

MEMORIA DE RS 2022
MERCADO SANTO
DOMINGO, S.L.

Gobierno
de Navarra  Nafarroako
Gobernua



Esta Memoria de Sostenibilidad **2022** de MERCADO SANTO DOMINGO, S.L. ha sido elaborada - siguiendo la metodología TamiRSE por María Dolores Vicente Alzúaz, de **AMEDNA-NEEZE**, que avala los datos que en ella se recogen, según la información aportada por la empresa.

Se ha elaborado gracias a la convocatoria de Ayudas para el Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial del Departamento de Desarrollo Económico y Empresarial del Gobierno de Navarra, quien certifica que esta Memoria se ha realizado utilizando el manual de Trabajo autónomo, microempresas y RS

**Gobierno
de Navarra**  **Nafarroako
Gobernua**



Para cualquier información, duda o sugerencia relacionada con el contenido esta Memoria puede ponerse en contacto con nosotros en:

**MERCADO SANTO
DOMINGO, S.L. C/Mercado S/N 31001
Pamplona
www.mercadosantodomingo.com
mercado@mercadosantodomingo.com
948 221 858**

0. ÍNDICE

0. ÍNDICE	4
1. INFORMACIÓN GENERAL	5
2. COMPROMISO RS	7
3. SITUACIÓN RS	9
4. PLAN DE ACTUACIÓN	11
5. CONTRIBUCIÓN ODS	13
6. SIGUIENTES PASOS	16

1. INFORMACIÓN GENERAL

Quiénes somos: MERCADO SANTO DOMINGO, S.L. es una sociedad limitada formada por la mayoría de los puestos que operan en el mercado municipal de Santo Domingo que tiene la concesión pública para la explotación de dicho mercado en régimen de autogestión a través de un convenio de gestión con Comiruña, S.A.

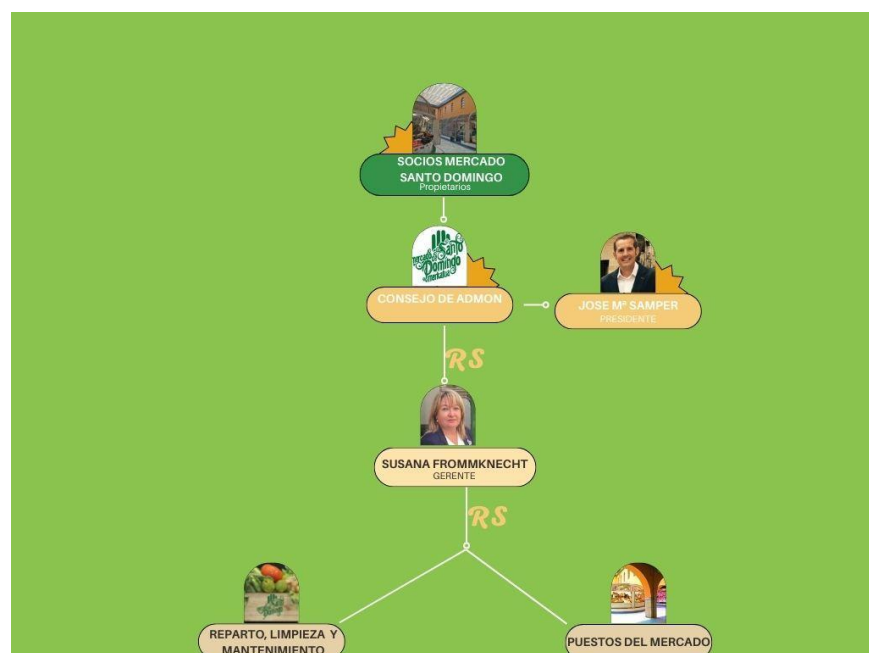
Misión

MERCADO SANTO DOMINGO, S.L tiene como misión proveer a los ciudadanos de productos de calidad, promover un estilo de vida saludable, fomentar el encuentro social y cultural y fomentar la economía y el empleo en el marco del comercio de proximidad. Todo esto sin perder de vista que Mercado Santo Domingo, S.L. es una empresa de servicios dedicada al alquiler de espacios para actividades relacionadas con la alimentación y el ocio.

