

Memoria de Sostenibilidad 2021

Diseños Tapizados Muñoz S.L.U.





En 1992 nacimos con un sueño. Nacimos con el sueño de mejorar la calidad de vida de las personas en su espacio máspreciado, de trabajar para que disfruten del uso frecuente de nuestros sofás y de su mantenimiento.

Por suerte, tenemos el gran lujo de afrontar ese reto amando lo que hacemos, de sentir una profunda pasión por la creación artesanal, por la confección esmerada y detenida que se dedica a las cosas que importan, por recrearnos en cada detalle de un sofá bien hecho.

¿Pero cómo se da forma a un sueño? Cocinamos a fuego lento diseños intemporales y revitalizables. Fabricamos piezas con un alma duradera y el mínimo impacto medioambiental. Enfundamos calidad de vida mediterránea con cada sofá confeccionado en nuestra fábrica de València.

Porque en 1992 nacimos con un sueño y 30 años más tarde seguimos trabajando para estar un poco más cerca de alcanzarlo.

Índice

Carta del CEO	05
CONOCE KOO	06
• VISION, MISION, VALORES	08
• LA CADENA DE VALOR DE KOO	09
• KOO POR DENTRO	10
• Estructura y gobernanza	10
• Gestión del riesgo	10
• Empleados	11
• Descripción de proceso productivo, instalaciones	11
• Productos	12
KOO EN EL MUNDO	15
• CADENA DE SUMINISTRO	15
• MERCADOS	15
• CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN 2021	16
• ASOCIACIONES E INICIATIVAS EXTERNAS	16
GRUPOS DE INTERÉS	17
ANÁLISIS DE MATERIALIDAD	19
TEMAS MATERIALES ECONÓMICOS	21
• E1. VIABILIDAD Y CRECIMIENTO DEL NEGOCIO	21
• E2. IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS, PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN Y SUMINISTRO	21
• Prácticas de suministro (a clientes)	21
• Prácticas de adquisición (a proveedores)	24
• Impactos económicos indirectos	24
• E3. COMPETENCIA DESLEAL	24
TEMAS MATERIALES AMBIENTALES	25
• A1. EXTENSIÓN DE LA VIDA ÚTIL Y REDUCCIÓN DE RESIDUOS GENERADOS POR EL PRODUCTO EN SU FIN DE VIDA	25
• A2. MATERIALES DE MENOR IMPACTO AMBIENTAL Y EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES	27
• A3. RESIDUOS GENERADOS EN PLANTA	28
• A4. ELECTRICIDAD CONSUMIDA POR LA ORGANIZACIÓN Y EMISIONES INDIRECTAS ASOCIADAS	28
TEMAS MATERIALES SOCIALES	29
• S1. MARKETING Y COMUNICACIÓN	29
• S2. INFORMACIÓN Y ETIQUETADO DE PRODUCTO	29
• S3. SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES: CUMPLIMIENTO NORMATIVO, ERGONOMÍA Y CONFORT	30
• S4. SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	31
• S5. RELACIONES TRABAJADOR - EMPRESA	31
ACERCA DE LA MEMORIA	32
• DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA	32
• FUENTES DOCUMENTALES	32
• ENTIDADES EN LOS ESTADOS FINANCIEROS	32
• LA MEMORIA	33
• VERIFICACIÓN	33
TABLA DE CONTENIDOS GRI	35

Carta del CEO

En KOO International nos identificamos como una empresa altamente comprometida con la naturaleza y las personas: es nuestra responsabilidad reducir el impacto de nuestra actividad en el planeta, ofreciendo productos que permitan largas y múltiples vidas, reteniéndolos en nuestra economía el máximo tiempo posible y evitando que acaben en los vertederos al poco tiempo.

Para ello, nos damos cuenta de que tenemos que hacer un producto extremadamente duradero, con un diseño intemporal y revitalizable y ofrecer servicios para cuidar y mantener nuestros productos, algo que refuerza nuestra relación con nuestros clientes, aunque no solo con ellos.

Somos conscientes de que nuestro compromiso tiene implicaciones para todos los *stakeholders* y establece nuevas perspectivas para muchos de ellos. Por una parte, nuestros clientes se benefician de hacer una inversión inteligente en un sofá lleno de posibilidades, cuya razón de ser es ofrecer el mejor rendimiento posible para dejar eliminar de la mente de su dueño cualquier deseo de volver a adquirir otro y generar nuevos recursos. La relación con nuestros proveedores también adquiere un nuevo cariz, y es que establecemos rígidos estándares de calidad que garanticen la durabilidad y reparabilidad de nuestro producto, favorecemos las compras verdes y comenzamos a plantear políticas de recircularización de residuos.

Asimismo, nuestro compromiso tiene un impacto social y económico en nuestros empleados, ya que este está destinado a generar riqueza y oportunidades e incluye el bienestar de nuestros propios trabajadores. Por último, nuestro compro-



misio también tiene un efecto en la gestión pública y en último término en la propia empresa como ente, ya que entendemos que con las prácticas circulares estamos generando una mayor penetración en los nichos de mercado objetivos, un aumento de nuestra cuota y por tanto un beneficio económico.

¿Qué ansía KOO con todo esto? KOO es una empresa comprometida hoy que busca ser una empresa activa mañana y convertirse en una organización robusta y totalmente circular en el futuro. Como punto de partida para conseguir esta máxima, hemos lanzado CIRKOOLAR, nuestro programa de servicios y acciones que favorecen la economía circular. Este se basa en cuatro grandes pilares: ecodiseño y sostenibilidad de materiales, servicios de *restyling*, servicios de reconfiguración y servicios de reparabilidad y mantenimiento.

En 2021, nos encontramos en una fase incipiente del proyecto, en la que estamos realizando acciones para identificar el *go-to-market* del proyecto. Hasta ahora, habíamos planteado una canalización del proyecto a través de canales digitales, sin embargo esto ha resultado un fracaso y hemos pivotado hacia canales tradicionales y *offline*, con un apoyo digital, pero con la venta concentrada en los canales físicos.

Nuestra meta es convertirnos en uno de los *players* cruciales en nuestro sector, claramente identificados como la empresa española líder en la fabricación de sofás circulares.

¡Bienvenidos al confort consciente!

¡Muchas gracias!

Conoce
KOO



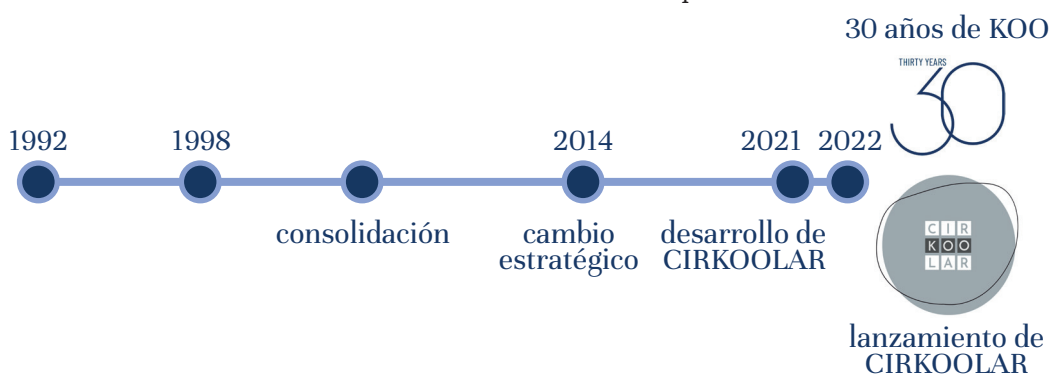


Historia, Marcas (KOO y Cirkoolar) y Ubicación

En 1992 nace **Diseños Tapizados Muñoz S.L.U.**, de la mano de Antonio Muñoz con el objetivo de canalizar la técnica y vocación propias y convertirlas en diseño y confort coherente y crece hasta acabar en su único centro productivo, una gran nave en Silla con 10.000 m² ubicada en la Av. Espioca, 128.

En 1998 nace **KOO International**, una marca global con carácter e identidad propias, enfocada a un público cosmopolita, internacional, con una acusada preocupación por el diseño, pero que en ningún caso desea renunciar al confort: el sofá debe ser “vivido” y “vivable”.

Durante los siguientes años KOO se consolida como referente en el mercado nacional es el inicio de éxitos en mercados europeos.



Durante 2021 se ha mejorado la gestión interna y preparado el programa CIRKOOLAR, una serie de servicios asociados a la extensión de la vida útil del sofá.

Todo ello culmina con nuevos planes de expansión en contract y mercados internacionales construyendo una red de agentes y distribuidores apropiada para la venta de nuestro producto, y en el lanzamiento en 2022 de CIRKOOLAR, la apuesta de KOO por la economía circular.

Misión:

Creamos sofás de alto valor y confort, haciendo que las personas disfruten con su uso frecuente y mantenimiento.

Visión:

Mejorar la calidad de vida de las personas en entornos hábitat a través de la innovación y el respeto ambiental.

