tercera Guerra Carlista.

¿Qué hace la Cruz Roja?

Aunque mucho ha cambiado desde los primeros años, los principios básicos siguen firmemente arraigados en la organización. Los conceptos de humanidad, neutralidad, imparcialidad, independencia, voluntariedad, unidad y generalidad son fundamentales y forman la base de todo lo que hace la Cruz Roja. Ya se trata de asistencia en un terremoto, un huracán o los incendios forestales que no hace mucho asolaron el país. O de la lucha contra la pobreza, la acogida de refugiados, el fomento de la igualdad en el trabajo o la lucha contra la discriminación.

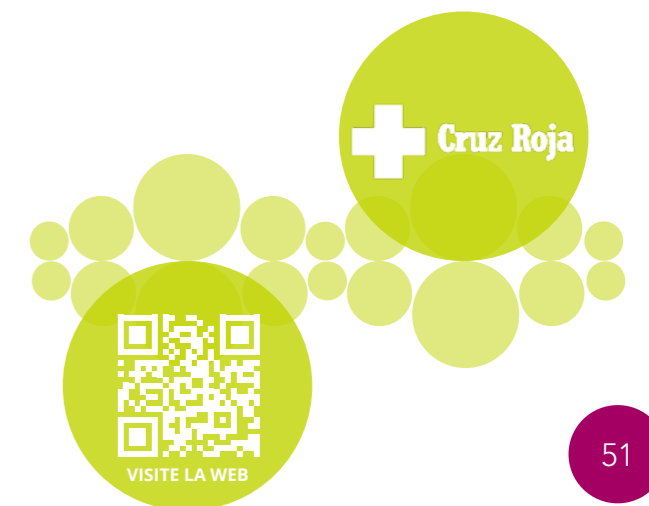
Un ejemplo destacado lo constituye la ayuda a la población nacional en 2012. A raíz de la crisis económica, casi el 22% de los españoles vivía por debajo del umbral de la pobreza, con menos de 630 euros al mes. También el paro aumentó de forma significativa, lo que resultó en un gran número de familias sin ningún tipo de ingresos. La Cruz Roja acabó ayudando a estas víctimas de la crisis con alimentos, ropa, pañales y material escolar. Pero también se destinó dinero a proporcionar alojamiento a personas sin hogar o a jóvenes sin ingresos.

70.000 voluntarios, 20 millones de acciones

Uno de los ejemplos más conocidos ha sido la ayuda prestada durante la crisis del COVID19. Al principio de la pandemia la Cruz Roja puso en marcha una acción llamada 'Plan Cruz Roja RESPONDE' para ayudar a las personas afectadas en todo el mundo. Con la colaboración de más de 70.000 voluntarios y la ayuda de numerosas organizaciones, se realizaron nada menos que 20 millones de acciones. Acciones de vacunación, pruebas, ayuda médica, transporte de pacientes y material de socorro, así como de prevención y educación.

¿Cómo puede ayudar a la Cruz Roja?

Ya sea la Cruz Roja en España o el 'Rode Kruis' en los Países Bajos: Vd. decide el importe que dona, aporta o patrocina, y Vd. decide también a qué acción quieres destinar tu donativo. Naturalmente, todo nuevo voluntario es más que bienvenido. Por eso le pedimos que eche un vistazo a la web de la Cruz Roja de su país, porque a nivel mundial aún queda muchísimo por hacer.



CAUSAS NOBLES

En las páginas anteriores le hemos presentado nuestros cinco pilares. Por otra parte, Global Products Group también apoya, de forma más limitada, a las siguientes iniciativas sociales:

Empresa Amiga de la Sociedad holandesa de lucha contra el cáncer 'KWF Kankerbestrijding'



Como parte de Global Products Group, Funeral Products es una Empresa Amiga de la fundación 'KWF Kankerbestrijding'. Con nuestra contribución apoyamos la investigación científica y ayudamos a los científicos en su avance hacia más conocimientos, nuevos éxitos y mejores tratamientos. Además, con ello abogamos por una mejor calidad de vida para las personas que padecen o han padecido esta terrible enfermedad.

<https://www.kwf.nl/en/english>

La Fundación 'Article 25'



La fundación 'Article 25' nació del amor por las personas con demencia. La misión de la fundación consiste en generar a nivel mundial conciencia sobre las personas con demencia, verlas y tratarlas como seres humanos iguales y proporcionarles un buen nivel de vida.

<https://article25foundation.com>

El Ejército de Salvación



El Ejército de Salvación ofrece a las personas que están solas un lugar donde son acogidas con los brazos abiertos. Personas vulnerables que podrían vivir en tu misma calle. Como Hans (59), por ejemplo, que perdió su trabajo en la empresa ICT por depresión, quedándose al final sin casa. Tras un largo camino, por fin ha conseguido encauzar su vida. Ahora trabaja como voluntario en el centro comunitario de Rotterdam y se siente más feliz que nunca.

<https://www.ejercitodesalvacion.org/>

TENER EN CUENTA
EL MUNDO QUE
NOS RODEA

"Be the change you want to see in the world."
~ Gandhi



¿LA ÚLTIMA
PALABRA O
SÓLO EL PRINCIPIO?

EL CAMINO A SEGUIR

La filosofía de 1 persona traducida a 3 empresas con un total de más de 15 años de historia. Más de 2000 productos como resultado de un trabajo duro y 25 proveedores que contribuyen a ello. Cinco pilares y numerosas iniciativas sociales de menor envergadura que merecen nuestra atención. Porque son importantes para nosotros. ¡Pero queremos más, queremos llegar más lejos, ser más inteligentes y mejores!

“31 temas de la Escala de Rendimiento de RSE, 17 ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) y 169 ‘targets’ asociados conforman el siguiente paso.”

¿Y Vd.? ¿Qué hace? ¿Cómo da forma a la sostenibilidad? Se dice que el ejemplo crea escuela. Por tanto, esperamos haber podido ser una fuente de inspiración para las funciones y responsabilidades de Vd. Quizás este Informe de RSE sean el principio. Conviértalo en algo bonito. Para Vd. mismo, para esos miles de millones de personas que habitan nuestro mundo y por este planeta único.



Global Products Group

Industrieweg 10-12

5627 BS Eindhoven

Países Bajos

Tel. +31 (0) 40 248 50 60

Fax +31 (0) 40 248 28 80

www.globalproductsgroup.eu

info@globalproductsgroup.eu



Global Products Group

globally responsible