Visión:

MERCADO SANTO DOMINGO, S.L pretende convertirse en el referente de la compra de Alimentos Km 0 en Pamplona, y mismo tiempo un punto de referencia de encuentro social y gastronómico tanto para las personas que viven en Pamplona como para cualquier visitante.

Organigrama: el organigrama ejecutivo de MERCADO SANTO DOMINGO S.L. lo conforma la gerencia de la que dependen los servicios generales del mercado y la gestión de los puestos; gerencia depende del consejo de administración de la empresa que cuenta con un presidente; como se aprecia en el organigrama el impulso a la RS deriva del consejo de administración y la gestión de esta directamente de gerencia.



Propósito de la memoria:

En MERCADO SANTO DOMINGO, S.L. hemos hecho una apuesta por integrar la RSE en la estrategia empresarial y así queremos mostrarlo a través de la aplicación de la metodología InnovaRSE, la obtención del Sello TamiRSE y la elaboración de esta memoria de Responsabilidad Social en el año 2022.

La realización de la memoria supone por un lado una reflexión interna sobre la importancia que se quiere dar a la RS en la empresa y por otro dar visibilidad y continuidad a las acciones específicas verificando que se han cumplido los objetivos de la empresa marcados en 2019, en especial, como se indica en lo referido a la metodología InnovaRSE y a la importancia de la RS en la estrategia. En este aspecto, esa reflexión ha llevado a establecer prácticas de integración social tanto en la plantilla del mercado como en los comerciantes que acceden a los puestos.

De hecho, este año 2022 en el mes de marzo se incorporó a nuestra plantilla una persona en riesgo de exclusión social. El pasado diciembre entro a formar parte de la plantilla otra persona en desempleo de larga duración y etnia gitana y en este momento tenemos en marcha un proyecto para la integración de mujeres como comerciantes del mercado.

Así, desde MERCADO SANTO DOMINGO, S.L. se busca generar un impacto positivo tanto dentro de la empresa como en el entorno en el que desarrolla su actividad.

Además de los criterios y planificaciones económicas justas y realistas, se está colaborando ya con organizaciones para estrechar lazos con los diversos grupos de interés de nuestra comunidad y entorno.

2. COMPROMISO RS

Itinerario TamiRSE:

En el año 2019 MERCADO SANTO DOMINGO, S.L, después de firmar su compromiso con la RSE a través de la metodología Innovarse, inició el itinerario TamiRSE con la elaboración de un diagnóstico en RS en el que se reflejaban las buenas prácticas de la organización y las áreas de mejora correspondientes.

Durante los años 2020 y 2021 la actividad de MERCADO SANTO DOMINGO, S.L se vio afectada por la situación creada por la pandemia de la covid19 y se hizo necesario concentrar toda la actividad de la organización en la gestión diaria de ésta; ahora en el 2022 se aprecia como conveniente retomar la gestión de la responsabilidad social empresarial y elaborar una memoria en RSE que por un lado permita analizar lo llevado a cabo hasta ahora y por otro nos ofrezca orientación a la hora de seguir avanzando en RS e iniciar un ciclo de mejora.

Cambios en la gestión: MERCADO SANTO DOMINGO ha realizado algunos cambios en su gestión desde el diagnóstico realizado en 2019.

Entre los cambios llevados a cabo destacamos que se ha plasmado por escrito el organigrama y se ha definido y escrito el plan de acogida para los nuevos trabajadores.

En este momento se trabaja en el plan de acogida para nuevos comerciantes.

Compromiso con la RS: MERCADO SANTO DOMINGO S.L, es una micropyme comprometida con la responsabilidad social empresarial, apostando por la sostenibilidad económica, ambiental y/o social, como factor de competitividad y generación de impacto positivo.