Valores:



Código de Conducta

Aunque no está recogido en ningún documento, el código de conducta ético de KOO está basado en:

Respeto por los derechos humanos:

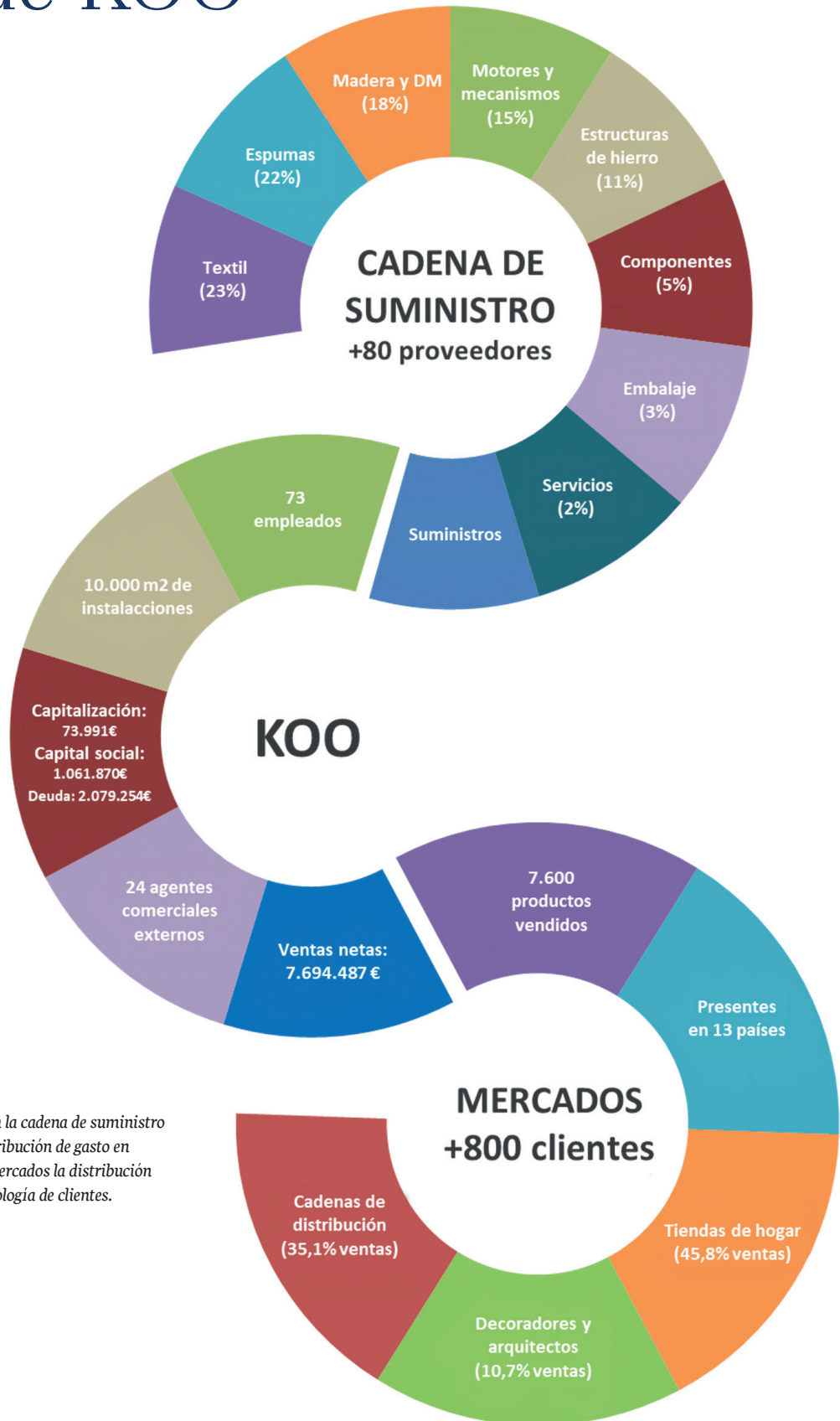
- Ambiente laboral que proteja la dignidad de las personas, evitando la discriminación y promoviendo la igualdad.
- Cuidado de la salud y seguridad de los trabajadores, que hacemos extensible a al usuario del producto.

Comunicación abierta que promueve la cooperación:

- Apoyamos el desarrollo profesional de nuestros empleados así como promovemos la innovación y mejora continua en nuestros proveedores y clientes reforzando en la medida de lo posible la economía local.

Visión,
Misión,
Valores

La Cadena de Valor de KOO

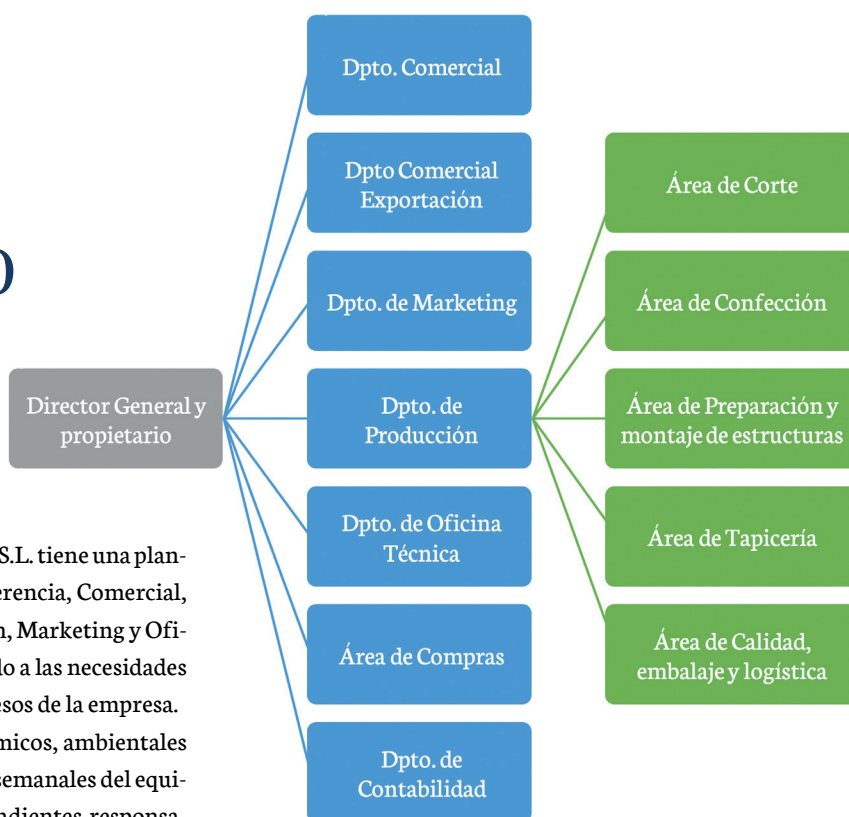


Los valores de % en la cadena de suministro representan la distribución de gasto en proveedores y en mercados la distribución de ingresos por tipología de clientes.

KOO por dentro

Estructura y gobernanza

Desde el punto de vista organizativo DTMS.L. tiene una plantilla de 76 trabajadores, con siete áreas: Gerencia, Comercial, Fabricación, Administración, Exportación, Marketing y Oficina Técnica. Esta estructura ha respondido a las necesidades que han planteado los objetivos y los procesos de la empresa. La toma de decisiones sobre temas económicos, ambientales y sociales se realiza durante las reuniones semanales del equipo directivo compuesto por los correspondientes responsables de estas áreas.



Gestión del riesgo

A nivel estratégico evaluamos el contexto de la organización, estudiando debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa (DAFO) y relacionándolos con los grupos de interés identificados. Este conocimiento profundo de las capacidades de la empresa y el entorno nos permiten llevar a cabo un análisis y aplicación del principio de precaución tanto en nuestras propias operaciones como en los productos o servicios ofertados.

El principio de precaución se utiliza de manera general en la planificación de las operaciones de la empresa, como es la adquisición de nuevo equipamiento o la presentación de ofertas a clientes.

Respecto al producto, desde la presentación de ofertas de proyectos para clientes hasta la entrega final, todos los departamentos implicados consideran las necesidades y requisitos aportados por el cliente, evalúan los riesgos incluyendo

aquellos de carácter ambiental a través del ecodiseño no sólo de nuestros productos sino de nuestro modelo de negocio, alineándonos con las estrategias de economía circular.

Además de considerar las repercusiones económicas, aspectos logísticos, disponibilidad de materiales, capacidad técnica de la organización, seguridad y salud de los trabajadores, se tiene en cuenta los aspectos ambientales de nuestras actividades.

En relación con cada una de las medidas planteadas desde la comunicación con los clientes hasta la selección de materiales de menor impacto ambiental, generación de residuos tanto en nuestra producción como del producto en su fin de vida, extensión de la vida útil a través de la durabilidad y oferta de servicios adicionales (garantía extendida, retapizado) etc., se identifican, evalúan y analizan los riesgos, formulando, si es necesario, las acciones preventivas correspondientes y valorándose en la toma de decisiones estratégicas.

Empleados

Según el registro de la asesoría laboral de KOO, además de su CEO, Antonio Muñoz, el equipo humano de Diseños Tapizados Muñoz estaba formado por un total de 73 trabajadores (41 hombres y 32 mujeres), todos ellos con contrato permanente a jornada completa (excepto una mujer con reducción de jornada a 6h). Todos ellos están cubiertos por el convenio colectivo de la madera, carpintería, muebles y afines.

Durante 2021 se ha jubilado una mujer.

Además KOO cuenta con 24 personas subcontratadas cuya función es la de agentes comerciales (18 de ellos en el mercado nacional y 5 en las diversas áreas de exportación). Estas personas no están directamente en la plantilla de KOO sino que son agentes comerciales que trabajan a comisión. Actualmente estamos ampliando en el ámbito internacional nuestra red de agentes.



Descripción de proceso productivo, instalaciones

Fabricamos sofás y butacas de alto valor y confort con el esmero, la proyección y las técnicas de confección artesana empleadas en la sastrería.

1 Recepción de pedido y análisis interno

El equipo comercial recibe el pedido, lo revisa con el cliente y lo introduce en el sistema, clasificándolo según se trate de un pedido especial o estándar. En caso de ser especial pasa a Oficina Técnica para ser tratado, mientras que si es estándar pasa directamente a fabricación. En esta fase se ofrece al cliente un plazo de entrega estimado, una cotización concreta y un apoyo comercial.

2 Aprovisionamiento de materiales y lanzamiento a fabricación

En esta área se calculan los plazos de aprovisionamiento de los productos de máxima rotación en base a estimaciones y se realizan los pedidos concretos a proveedores. Puede verse modificada la fecha de entrega.

3 Sección de corte y confección

Se reciben los tejidos del pedido y se cortan en base a los patrones. Se hacen los análisis pertinentes en el caso de que se trabajara con una tela de fuera de nuestro catálogo. A continuación, los trozos de tela se cosen por una única costurera con los parámetros indicados en el pedido.

4 Sección de montaje de estructuras y preparación

Se montan las estructuras de los productos utilizando las materias primas recibidas del proveedor, dejando la pieza preparada a falta del tapizado.

5 Sección de tapizado

Se enfundan los módulos del sofá y este se monta dejando la composición totalmente terminada, tal y como se vería en casa del cliente.

6 Revisión de calidad, embalaje y logística de entrega

Se revisa el producto terminado en base a los checks de calidad previamente establecidos. Si el producto no supera el test de calidad se devuelve a la sección donde se haya producido la incidencia. También se tratan reclamaciones de pedidos devueltos por incidencias, reparaciones, etc. Cuando el producto pasa el control de calidad, se embala en cajas de cartón y se prepara para cargar y enviar.

Productos:



Línea Home Cinema

La magia del celuloide en casa. Producto tecnológico con posibilidad de incorporar gadgets como un posavasos con o sin refrigeración, retroiluminación led, una app para controlar y guardar la posición de sentada favorita del usuario, etc. Posibilidad de integrar sistemas domóticos.



Sofás fijos

La elegancia y robustez de la simplicidad. Opciones de sofá para todos los precios, siempre cuidando la calidad y durabilidad.

Sofás de profundidad regulable

Tú eliges. Para adaptarse a cualquier persona y espacio, para todos tus momentos.



Sofás Relax

Máxima expresión de confort, tecnología y máxima configuración.



Butacas

Porque no te gusta compartir... Para adaptarse a cualquier persona y espacio, para todos tus momentos.



Los productos KOO superan los requisitos técnicos exigidos al mobiliario destinado al uso público severo (como hoteles, centros comerciales, etc.), por lo que su durabilidad en entornos domésticos está garantizada a largo plazo.

Tapizados:



HIGIENIZABLES

Tejidos que permiten una limpieza profunda pulverizando una solución de 80% de agua y 20% lejía.

RECICLADOS

Tejidos fabricados con 100% PET reciclado de botellas de plástico recuperadas de playas europeas. Por una economía cirkoolar.



NATURALES

Tejidos con componentes naturales para un acabado rústico y eco. Tejidos: lino, lana, algodón y mezclas con viscosa.



SMART

Tejidos sintéticos con tratamientos inteligentes:

- Antimanchas: Fácil limpieza de manchas con agua tibia y jabón o en lavadora. (AcquaClean, EasyClean)
- SafeFront/ Performance: Retarda la actividad vírica, bacteriana y de ácaros. Se limpian con agua y alcohol.
- Higienizables con lejía: Tejidos que permiten una limpieza profunda pulverizando una solución de 80% de agua y 20% lejía.
- Ultraduraderos: tejidos sintéticos que mantenemos en nuestro catálogo debido a su altísima durabilidad y prestaciones



Servicios:

Fruto de nuestro programa CIRKOOLAR, nuestro proyecto de innovación para convertirnos en un modelo de negocio dentro de la filosofía de la economía circular, se han creado los siguientes servicios pensados para alargar la vida útil del mueble y la satisfacción y calidad de vida de los usuarios:

- Servicio de retapizado.
- Servicio de garantía extendida.
- Reparaciones fuera de garantía.

Cadena de Suministro

La cadena de suministro de KOO está formada por los siguientes agentes clave: proveedores de materiales y componentes, proveedores de suministros operativos (electricidad, agua corriente, comunicaciones) y los proveedores de servicios (diseñadores de producto, mantenimiento del ERP,

configurador, material de marketing (catálogos, muestrarios, videos, etc.). La siguiente tabla muestra la tipología de proveedores, su número y su ubicación geográfica (local, Comunidad Valenciana, nacional o Europa), y el % de gasto que representaron en 2021.

Tipo de proveedor	Nº	Ubicación	Gasto €	Gasto en %
Madera y DM	10	Provincia de Valencia	800.437,83€	18%
Estructuras de hierro	3	Provincia de Valencia	472.538,23€	11%
Textiles (tapizados, cinchas)	38	Valencia, Alcoy, Terrasa, Bruselas, Eindhoven, París	1.022.155,10€	23%
Espumas	8	Provincia de Valencia	955.658,97€	22%
Motores y mecanismos	1	Italia	675.201,29€	15%
Componentes	16	Valencia y Murcia	214.030,66€	5%
Embalaje	2	Provincia de Valencia	133.529,30€	3%
Servicios	18	Prov. Valencia y Global	109.692,51€	2%
Suministros operativos	2	Provincia de Valencia	39.559,00€	1%

Mercados

Durante 2021, la empresa ha vendido un total de 7.600 productos, más algún servicio de retapizado o reparación (en periodo fuera de garantía) por un importe total de 7.694.487 €.

Los productos KOO pueden encontrarse tanto en España, como en los siguientes países: Alemania, Austria, Francia, Bélgica, Portugal, Grecia, Chipre, Bulgaria, Reino Unido, Rusia, Taiwán y México.

Los productos de KOO están dirigidos tanto al mercado **doméstico**, que representa la mayor parte de sus ventas, como al **contract**, donde ya se han realizado proyectos para hoteles, restaurantes, hospitales y oficinas, lugares que soportan una gran afluencia de público y que exige la aplicación de nuevas técnicas de producción y el uso de materiales de alta resistencia, sin descuidar uno de los principales valores de la marca: la estética de sus piezas.

Tipología de clientes:

KOO tiene un modelo de negocio B2B, y comercializa a través de sus clientes, que se clasifican en las siguientes tipologías, pero no vendemos productos directamente al usuario final. Llegamos al **usuario final** como cliente de KOO a través de los servicios post-venta asociados a la extensión de la vida útil del mueble.

Se trabaja con **grandes cadenas de distribución**. El producto de marca blanca se fabrica bajo la marca, los estándares y los diseños de nuestros clientes.

Tiendas de mobiliario de nivel alto:

- Producto básico para clientes con estrategias comerciales muy agresivas .
- Productos funcionales de gama media-alta (diseño KOO Studio).
- Productos funcionales de gama alta-muy alta (diseño de KOO Studio y Diseñadores Externos).

En el mercado del contract, se trabaja a través de **estudios de interiorismo**.

Cambios significativos en 2021

No ha habido cambios significativos de tamaño, estructura, propiedad o cadena de suministro de la organización durante 2021.

Asociaciones e iniciativas externas:



KOO pertenece al Comité de Dirección de ANIEME, ANIEME es la plataforma sectorial de apoyo internacional a la industria del sector del mueble y colabora en eventos organizados por Feria Hábitat, Casa Decor, etc.



ASOCIACIÓN NACIONAL
DE FABRICANTES Y
EXPORTADORES DE
MUEBLES DE ESPAÑA



Asimismo está asociada a AIDIMME, el Instituto Tecnológico Metalmecánico, Mueble, Madera, Embalaje y Afines, con el que ensaya sus productos conforme a la normativa de aptitud al uso, y participa en sus congresos, cursos de formación o proyectos de investigación e innovación.

Asimismo, KOO se ha beneficiado de subvenciones y plan ICO-COVID de la Administración valenciana, si bien no es una partida relevante en sus ingresos y en 2021 no tuvo ninguna.

Grupos de Interés



En el marco de la elaboración de esta memoria, KOO ha identificado los siguientes grupos de interés, en base a su relevancia para la actividad de la empresa y también por la magnitud del impacto en las actividades que desarrolla. No hay una periodicidad específica de comunicación con los grupos de interés, sino que se desarrolla de forma natural durante la planificación estratégica y la operativa diaria de KOO.

A continuación se indican los grupos de interés, tanto internos como externos y cómo se recogen sus expectativas y preocupaciones (enfoque de participación).

- **Propietario/CEO:** Cada semana se realiza una reunión del equipo directivo
- **Empleados:** Se canalizan las dudas e inquietudes a través del enlace sindical. Algunas de estas inquietudes pasan al comité de trabajadores. Estos representantes se reúnen con el comité de empresa, que lo forman los jefes de departamento y el director general. Entre todos se llega a acuerdos.
- **Proveedores:** Reuniones mensuales (con los más importantes) o trimestrales del jefe de compras y el director general con los respectivos jefes de ventas de las empresas proveedoras.
- **Clientes:** La relación del día a día con las tiendas o los prescriptores (decoradores y arquitectos) se gestiona a través de los agentes de zona. En casos concretos, como por ejemplo cuando se trata de un cliente importante y hay en juego una negociación de relevancia, el director comercial y de marketing (si le atañe) se suman al agente de zona para tratar el tema. La gestión de estas relaciones con las cadenas de distribución (grupos de compra) las lleva una administrativa comercial especializada y las negociaciones son realizadas directamente por el gerente. Al tratarse de marca blanca el director comercial y la directora de marketing no entran en las negociaciones, pues estos cargos están enfocados en la marca KOO.
- **Usuario final:** La relación con ellos se entabla a través de la página web, redes sociales y la documentación destinada al uso del producto.
- **Competidores:** Principalmente se entabla contacto a través de eventos como ferias, etc. Y mediante acciones de *benchmarking*.
- **Administración pública:** Para conocer los intereses de la Administración se utilizan los canales oficiales (políticas y legislación publicada, webs y documentación oficial) de los diversos organismos.
- **Asociaciones sectoriales, etc.:** Colaboración y diálogo activo.
- **Sociedad:** Canales activos en redes sociales, eventos, etc. Y los medios de comunicación tanto sectoriales como globales.