Este compromiso, que es nuestra manera de funcionar desde hace años, se formalizó en el año 201 al hacer el diagnóstico de Responsabilidad Social Empresarial de la mano de Amedna- Neeze; como resultado de dicho diagnóstico fuimos conscientes de que, de hecho, veníamos realizando las siguientes buenas prácticas referidas a la Responsabilidad Social Empresarial:

-
- Contribución a la economía local.
 - Mejora de la salud y la calidad de vida de las personas.
 - Promoción y atracción de turismo de calidad.
 - Cohesión social, eventos públicos.
 - Contribución a la revitalización del Casco Antiguo.
-
- Contribución al mantenimiento de un edificio público protegido
-
- Participar en un proyecto de gestión medioambiental al año (en el año 2018 se trabajó en un proyecto piloto de 0 residuos)
-
- Integración del impacto social en la gestión de la empresa
-
- Realización por gerencia de acciones voluntarias de mentoring externo para emprendedoras y en proyectos de inserción laboral de mujeres.
-
- Comedores sociales.
-
- Cesión de un puesto a Acción contra el hambre
-
- Utilización de la comunicación "experiencial" mediante diferentes actividades.
-
- Desayunos solidarios con "Menudos corazones"
 - "Compra solidaria" con Cruz Roja,
-

Con Universidad de Navarra "Proyectos piloto con alumnos de 3º arquitectura técnica y diseño"

Con traperos de Emaús "el día del libro"

Visitas de personas con alguna discapacidad de la mano de entidades especializadas

Grupos de interés: particularizar el tipo de compromisos que se adquieren con los principales grupos de interés, y/o enfoque que adopta la empresa con respecto a sus relaciones con dichos grupos, así como las fórmulas de participación de los grupos de interés.

Personas trabajadoras: Respecto a estas personas se practica la igualdad de oportunidades en la contratación y desarrollo de carrera profesional. Se aplican medidas de conciliación para facilitar sus compromisos fuera del trabajo y se realizan contratos indefinidos para mejorar la estabilidad de la plantilla.

Clientes: Ofrecemos a nuestra clientela productos de calidad, de proximidad, y basados en economía local fomentando la vida sana y el entorno sostenible.

Comerciantes: A los comerciantes que forman parte del mercado les ofrecemos apoyo para la implantación de sus propias políticas de RS en paralelo a las del propio mercado, orientándolos a políticas de reciclaje, desperdicio 0 e inclusión social. Entendemos a los comerciantes como un cliente interno, aunque los diferenciamos del cliente general por su particular idiosincrasia.

Proveedores: Los proveedores contratados por el Mercado, son en la medida de lo posible empresas de cercanía que trabajan con criterios de sostenibilidad.

Sociedad en general: El MERCADO SANTO DOMINGO S.L. trata de tener un impacto en la sociedad en general, facilitando la accesibilidad a las compras, como comercio de cercanía, pero también sirviendo de lugar de encuentro cultural y de ocio para vecinos y visitantes. Colaboramos con las asociaciones de vecinos del barrio, apoyando sus actividades y también con otro tipo de asociaciones con fines sociales (asociaciones de inserción laboral, de mujeres, de personas con discapacidad, de diferentes enfermedades como la fibromialgia o menudos corazones).

3. SITUACIÓN RS

Resultados del último diagnóstico: El diagnóstico fue de gran utilidad para tener la imagen fija de nuestra situación en RS, ser conscientes de todo lo que hacemos al respecto, y también ver nuevas oportunidades de actuar para seguir mejorando en este campo.

Esto nos permitió hacer un trabajo sobre la modificación del horario en el que participaron todos los comerciantes, y al final no llegó a efecto, por decisión de la mayoría.

Buenas prácticas y áreas de mejora:

Buenas prácticas

Contribución a la economía local. Mejora de la salud y la calidad de vida de las personas. Promoción y atracción de turismo de calidad. Cohesión social, eventos públicos. Contribución a la revitalización del Casco Antiguo.

Contribución al mantenimiento de un edificio público protegido

Participar en un proyecto de gestión medioambiental al año (en el año 2018 se trabajó en un proyecto piloto de 0 residuos)

Integración del impacto social en la gestión de la empresa

Realización por gerencia de acciones voluntarias de mentoring externo para emprendedoras y en proyectos de inserción laboral de mujeres.

Comedores sociales, cesión de un puesto a Acción contra el hambre.