La siguiente tabla recoge además de dichas preocupaciones y expectativas:

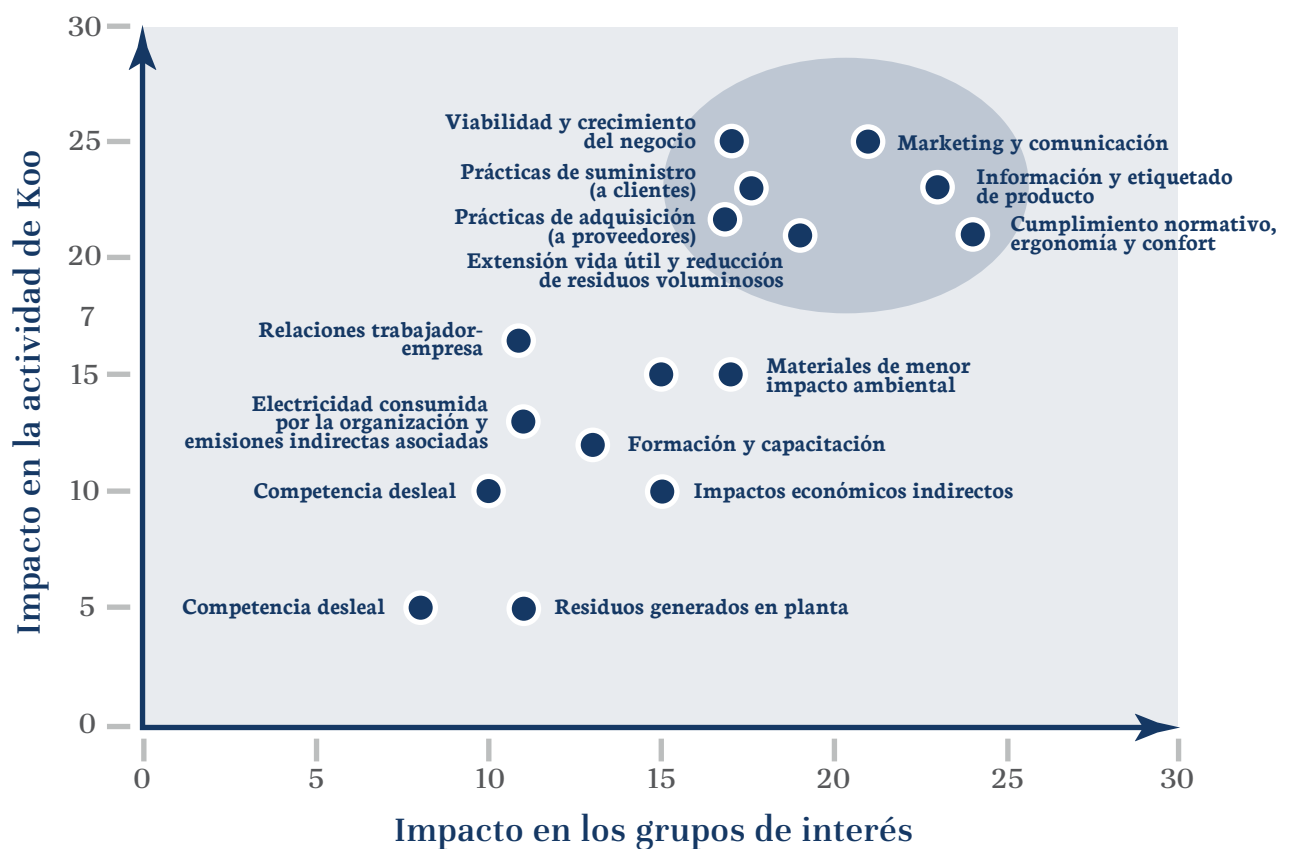
Grupos de interés de DTM	Preocupaciones y expectativas
Propietario y CEO (P)	<ul style="list-style-type: none"> • Viabilidad y crecimiento del negocio. • Transparencia en las cuentas y cumplimiento de la legalidad en cualquier aspecto derivado de la actividad. • Cadena de valor eficiente en todos los sentidos, lo cual implica una óptima gestión de los recursos (tiempo, humanos, económicos y ambientales) en cada una de las fases de la cadena de valor (con proveedores, dentro de KOO, con distribuidores, clientes y empresas de transporte). • Baja o nula conflictividad laboral. • Responsabilidad social e imagen corporativa.
Empleados (E)	<ul style="list-style-type: none"> • Viabilidad del negocio para preservar el puesto de trabajo: estabilidad laboral y cobro puntual de nóminas. • Tareas y cadena de mando clara e identificable. • Nula/ baja conflictividad laboral etc. • Conciliación laboral. • Monitorización y remuneración del alto desempeño. • Remuneración adecuada. • Satisfacción laboral. • Salud y seguridad. • Formación y capacitación acorde al puesto y responsabilidades.
Proveedores (Prov)	<ul style="list-style-type: none"> • Contratos ventajosos • Cumplimiento de los plazos de pago • Clara estipulación de los requerimientos del producto • Comunicación clara y fluida • Consolidación de los pedidos por lotes en la medida de lo posible (agrupación, ser capaces de prever en la medida de lo posible las estructuras requeridas demandándolas con antelación). • Máximo número de pedidos estándar.
Clientes (Cl) Tiendas Cadenas de distribución (marca blanca) Prescriptores	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de los tiempos de entrega establecidos. • Cumplimiento de las expectativas en cuanto a calidad (evitar incidencias). • Flexibilidad en los modos y plazos de pago. • Atención al cliente fluida, ágil y personalizada. • Acceso a documentación completa en formato físico o digital (tarifa, catálogo, muestras de tela y acabados). • Contratos ventajosos (especialmente cuando se negocian grandes pedidos o en marca blanca). • Plan de mantenimiento previsto para los productos (CIRKOOLAR). • En el caso de los prescriptores, la adaptación/personalización del producto es máxima, así como la oferta de servicio para suplir su poca infraestructura (si se puede ofrecer desde el diseño, producción, entrega de última milla, retirada de producto antiguo y transporte a ecoparque y montaje, mejor. No importa si hay que pagar un extra por estos servicios).
Usuario final doméstico	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación a plazos de entrega específicos y cumplimiento de las fechas de entrega pactadas. • Durabilidad y prestaciones del producto (servicios del programa CIRKOOLAR, garantía). • Personalización del producto según requerimientos. • Cumplimiento de las expectativas en cuanto a calidad (evitar incidencias).
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> • Equilibrio en los precios. • Buena imagen del sector. • Legalidad.
Asociaciones sectoriales, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración y participación en actividades de la asociación. • Beneficio mutuo. • Imagen sectorial.
Administración-sociedad (Ad-S)	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de requisitos legislativos: fiscales, operativos, seguridad, salud y ambientales. • Transparencia ambiental y social. • Colaboración y responsabilidad. • Generación de empleo y riqueza.

Análisis de Materialidad

A partir de las preocupaciones y expectativas de los grupos de interés, éstas se han agrupado temáticamente, por lo que finalmente se han evaluado 16 temas desde la perspectiva de cada uno de los grupos de interés y de su impacto en la actividad de KOO. Los cinco grupos de interés considerados son:

- Internos: propietario/CEO y empleados
- Externos: proveedores, clientes (incluyendo al usuario final que tiene intereses muy similares) y el conjunto de la sociedad y la Administración.

Cada uno de estos ejes se valora en una escala de 0 a 25, en el caso de los grupos de interés la valoración se obtiene a través de la suma de la puntuación de cada grupo que va de 0 a 5, obteniendo la representación x-y siguiente.



Posteriormente se suma la puntuación de ambos ejes para obtener el orden de prioridad de los temas.

Se han identificado como materiales, aquellos temas que sumando las valoraciones para ambos ejes (cada uno en una escala de 0 a 25), se encuentran en el rango de 40 a 50, si bien es cierto que el tema “prácticas de adquisición a proveedores” se encuentra

muy cerca de dicho rango debido a la especial casuística de producción de KOO, que trabaja bajo pedido para un segmento alto de clientes, por lo que en gran medida los elevados requisitos de suministro a su cliente repercuten directamente en sus prácticas de aprovisionamiento. Algunos de los temas identificados están muy correlacionados, por lo que en el análisis de los temas materiales se plantean de forma conjunta.

El listado completo de los temas por orden de prioridad es el siguiente, remarcando en negrita los 7 primeros temas que son los considerados como temas materiales:

15. Información y etiquetado de producto	46
16. Marketing y comunicación	46
14. Salud y seguridad de los clientes (cumplimiento normativo, ergonomía y confort)	45
1. Viabilidad y crecimiento del negocio.	42
9. Prácticas de suministro (a clientes)	41
7. Extensión vida útil y reducción de residuos generados por el producto en su fin de vida útil	40
3. Prácticas de adquisición (a proveedores)	39
4. Materiales de menor impacto ambiental	32
12. Salud y seguridad en el trabajo	30
11. Relaciones trabajador - empresa	27
2. Impactos económicos indirectos	25
13. Formación y capacitación	25
5. Electricidad consumida por la organización y emisiones indirectas asociadas	24
8. Requisitos ambientales a proveedores	20
6. Residuos generados en planta	16
10. Competencia desleal	13

■ Temas económicos ■ Temas ambientales ■ Temas sociales

Además entre los temas identificados, se consideran otros 3 temas en los que la empresa no destaca especialmente, pero tiene un claro enfoque para lograr el cumplimiento legal implicado en los mismos o bien los tiene en consideración, como son las subvenciones que ocasionalmente solicita.

- Cumplimiento legislativo: fiscal, ambiental y socioeconómico
- Subvenciones
- Derechos humanos: trabajo infantil, trabajo forzoso, libertad de asociación y negociación colectiva.

Atención al cliente fluida, ágil y personalizada

Cada cliente tiene su asesor específico, tanto a nivel comercial como en fábrica, lo cual mejora las relaciones pues al siempre mismo interlocutor hay trazabilidad de la información suministrada y no hay lugar a diversidad de interpretaciones. Además, el cliente se siente mejor atendido, pues su interlocutor conoce perfectamente todos los aspectos de su situación particular y se contesta todo en el día por los diversos canales. Todo ello incrementa la confianza en las relaciones de KOO con sus clientes.

Temas Materiales Económicos

E1. Viabilidad y Crecimiento del Negocio

A continuación se presenta el balance económico de KOO de 2021, que muestra tanto el valor económico generado como el distribuido, y el consiguiente valor retenido.

Importe neto cifra de negocios	7.694.487,00
Ingresos excepcionales	87.023,57
Total ingresos	7.781.510,57
Gastos de personal	-2.022.276,00
Gastos financieros	-136.201,00
Gastos de proveedores	-4.284.831,00
Servicios exteriores	-1.314.291,00
Impuestos municipales	-5.747,00
Impuestos de sociedades	-2.101,00
Total gastos	-7.765.447,00
Valor retenido	16.063,57

Como es de esperar en el tipo de actividad que KOO realiza, donde vende productos de alta gama fabricados a partir de materiales y componentes que adquiere de sus proveedores, esta es la partida más importante de gastos (55%), y la siguiente es el otro pilar en el que se basa el factor diferencial de KOO, su equipo humano (26%). Finalmente cabe considerar la partida de servicios exteriores, que representa un 16% de los gastos, e incluye principalmente:

- Pago de comisiones a representantes
- Renting y alquileres
- Servicios de reparaciones
- Mantenimiento informático
- Asesoría
- Transportes

E2. Impactos Económicos Indirectos, Prácticas de Adquisición y Suministro Prácticas de suministro (a clientes)

Cumplimiento de los tiempos de entrega establecidos:

En KOO trabajamos bajo pedido y velamos por el cumplimiento de los plazos de entrega que acordamos con cada uno de nuestros clientes, conscientes de que a su vez la imagen y el negocio de nuestros clientes se ven afectados positivamente, siendo un aspecto crítico en algunos casos.

En 2021 analizamos en profundidad nuestro proceso productivo desde la recepción del pedido hasta la entrega del producto para identificar posibles causas de retraso y optimizar los plazos. Los mayores tiempos de entrega son debidos al tiempo de espera del material (especialmente cuando son de

poca rotación). Generalmente, una vez entra en producción, cumplimos el compromiso de finalización del pedido en 7 días. Como resultado de este análisis, las mejoras en la gestión de stock de materiales (principalmente los textiles), el control exhaustivo de todos los componentes que forman parte de cada pedido, etc., se ha mejorado los plazos de entrega de todos los productos:

- Productos con tejido de alta rotación: 15 días
- Plazo de productos normales: 30 días
- Plazo de proyecto especiales: 40 días



Cumplimiento de las expectativas en cuanto a calidad (evitar incidencias):

KOO toma todas las medidas posibles para asegurar la satisfacción final del cliente si bien es cierto que intervienen agentes ajenos a KOO que no puede controlar: los propios clientes de KOO (distribuidores, estudios de interiorismo...), transportistas y montadores.

Para el cliente o usuario final, la calidad implica el cumplimiento de las expectativas que crea en el momento de la compra, durante el cual está asesorado por un vendedor, generalmente externo a KOO, pues sus clientes son empresas que venden sus muebles.

Dichas expectativas se intentan asegurar mediante los siguientes procedimientos aplicados en momentos clave del proceso:

- Para asegurar que el cliente recibe lo que ha pedido, el primer punto es el cumplimiento de las especificaciones del cliente (comprobar y transcribir en el sistema de producción lo que el cliente realmente quiere recibir en base a los códigos, tarifas, etc.), para lo cual se realiza un procedimiento interno de revisión en el momento de recepción del pedido. Adicionalmente se piden aclaraciones si es necesario para la correcta interpretación y coherencia del pedido.
- Se realiza el acopio de materiales y se lanza el pedido a producción. Como parte final de la misma, se incluye una inspección de verificación de todos los requisitos de la orden de pedido.
- El último paso clave no depende de KOO, pues es el momento de la entrega, donde la imagen que da el servicio de entrega y montaje tiene una repercusión psicológica directa en la percepción del usuario respecto al producto. En este sentido entran en juego desde el cuidado de la imagen de los montadores (cuidada y profesional), el cuidado con

que tratan un producto del segmento alto del mercado, hasta la atención que proporcionen al cliente tras el montaje: puesta a punto o presentación final, explicaciones adicionales de funcionamiento en los casos de productos relax o deslizantes, etc.

Para ayudar a sus clientes en el proceso de montaje, KOO tiene videos públicos explicativos de los procesos de montaje y su verificación para casi todos sus productos. Cuando hay algún montaje especial, se indican en cada módulo instrucciones de montaje, que por otro lado se trabaja desde el diseño para facilitar este apartado.

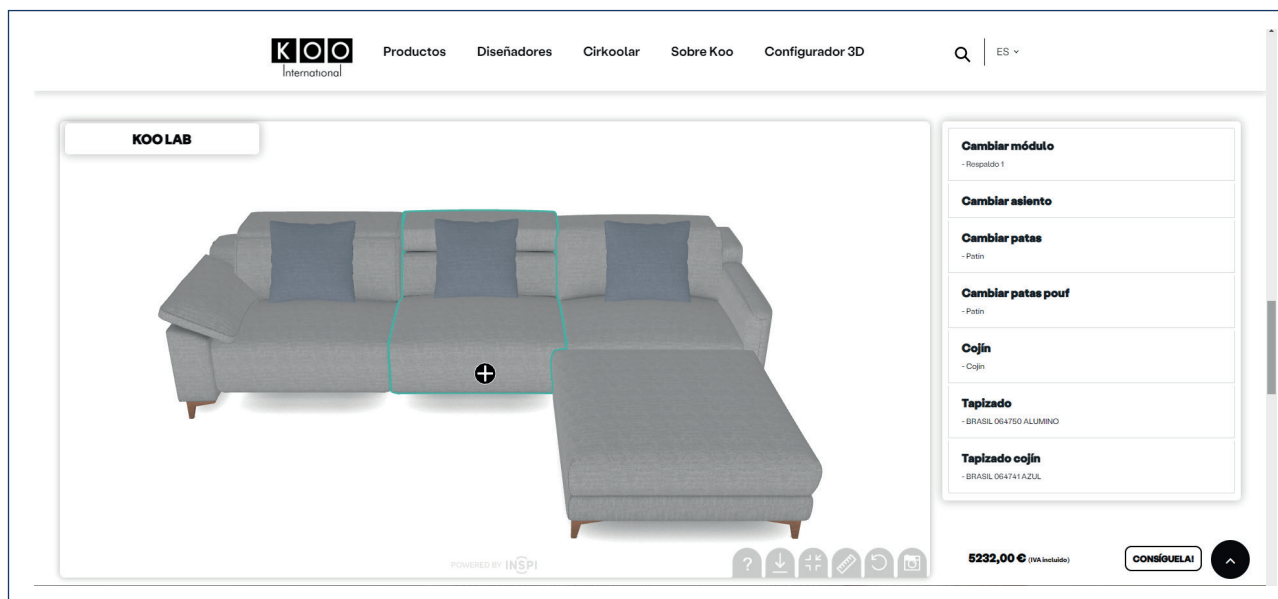
Si el embalaje llega un poco dañado también afecta negativamente a la imagen del producto. Para evitarlo KOO se asegura de que el embalaje sea el suficiente para que no llegue dañado ni aplastado.

El cambio al pasar de plástico de burbujas a utilizar cajas de cartón permite identificar las incidencias que han tenido lugar durante el transporte y ha mejorado en la calidad de la entrega del producto reduciendo el número de incidencias, especialmente las relativas a la protección de las patas, y que no son debidas a problemas de fábrica. Este cambio también supone sustituir un material no renovable (derivado del petróleo) por otro de origen renovable y reciclado.

TIPO DE INCIDENCIA	2020	2021
Fabricación	490	420
Electrónica	319	290
Causa Cliente	410	380

Atención al cliente fluida, ágil y personalizada

Cada cliente tiene su asesor específico, tanto a nivel comercial como en fábrica, lo cual mejora las relaciones pues al siempre mismo interlocutor hay trazabilidad de la información suministrada y no hay lugar a diversidad de interpretaciones. Además, el cliente se siente mejor atendido, pues su interlocutor conoce perfectamente todos los aspectos de su situación particular y se contesta todo en el día por los diversos canales. Todo ello incrementa la confianza en las relaciones de KOO con sus clientes.



Adaptación a las necesidades específicas del cliente: plazos, servicios CIRKOOLAR, personalización producto, servicios para suplir falta de infraestructura

El producto KOO destaca por ser un producto de alta gama y personalizable, adaptándose a las necesidades del cliente.

En el caso de los productos de marca blanca para las grandes cadenas de distribución, el producto se fabrica según sus diseños, y demás requisitos.