Utilización de la comunicación "experiencial" mediante diferentes actividades.

Desayunos solidarios con "Menudos corazones", con Cruz Roja "compra solidaria", con Universidad de Navarra "Proyectos piloto con alumnos de 3º arquitectura técnica y diseño", con traperos de Emaús "el día del libro".

Visitas de personas con alguna discapacidad de la mano de entidades especializadas.

Áreas de Mejora

Análisis de la posible modificación de horarios de apertura para favorecer la conciliación laboral y familiar de los clientes.

Realización de un plan de acogida documentado.

Unificación de imagen de las bolsas del mercado a la vez que se cumple la legislación vigente de uso de bolsas de plástico.

Evolución de indicadores:

SECCIÓN	INDICADOR	RESULTADOS 2020	RESULTADOS 2021
GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD	Resultados netos	329.000€	335.000€
GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD	Inversión en I+D+I	0	0
PERSONAS TRABAJADORAS	Índice de incidencia	5	5
PERSONAS TRABAJADORAS	Nº medio de horas de formación/ persona, por categoría	20	25
COMUNIDAD	% de proveedores y subcontratas de ámbito local	75	75
COMUNIDAD	Nº de asociaciones, redes, grupos de trabajo, comisiones... de tipo sectorial y/o local en las que participa la organización	3	4
MEDIO AMBIENTE	Porcentaje de energía renovable	0	0
MEDIO AMBIENTE	Nº de personas formadas en gestión Ambiental	1	1
ENTIDADES CLIENTES	Nº total de reclamaciones realizadas por clientes y organizaciones de consumidores	1	0
ENTIDADES CLIENTES	Grado de satisfacción de la clientela (encuestas de satisfacción)	6.5	7.9

Balance global: Somos optimistas respecto a los resultados arrojados por el diagnóstico, ya que sin tener una consciencia de estar y trabajando en este sentido habíamos avanzado mucho en aspectos muy valorados por la responsabilidad social que para nosotros forman parte del día a día por la propia filosofía de empresa.

4. PLAN DE ACTUACIÓN

Plan de actuación vigente: cuándo se elaboró, cuál es su periodo de vigencia, principales objetivos del mismo

El plan de actuación vigente se elaboró en 2019 aunque se revisa anualmente.

Tiene un periodo de vigencia de 5 años.

Sus principales objetivos son:

- La sostenibilidad
- La conciliación
- La integración social.
- La igualdad

Acciones de mejora:

1. Hemos trabajado especialmente la unificación de las bolsas de la compra, reduciendo el impacto ambiental, ya que son bolsas reciclables, que se entregan de una sola vez en el mercado, reduciendo también así las emisiones de entregas en cada uno de los puestos.

2. Hemos creado y documentado un plan de acogida para nuestros trabajadores.

3. Hemos realizado sesiones con una Coach para valorar los cambios horarios en el mercado, que han quedado inamovibles en aras de la conciliación aun arriesgando parte de la rentabilidad.

Progreso del Plan de actuación: la gestión de las distintas actividades del mercado debe estar basada en la ética y de unos principios estratégicos basados en la relación con la sociedad en general, el diálogo constante con sus grupos de interés y sobre todo la oferta de una transparencia total informativa para el desarrollo de la estrategia de sostenibilidad de la empresa.

El trabajo diario es el mejor ejemplo de la puesta en práctica de los principios de RS se entiende como la única forma de cumplir con el objetivo de satisfacción del consumidor. Para ello, está enfocado hacia:

1. **Innovación:** buscando reinventarnos para adaptarnos a las necesidades y expectativas cambiantes de los consumidores, ofreciéndoles lo mejor y diferenciándonos de la competencia.
2. **Oferta:** garantizando la variedad, actualización y ajuste de precios, claves de nuestra manera de entender el concepto de eficacia aplicado a la cobertura de la demanda. Para ganar en precisión tenemos en cuenta la voz de cliente.
3. **Calidad:** en todas las gamas de artículos que vendemos al público, unos estándares que se ven reforzados el control de la seguridad alimentaria, que se extiende a nuestros proveedores.