Desde el momento de la venta todos los productos tienen una media de 6 variables que elige el cliente. Además se ha desarrollado el configurador web que permite configurar a partir de los diversos elemento el producto que KOO que se desee, añadiendo módulos y seleccionando entre las diversas opciones de patas, tapizados, etc.

La personalización de producto fuera de las opciones preestablecidas se intenta minimizar, pero siempre es posible y KOO trabaja para lograr la satisfacción total de sus clientes, incluyendo cambios de medidas, materiales, etc.

Nº de productos fabricados con las mismas características (repetido):

- Fabricados: 13.200
- Repetidos: 21

Los plazos de entrega se acuerdan siempre con el cliente, y en general los propone KOO, pero en proyectos especiales de gran urgencia, se han llegado a realizar productos en plazos mucho más cortos.

Prácticas de adquisición (a proveedores)

Comunicación clara y fluida: clara estipulación de los requerimientos del producto

Ha cambiado el procedimiento de solicitud de pedidos para que el proveedor pueda entender los elevados requisitos que se le solicitan (consecuencia del diseño de alto standing).

Estandarización de componentes debido a que la ergonomía es la misma por tipología de producto (estructuras base que valen para muchos modelos, con pequeños cambios o modificaciones en KOO que cambian su aspecto).

Esto ha llevado a deconstruir los artículos y cambiar la denominación de las piezas, con una variedad mucho más limitada, lo cual tras el periodo de adaptación necesario ha influido en la eficacia de suministro. Koo ha acompañado a los proveedores para hacerles entender la estructura de los productos KOO y reducir su stock.

Consolidación de los pedidos por lotes en la medida de lo posible: el nuevo programa de gestión permite generar una previsión de compra de pedidos en base al stock mínimo y en

base a los plazos de entrega de cada proveedor (incluyendo los días de retraso del proveedor lo cual incrementa ligeramente la cantidad de stock y asegurar que siempre hay material para fabricar), lo cual permite realizar los pedidos de forma agrupada. Esto permite así mismo grandes lotes y mejorar su propia planificación y la propia fluides y plazos de entrega de los productos de KOO evitando problemas de suministro.

El programa genera propuestas de compra. Estar siempre conectados con la situación de trabajo con los proveedores y que la producción no se vea perjudicada por ello.

Máximo número de pedidos estándar: cuanto más se estudia el producto y sus propiedades, menos cambios desde el lanzamiento hay que realizar (medidas, etc.)

Suministro de proximidad: 48 proveedores son locales lo cual representa casi el 50%. El resto en cualquier caso siguen siendo principalmente de la Comunidad Valenciana o nacionales.

Impactos económicos indirectos

KOO tiene un elevado peso específico en el sector de sofás, y podría estimarse que a través de su actividad y el gasto en proveedores, contribuye a respaldar aproximadamente 44 puestos de trabajo en la cadena de suministro y también aunque en menor medida contribuye a generar empleo y valor económico en la cadena de distribución que son sus clientes directos.

El espíritu innovador de KOO lleva a realizar un análisis de mercado para identificar las últimas mejoras en componentes, materiales, etc. Su incorporación temprana implica un gran esfuerzo interno pero también en sus proveedores, que se ven impulsados a mejorar en los aprovisionamientos para alcanzar los niveles de excelencia de KOO. También a nivel de gestión y mejora de la productividad, los cambios efectuados en KOO afectan a su cadena de suministro, como es el caso de

la reestructuración de la clasificación de referencias, pasando de estructuras completas muy diversificadas a la estandarización por componentes.

Los productos KOO están diseñados para que su durabilidad sea el doble de la media del mercado. Considerando en un futuro los servicios adicionales de extensión de la vida útil que incorpora el programa CIRKOOLAR, se promueve en primera instancia un ahorro económico a largo plazo en los clientes de los sofás, y en segundo lugar los productos de KOO contribuyen a reducir el volumen de residuos municipales generados anualmente, y los consiguientes gastos de gestión para el conjunto de la sociedad. Ambientalmente también hay beneficios en relación con la disminución del consumo de recursos para fabricar nuevas unidades.

E3. Competencia Desleal

KOO contribuye positivamente para evitar la competencia desleal entre sus clientes, al publicar en su web y tarifa sus precios. Cualquier usuario puede utilizar el configurador web y calcular el precio del sofá que desee con las diversas opciones de su elección. Por el contrario, cabe destacar el efecto dañino que supone en KOO las prácticas de copia de sus diseños que realizan alguna de las empresas de su competencia.

Temas Materiales Ambientales

Desde una perspectiva de ciclo de vida, los principales aspectos ambientales del mueble son provienen principalmente (80-90%) de los materiales de mobiliario/componentes*. Si bien la energía incorporada en metales y plásticos es mayor que la de la madera, la durabilidad y la reciclabilidad también son consideraciones importantes. Incluir materiales reciclados puede ayudar reducir el impacto material.

Es por este motivo que, en este tipo de productos, las estrategias para alargar la vida útil del mueble son especialmente importan-

tes, puesto que se reduce el impacto asociado a la extracción y procesado de nuevos materiales y componentes, y la generación de los mismos como residuos.

Los impactos en el fin de vida varían considerablemente según los materiales que se utilicen en los muebles. El reciclaje de los componentes de los muebles o la recuperación de energía de los desechos de los muebles a menudo es complicado debido a las dificultades en la separación de componentes.



Porque el sofá que te compraste hace diez años no es el que necesitas ahora ¡y no pasa nada!

A1. Extensión de la Vida Útil y Reducción de Residuos Generados por el Producto en su Fin de Vida

Por defecto, la durabilidad intrínseca de los productos de KOO (el doble que la media de mercado) es su principal estrategia. Los productos KOO superan los requisitos técnicos exigidos al mobiliario destinado al uso público, por lo que su durabilidad en entornos domésticos está garantizada.

El resultado de todo este proceso de innovación es CIRKOOLAR, la primera marca de sofá circular en España, donde la comunicación y la transparencia son un factor clave para el éxito.

Sin embargo, en los últimos años los hábitos de vida han cambiado, resultando mucho más dinámicos e impredecibles, y con ello las necesidades de nuestros clientes finales. Durante 2021, se ha desarrollado el programa CIRKOOLAR, donde el modelo de negocio y el diseño de KOO ha evolucionado para dar respuesta a estas necesidades y dar un impulso a la economía circular, ofreciendo servicios que alarguen aún más su vida útil:

- Servicio de garantía extendida: Durabilidad asegurada. ¿Sabías que nuestros productos están certificados para soportar un uso público severo? Además, te ofrecemos 3 años de garantía + 7 años extras. La extensión de garantía es opcional y contratable en nuestra web. Consultar las condiciones wwen www.koointernational.com.
- Reconfiguración, para adaptarse a las necesidades cambiantes del cliente gracias a su diseño modular.
- Las familias crecen, las personas se mudan, consiguen nuevas oportunidades... En definitiva, nuestras vidas cambian inesperadamente y tu sofá también. Añade, modifica o elimina módulos, brazos, pouffs o cojines.
- Restyling: Nuestros sofás se pueden volver a vestir todas las veces que se desee y de por vida. Ya sea porque el tapizado esté ajado, porque haya sufrido un accidente doméstico, porque se quiera adaptar el tapizado a la estación del año o simplemente porque sí. Estrenar sofá es fácil, rápido y sobre todo emocionante.
- Al ser fácilmente desensamblables, KOO puede realizar la reparación incluso en el domicilio del cliente y también se facilita la recuperación de materiales en su fin de vida.

* Conforme al estudio para la revisión de los criterios ambientales para mobiliario de la Etiqueta Ecológica Europea, realizado en base a 13 análisis de ciclo de vida y 35 declaraciones ambientales de producto. Revision of EU Ecolabel criterio for furniture products Final Technical Report, Shane Donatello, Hans Moons and Oliver Wolf (2021)



Nuestros sofás están hechos para vivirlos y para disfrutarlos con tu familia, tu pareja, tus amigos o tu mascota. Para cuando no todo sale a la perfección, queremos estar a tu lado y acompañarte mediante nuestro servicio técnico. Todos nuestros sofás son desmontables y se tapizan sin utilizar una sola grapa para permitir intervenciones rápidas y a domicilio.





A2. Materiales de Menor Impacto Ambiental y Evaluación Ambiental de los Proveedores

La base de la filosofía de KOO es la durabilidad de sus productos, que se logra tanto desde el diseño como desde el empleo de materiales con determinados requisitos técnicos, principalmente a los materiales de relleno y los tapizados:

- Espumas de PU: densidad de 32-35 kg/m³ para los asientos
- Tapizados: se busca siempre que sean fáciles de limpiar, pero el principal parámetro es el número de Martindale (ensayo de abrasión del tejido), que en KOO nunca es menor de 40.000 llegando en algún caso a 120.000.
- Pieles; además de un espesor adecuado para que resista el uso durante mucho tiempo (entre 0,8 y 1,5 cm) se exige el cumplimiento de la normativa de aptitud al uso para este tipo de material: resistencia la desgarre, solidez del color al frote y a la luz artificial, adhesión del acabado en seco y resistencia a la flexión en seco y comportamiento frente al fuego.

Adicionalmente KOO ha empezado a valorar determinadas características ambientales en los materiales, como es el contenido en reciclado y el origen renovable. Un ejemplo de ello es el uso en un 40% de los casos de espumas de poliuretano que provienen parcialmente de soja (7%).