RSC: empleados

En lo relativo a los trabajadores, el compromiso adquirido a través de nuestra política de RSC se hace patente en el objetivo de empleo estable, que refuerzan con planes formativos orientados al desarrollo individual de los miembros de la plantilla.

Todos los contratos se han transformado en indefinidos para garantizar la seguridad de la plantilla.

RSC: proveedores

Por último, en lo que respecta a los proveedores, la meta de la empresa es la **sostenibilidad aplicada a toda la cadena agroalimentaria**. Para conseguirlo sus acciones se orientan a:

- Compra de producto local: adquiriendo más del setenta y cinco por ciento de nuestros productos de origen y producción enteramente local (Navarra).
- Innovación en la cadena de suministro: buscando una mayor agilidad en la entrega.
- Transparencia: un compromiso que gana en solidez cada año gracias a la comunicación tanto interna como

5. CONTRIBUCIÓN ODS

MERCADO SANTO DOMINGO S.L pone especial énfasis en los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible: 2, 3, 7, 5, 8, 10, 12, 17

ODS 2

El mercado apoya a los productores locales, para aumentar la producción y venta de sus alimentos.

Trabajamos para satisfacer las necesidades alimentarias inmediatas del colectivo de personas mayores, que son el principal. target de nuestro mercado.

Trabajamos por compromiso y también por rentabilidad de nuestros negocios con lo más aproximado al desperdicio 0.

ODS 3

Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades es esencial para el desarrollo sostenible.

La pandemia, aun presente ha desestabilizando la economía mundial y cambiando drásticamente las vidas de miles de millones de personas en todo el mundo.

Trabajamos día a día para que nuestros clientes tengan acceso a una alimentación saludable, trabajamos difundiendo practicas saludables de nutrición y hacemos lo imposible por garantizar la salubridad de todos y cada uno de los productos que se venden en nuestro mercado.

ODS 5

En la plantilla de MERCADO SANTO DOMINGO S.L. hay 4 hombres y una mujer, sin embargo, es esta última la que tiene el nivel jerárquico superior.

Entre los propietarios de los puestos las mujeres suponen un 44%, y hemos iniciado un proyecto de emprendimiento femenino para tratar de incorporar nuevas mujeres comerciantes.

ODS 7

Hemos tratado de implementar paneles solares en nuestro tejado, y se nos ha impedido por la normativa municipal al respecto en nuestro barrio en general y en nuestro edificio en particular.

Trabajamos con luces leed con detectores de presencia en todos los pasillos de servicio y garaje.

Aprovechamos la luz natural durante todo el horario de venta en la sala de ventas gracias a nuestra cúpula translúcida.

Respecto a la calefacción, hemos implementado la de bajo consumo, y le limitamos a una temperatura media interior de 15 grados.

No necesitamos aire acondicionado gracias a que la construcción del edificio, éste conserva el frescor interior aun en los días de mayores temperaturas.

ODS 8

Trabajamos siempre pensando en la estabilidad de nuestros empleados. Hemos transformado todos los contratos en indefinidos.

Damos iguales oportunidades a todos ellos y permitimos la elección personal de cada uno de ellos respecto al nivel de responsabilidad que están dispuestos a asumir, que será acorde con sus salarios. Tratamos de adaptarnos a sus necesidades personales y familiares en aspectos relacionados con permisos, vacaciones, etc.

ODS 10

Trabajamos en la medida de lo posible en la reducción de las desigualdades sociales.

Internamente: en el último año hemos incorporado dos personas en riesgo de exclusión social. Por su edad, origen y nivel formativo. Como el resto de la plantilla son en este momento trabajadores indefinidos.

ODS 12

Trabajamos con la política de 0 desperdicio alimentario, tanto por ética como por economía.

Los puestos de mayor porcentaje de desperdicio rondan el 3%

Trabajamos con luces leed con detectores de presencia en todos los pasillos de servicio y garaje.

Aprovechamos la luz natural durante todo el horario de venta en la sala de ventas gracias a nuestra cúpula translúcida.

Respecto a la calefacción, hemos implementado la de bajo consumo, y le limitamos a una temperatura media interior de 15 grados.