En relación con los tejidos, se trabajan algunas opciones de fibras naturales, principalmente lino y algodón, o bien con contenido en reciclado. En concreto cabe mencionar los tejidos hechos del plástico de botellas de agua recuperadas del mar u otros ecosistemas europeos, de nuestros proveedores Tessutika y Crevin, como son el Tivoli y el Bottle.

Se han eliminado los elementos con recubrimientos cromados por su elevado impacto ambiental, tanto en relación con el consumo eléctrico durante el proceso de electrólisis como por la toxicidad de los baños agotados que resultan como residuo del proceso.

Las colas empleadas para unir las espumas entre sí o a las estructuras son en base agua. La otra práctica que contribuye a reducir las emisiones de compuestos orgánicos volátiles en su cadena de

valor, es que los componentes con recubrimientos que se utilizan son mayoritariamente son con pinturas epoxi en polvo, por lo que no llevan disolventes, si bien también se emplea una mínima proporción de piezas con algunos lacado en base disolvente.

Se ha sustituido el plástico de burbuja como principal embalaje por cajas de cartón (22 tn de plástico evitadas en 2021), y sabiendo que la fibra del cartón de embalaje suele ser 100% reciclada y reciclable.



Del total en peso de materiales consumidos en 2021:

- Un 13% de los materiales empleados eran de origen renovable (madera, tapizados de fibras naturales, piel, el 7% de las espumas basadas en soja y el cartón del embalaje), y
- Un 1% era de origen reciclado (tapizados específicos y el cartón de embalaje)

No se dispone de un listado formal de requisitos ambientales para todos los materiales, e igualmente en relación con la evaluación de proveedores, si bien se valoran las propiedades ambientales de sus suministros, es un tema incipiente que se verá reforzado en los próximos años.



Como proceso de valorización interna, KOO genera material comercial (regalos promocionales para los clientes) a partir de retales de tizados en piel, etc.

A3. Residuos Generados en Planta

La siguiente tabla muestra los residuos generados en las instalaciones de KOO indicando si son peligrosos o no, su peso en 2021 y el destino final (eliminación en vertedero, valorización energética o reciclaje):

Tipo de residuo	Peso 2021 (toneladas)	Tratamiento
Plástico	4.300	Reciclado
Espuma	4.300	Reciclado: Koo tiene un acuerdo con el proveedor de espumas para. Se lo lleva para prensarlo y así llenar el reciclador para obtener picado de poliuretano.
Basura	5.700	Separar fracciones y reciclar (o compostar la fracción orgánica) y descartar fracción rechazo.

A4. Electricidad Consumida por la Organización y Emisiones Indirectas Asociadas

Durante 2021 la empresa ha consumido un total de 223.794 KWh, lo cual considerando el factor de emisión de su comercializador de electricidad NINOBE, es cero*, la empresa no genera emisiones indirectas por importación de energía.

* Factor de emisión obtenido de la calculadora del MITERD para el año 2021.

Temas Materiales Sociales

S1. Marketing y Comunicación

Los pilares de nuestra estrategia de comunicación son: sencillez, transparencia, artesanía, confort, diseño y sobre todo circularidad. Esta última es la que nos ofrece una posición más competitiva y diferencial sobre nuestros competidores. Todos nuestros contenidos a través de los que comunicamos (catálogos, redes sociales, página web, cartelería, stand de feria, newsletter) respiran esos principios y se diseñan para ofrecer al usuario una imagen de acompañamiento, de seguridad, de trabajo bien hecho y de confianza en un producto completo y pulido, siempre con una estrategia de Inbound Marketing.

Nuestros canales de comunicación con nuestros clientes son:

Físicos:

- A través del equipo de delegados comerciales que tenemos en la calle y que visitan a nuestros clientes, les llevan físicamente los contenidos de marketing a las tiendas y los estudios de interiorismo.
- Las tiendas y estudios de nuestros clientes donde está nuestro material promocional y nuestros productos, nuestra marca, etc.
- Las ferias y eventos nacionales e internacionales donde exponemos nuestro producto y nuestra marca.
- Servicio posventa: entrega e intervenciones en casa del cliente.

Intangibles:

- Nuestra página web.
- Nuestras redes sociales.
- Herramientas de comunicación y marketing digital (email marketing, CRM...)
- Plataformas digitales donde tenemos presencia (Archiproducts, BIM Object...)
- Publicidad (publirreportajes en medios especializados)
- Atención telefónica y telemática a través de nuestro equipo comercial interno.

En 2021 hemos seguido el plan estratégico posicionándonos en el segmento de mercado medio alto, buscando clientes en los nichos con mayor potencial: arquitectos, decoradores y tiendas de nivel alto de decoración.

Se va a potenciar la exportación a los países donde KOO ya tiene presencia y además se va a ampliar los países del norte de África y Europa y Centroamérica y para ello la mayor parte de la comunicación comercial y promocional (redes sociales, etc.), incorporando nuevos idiomas, como el italiano, a los ya existentes (francés, alemán, inglés y español). Asimismo, se va a reestructurar la red de agentes comerciales internacionales.

Durante 2021 hemos participado en los eventos más importantes para el sector como Casadecor o el congreso del Hábitat de AIDIMME, que estuvo centrado en la economía circular. Durante 2022 hemos participado en feria Habitat Valencia, la Berlin Design Week, y estaremos en Marbella Design Art, Barcelona Design Room y el congreso del Hábitat 2022, que versa sobre innovación en los modelos de negocio.

Indicadores de comunicación y marketing de 2021:

Idiomas	4
Eventos sectoriales (ferias, congresos...)	5
Nuevos videos	18
Noticias en redes sociales	+200
Nuevas visualizaciones en Youtube	+300
Crecimiento en plataformas (.BIM Object)	Noticia: Un sofá del fabricante español KOO International, 2º producto más descargado en BIMObject en 2021.

S2. Información y Etiquetado de Producto

La información de la composición del tejido está en todos los productos servidos, acompañada de una muestra de tela oculta, para que no le dé el sol y se degrade el color, para que en caso de hacer falta tenerla como muestra. La composición también se muestra en la página web. Además, en la etiqueta y en la web de KOO se indican las condiciones de lavado.

En el catálogo de KOO se indica los materiales componentes para cada modelo, incorporando cuando es relevante la principal característica técnica, como es la densidad de las espumas.

Finalmente cabe destacar las instrucciones en video de montaje en la web de KOO o sus canales en redes sociales para los montadores de sus clientes, así como instrucciones para el correcto uso del producto por parte del usuario final.



S3. Salud y Seguridad de los Clientes: Cumplimiento Normativo, Ergonomía y Confort

Para cumplir las expectativas de asegurar la aptitud al uso del producto y la alta durabilidad de la que KOO hace gala, se cuida desde el propio diseño, la selección de materiales de gran calidad y se ensayan los modelos de referencia en el instituto tecnológico AIDIMME, según la normativa UNE EN 16139:13 nivel de uso: 2 (uso público severo), UNE EN 1728:12 y UNE EN 1022:05. Los test específicos a los que son sometidos nuestros productos comprueban la durabilidad, la resistencia estática, la resistencia a impactos y caídas y la seguridad de los mismos.

En materia de seguridad, cabe destacar que aquellos modelos que están motorizados, incorporan un sistema de seguridad para evitar atrapamientos accidentales que consiste en que sólo funcionan mientras se presiona manualmente el botón del mecanismo.

Asimismo, respecto a los requisitos para los componentes eléctricos y electrónicos, contamos con la declaración de conformidad de nuestro proveedor respecto al cumplimiento de la siguiente legislación:

- DIRECTIVA 2014/35/UE sobre la armonización de las legislaciones de los Estados miembros en materia de comercialización de material eléctrico destinado a utilizarse con determinados límites de tensión, considerando la normativa armonizada de seguridad Equipos de tecnología de la información (EN 60950-1).
- Directiva 2011/65/EU sobre la restricción de determinadas sustancias peligrosas en equipos eléctricos y electrónicos (más conocida como ROHS).

Los sofás KOO están hechos para vivirlos, y para mejorar la calidad de vida de sus usuarios. Por ello la ergonomía es un factor clave. Fruto de 30 años de experiencia, tenemos unas medidas básicas estudiadas según tipología de asiento (fijo, relax, o de profundidad regulable) consecuencia del estudio del confort y del uso de cada tipo de asiento.

Asimismo, hemos estudiado la combinación de firmezas de materiales con procedimientos de cinchados, etc. para adaptar la respuesta del asiento, hasta conseguir la sensación de sentada que se persigue, y nunca se cambian los materiales para mantener la sensación de producto sin bajar calidades.

Nuestro exclusivo sistema de suspensión “komfort koo”* realizado con combinación de muelles ensacados (256 unidades por m²) y espuma de poliuretano de 35 kg/m³ de alta resiliencia con contacto firme o suave, dota a estos asientos del máximo confort y alta dura-

bilidad, evitando hundimientos y pérdidas de volumen. El uso de esta tecnología nos permite ofrecer una garantía de 3 años contra defectos de fabricación y vicios ocultos (excepto tapicería) siendo idóneo su uso en espacios públicos de alta frecuencia.



Finalmente hay que indicar que existen modelos especialmente diseñados para adaptarse a cada morfología de persona, desde las más bajitas hasta las más altas, pudiendo regular la altura e inclinación de los respaldos, o con modelos de profundidad regulable de los asientos. También hay que considerar que en la mayoría de los modelos disponemos de anchos de plaza.

Sin perder la capacidad de personalización, se han rediseñado muchos modelos para maximizar su modularidad y reparabilidad, deconstruyendo las estructuras y estandarizando componentes. Adicionalmente esto ha tenido una repercusión muy positiva en la gestión de stocks tanto de KOO como de nuestros proveedores.

Más allá de estas configuraciones, la tecnología se pone al servicio del relax. La colección de modelos confort 3P ofrece la posibilidad de controlar el movimiento de nuestro sofá. Esta tecnología de mecanismo relax ofrece una posición intermedia en la que el usuario se mantiene sentado con la piecera cerrada, pero ligeramente recostado y con el asiento en un ángulo que aporta mucha comodidad y confort. Una consecuencia de esta tecnología es que permite al usuario estar sentado en el sofá, hablando en una reunión familiar, pero sin llegar a estirar las piernas, participando activamente en la reunión y sin renunciar a la comodidad.

También creemos que la calidad no solo reside exclusivamente en el diseño y en los materiales, nuestra calidad aparece en la relación diaria que se crea entre usuario y sofá.

Indicadores:

Rediseño y unificado de estructuras: hemos pasado de utilizar cinco tipos de estructuras diferentes a utilizar dos.

Modelos motorizados con el mecanismo de seguridad: 100%

* En los modelos identificados con este sistema.



S4. Salud y Seguridad en el Trabajo

KOO vela por asegurar las condiciones de seguridad y salud en el trabajo para todos sus trabajadores, y para ello cuenta con el soporte de un servicio de prevención por cuenta ajena (SPA).

Tras la evaluación de riesgos de cada uno de los puestos de trabajo a partir de la cual se establecen todas las medidas que la empresa debe tomar para la protección de los trabajadores, tanto preventivas (buenas prácticas, EPIS, y equipos especiales como las mesas cuya altura pueden ajustar los tapiceros a voluntad para mejorar la ergonomía postural de su trabajo), como correctivas. El servicio de prevención ajeno se encarga de revisar las condiciones y realizar la formación a los trabajadores en acciones preventivas.

Indicadores asociados a la seguridad y salud en el trabajo de 2021 (adaptar en función de la información disponible de la Mutua):

Accidentes de trabajo con baja	0
Accidentes de trabajo sin baja	1
Enfermedades profesionales con baja	0
Enfermedades profesionales sin baja	0
Cursos de formación de PRL.	0
Visitas del técnico del SPA.	1

S5. Relaciones Trabajador – Empresa

Los trabajadores de KOO están representados por un comité de empresa compuesto por tres mujeres y dos hombres. No hay una periodicidad establecida de las reuniones con dirección, sino que se realizan cuando hay temas importantes que tratar, como es el establecimiento del calendario laboral, horarios, y cuestiones salariales. En KOO la dirección es cercana y de fácil acceso por parte de cualquier trabajador, lo cual facilita la comunicación de cuestiones a nivel personal de cualquier trabajador. Se respeta tanto el permiso paternal como las reducciones de jornada por cuidado de los hijos, y en caso de necesitar horarios especiales, la dirección de KOO siem-

pre es favorable a concederlos. En temas de igualdad, los salarios están fijados en base a las categorías salariales del convenio, tanto para hombres como para mujeres. Hay tres cargos intermedios ocupados todos ellos por mujeres (encargadas de área) y dentro de los seis miembros del equipo directivo (exceptuando dirección) se cuentan dos mujeres.

Finalmente, cabe mencionar que se promueve la no discriminación, teniendo contratadas en igualdad de condiciones tres personas con diversidad funcional y cuatro de otras nacionalidades.

Acerca de la Memoria

Definición del Contenido de la Memoria

Para la definición del contenido de la memoria se han tenido en cuenta los principios de la Guía GRI (inclusión de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad, materialidad y exhaustividad) y se han seguido los siguientes pasos:

1. Se abordan todos los contenidos generales adaptándolos a la idiosincrasia de DISEÑOS TAPIZADOS MUÑOZ, S.L.U.
2. Identificación de los grupos de interés y sus expectativas.
3. Materialidad: partiendo del análisis de los grupos de interés y la tipología de actividades de la empresa, se han revisado y agrupado las preocupaciones y expectativas en temáticas, que se han clasificado como económicas, ambientales o sociales. Se ha realizado una evaluación semicuantitativa determinando como materiales aquellos temas con mayor puntuación desde cada perspectiva, así como los que han obtenido la máxima puntuación global.
4. La lista de los temas materiales identificados en el proceso de definición de los contenidos del informe se recoge en el análisis de materialidad, destacados de la lista de todos los temas identificador por los grupos de interés.
5. Para determinar el contenido del enfoque se han realizado entrevistas con los principales responsables de la empresa involucrados en cada tema tratado. Esto se ha realizado para todos los temas identificados, y no solamente para los temas materiales.
6. A continuación se han contrastado con los diversos estándares GRI temáticos y los contenidos más adecuados de los mismos. Se han seguido los estándares GRI en su última versión publicada en español en 2022, adaptando los indicadores cuando ha sido necesario para representar mejor la realidad de la empresa.
7. Se han analizado los datos disponibles (fuentes documentales, entrevistas, etc.) para cada contenido, y se ha estudiado la forma de comunicar dicha información con la mayor claridad, precisión, y fiabilidad posible, intentando lograr un informe equilibrado.
8. Los contenidos elaborados, tanto preliminares como definitivos se han validado en función de su alcance cobertura y exhaustividad y se han revisado incluyendo en algunos casos información complementaria.

Fuentes Documentales

- Estándares GRI.
- Página web y configurador de la empresa.
- Contratos laborales de la asesoría.
- Cuenta de pérdidas y ganancias.
- Información del catálogo de productos.
- Informe de siniestralidad 2021 del servicio de prevención ajeno.
- Acuerdos o pertenencia a asociaciones empresariales.

Entidades en los Estados Financieros

Nuestros estados financieros se refieren únicamente a DISEÑOS TAPIZADOS MUÑOZ, S.L.U.

La Memoria

La presente “*Memoria de Sostenibilidad 2021*” ha sido realizada en base a los datos de 2021 y se ha finalizado en octubre de 2022. Siendo la primera memoria de sostenibilidad elaborada por la empresa, es la última publicación disponible y es por ello que no aplica ningún cambio significativo o re-expresión de la información contenida respecto a posibles informes anteriores. En lo sucesivo, DISEÑOS TAPIZADOS MUÑOZ, S.L.U. tiene el objetivo de realizar esta memoria de forma bienal.

“Este informe se ha elaborado de conformidad con los estándares GRI: opción Esencial”

Para más información sobre esta memoria contactar con:



DISEÑOS TAPIZADOS MUÑOZ, S.L.

Avda. Espioca 128 - 46460 (Silla)

+34 961 216 090

<https://www.koointernational.com/>

Diana Castellano

Directora Marketing e Innovación

innomk@koointernational.com

Verificación

En el momento de su publicación en octubre de 2021, la presente memoria no ha sido verificada de forma externa, si bien en todo momento para su elaboración se ha contado con el asesoramiento del Centro Tecnológico referente en el sector metalmeccánico, AIDIMME, que ha revisado los documentos base del sistema de gestión integral, así como diversos registros de aspectos sociales, ambientales y cuenta de pérdidas y ganancias, para la obtención de los contenidos de la memoria y ha trabajado conjuntamente con el equipo de DISEÑOS

TAPIZADOS MUÑOZ, S.L.U, velando por el cumplimiento de los principios y requisitos de Global Reporting Initiative (GRI).

En cada apartado de la memoria se indican los estándares GRI a los que hace referencia el contenido de la misma.

Finalmente, el informe resultante ha sido revisado y validado por la estructura de gobierno de la empresa.





Tabla de Contenidos GRI

Estándar GRI	Contenido	Descripción	Página
Contenidos generales			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-1	Nombre de la organización	1
	102-2	Descripción de actividades y productos	11 y 12
	102-3	Ubicación de la sede	7
	102-4	Ubicación de las operaciones	7
	102-5	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	7
	102-6	Mercados servidos	9 y 15
	102-7	Tamaño de la organización	8
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	11
	102-9	Cadena de suministro	8
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	16
	102-11	Principio o enfoque de precaución	10
	102-12	Iniciativas externas	16
	102-13	Afiliación a asociaciones	16
	102-14	Carta del director	5
	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	8
	102-18	Estructura de gobernanza	11
	102-40	Lista de grupos de interés	12
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	12
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	17
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	17
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	18
	102-45	Entidades en los estados financieros	32
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	32
	102-47	Lista de temas materiales	19
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	33
102-50	Periodo objeto del informe	33	
102-51	Fecha del informe más reciente	33	
102-52	Ciclo de elaboración de los informes	33	
102-53	Punto de contacto	33	
102-54	Declaración conforme a los estándares GRI	33	
102-55	Índice de contenidos GRI	35	

Temas Materiales			
Temas Económicos			
GRI 201: Desempeño económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	21
GRI 203: Impactos económicos indirectos	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	21
GRI 204: Prácticas de adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	24
GRI 206: Competencia desleal			24
Temas Ambientales			
GRI 301: Materiales	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	27
	301-2	Insumos reciclados	27
GRI 302: Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización	28
GRI 305: Emisiones	302-1	305.2 Emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero al generar energía	28
GRI 306: Residuos	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	25
	306-3	Residuos generados	28
Temas sociales			
GRI 402: Relación con los trabajadores, GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No discriminación, se abordan desde el enfoque Valores, principios, estándares y normas de conducta			31
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo	403-1 a 10		31
GRI 416: Seguridad y salud de los clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	30
GRI 417: Marketing y etiquetado		Enfoque	29
	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	29



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

Proyecto financiado por la Conselleria de
Economía Sostenible, Sectores Productivos,
Comercio y Trabajo. Ayudas destinadas a la
promoción de la economía sostenible en la
Comunitat Valenciana para el ejercicio 2022.



Memoria realizada en colaboración con AIDIMME.