ODS 17

Para MERCADO SANTO DOMINGO S.L. es absolutamente estratégico trabajar las alianzas a todos los niveles.

Generamos alianzas con:

- Ayuntamiento de Pamplona, para unir y alinear nuestras estrategias a las estrategias municipales
- Los otros mercados municipales de Pamplona para marcar estrategias conjuntas y aunar recursos.

- La Asociación de Vecinos del Casco Antiguo para responder a sus expectativas y necesidades
- La Asociación de comerciantes del Casco Antiguo, y a través de ellos con la Federación de Comerciantes de Navarra para apoyar las políticas estratégicas de los comercios y unir fuerzas para lograr objetivos comunes.
- Las asociaciones que apoyan a diferentes causas sociales, como la fibromialgia, menudos corazones, acción contra el hambre, Eurodi, Fundación Vicente Ferrer para que encuentren en el Mercado un lugar donde poder visibilizar sus demandas.
- AMEDNA para colaborar en el desarrollo de la igualdad en todos los ámbitos.

5. SIGUIENTES PASOS

Planificación y desarrollo 2022

La responsabilidad social implica una habilidad que la empresa va adquiriendo a partir del buen ejercicio de su gestión ética en los diferentes ámbitos de actuación que atraviesa.

MERCADO SANTO DOMINGO S.L. define los principios de su actuar basados en prácticas transparentes y éticas, y establece procedimientos para que se apliquen en toda su gestión.

PROVEEDORES

Seguimos desarrollando una política de relación con nuestros proveedores basada en el establecimiento de relaciones a largo plazo y en el desarrollo de las empresas locales, generando confianza en los consumidores.

Instamos en la medida de lo posible a que los nuevos comerciantes que se instalen en el mercado tengan al menos una parte de la producción de lo que venden que sea propia.

PÚBLICO INTERNO

Nos preocupamos por el público interno, porque pretendemos elevar los niveles de satisfacción de los trabajadores, propiciar un mejor clima interno por el fomento de las buenas relaciones laborales e incrementar el compromiso de los empleados con la empresa porque estos perciben que ocupan un lugar importante en los ámbitos de gestión de la organización.

El principal indicador de la participación de los trabajadores en las actividades que inciden directamente en su trabajo y la cobertura de un seguro de salud privado para la Dirección.

MEDIO AMBIENTE

MERCADO SANTO DOMINGO S.L. trata de generar el menor impacto en el medioambiente, promoviendo su protección para las futuras generaciones.

Seguimos trabajando para el desperdicio 0. La gestión de los residuos esta 100% orientada al reciclaje total incidiendo en que todas las empresas alojadas en nuestro edificio hagan lo mismo.

Trabajamos de mano de la Mancomunidad de la comarca de Pamplona en todas las campañas que nos proponen para llevar la concienciación y las nuevas prácticas de protección del medio ambiente a los ciudadanos.

CLIENTES/ CONSUMIDORES

Trabajamos intensamente la satisfacción de sus consumidores, para mejorar su fidelidad.

Por la casuística del Mercado los clientes no son de la empresa como tal, sino de cada uno de los puestos, lo que hace que la incidencia de nuestra gestión en este aspecto no sea directa, como nos gustaría.

Trabajamos sin embargo todo lo que podemos a través de la comunicación en general y de las redes sociales en particular.

COMUNIDAD

Este año estamos trabajando de la mano de Eurodi la puesta en marcha de un puesto de venta para personas en inserción laboral y con Amedna/Neeze en el desarrollo de un programa de emprendimiento femenino que facilitara que dos mujeres puedan instalarse de manera gratuita con sus negocios en el mercado durante 6 meses.

GOBIERNO Y SOCIEDAD

Trabajamos en las mesas de comercio tanto técnicas como políticas del Ayuntamiento de Pamplona y hemos sido invitados y hemos participado y seguiremos haciéndolo en los procesos relativos a la agenda 2020-2030 del Ayuntamiento y en todos los procesos participativos de la ciudad a los que somos invitados.

**Gobierno
de Navarra**



**Nafarroako
Gobernua**



AGENDA
2030