



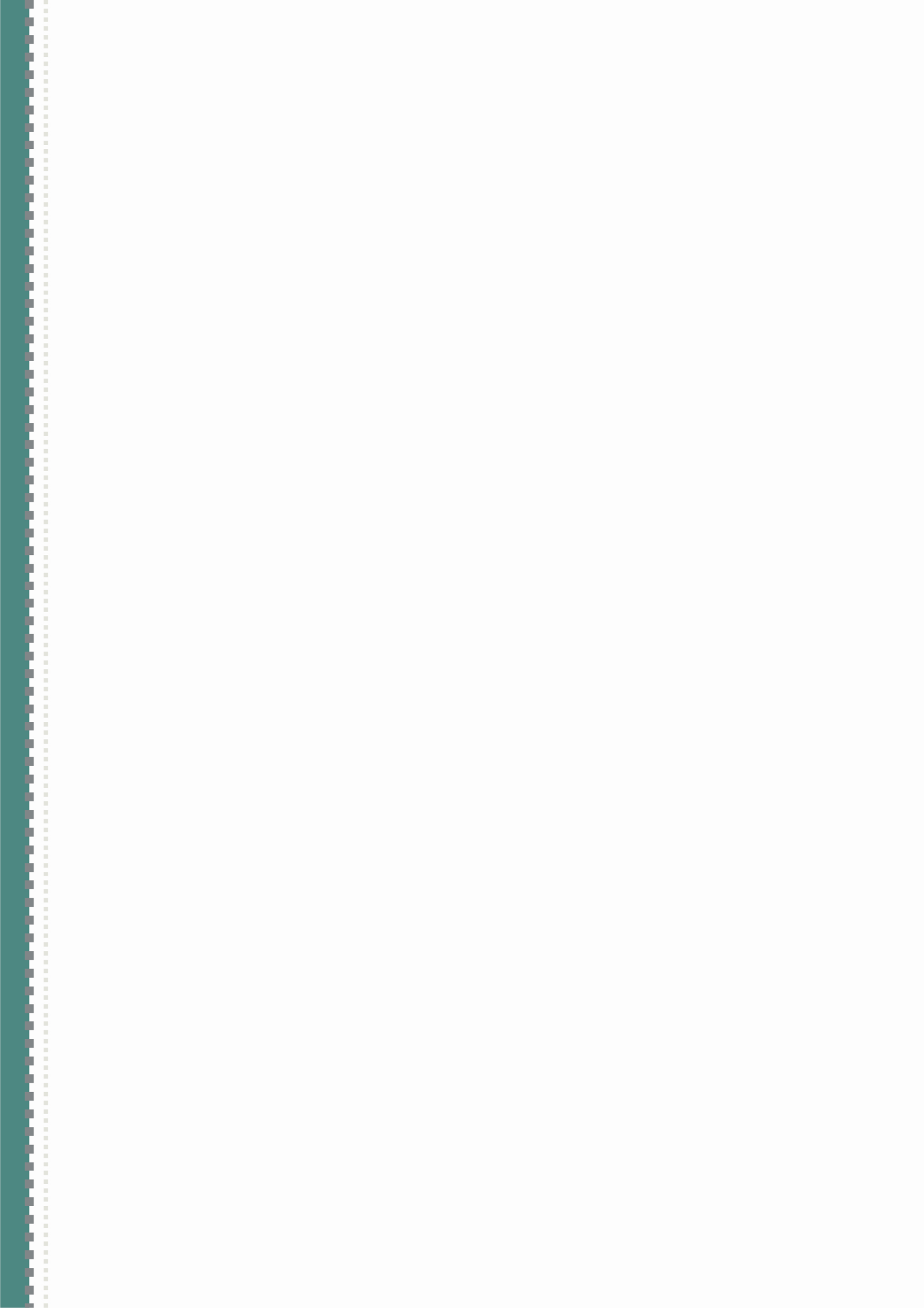
INNOVARSE

ARBIZU, S.L.

**Memoria de Sostenibilidad
InnovaRSE 2011**

[SEPTIEMBRE 2011]





Esta Memoria de Sostenibilidad 2011 de la empresa **EMBUTIDOS ARBIZU, S.L.** ha sido elaborada -siguiendo la metodología InnovaRSE por **José Manuel Moreno Páez**, de **C, Soluciones Empresariales Valle del Ebro, s.l.u.**, 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 del Departamento de Innovación, Empresa y Empleo del Gobierno de Navarra.

La Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra certifica que esta Memoria se ha realizado utilizando la **Metodología InnovaRSE** y verifica que se han seguido los principios y criterios definidos por Global Reporting Initiative (**GRI G3 C**).



	C	C+	B	B+	A	A+
Autodeclarado	<input checked="" type="checkbox"/>	Verificación externa de la memoria		Verificación externa de la memoria		Verificación externa de la memoria
Comprobación externa (terceras personas)	<input checked="" type="checkbox"/>					
Comprobación GRI						

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

ARBIZU, S.L.
Pol. Utzubar, Calle C-E- Parcela 1-2
31839 Arbizu
www.embutidosarbizu.com
info@embutidosarbizu.com
948460628





ÍNDICE

UN RETO DE FUTURO _____	6
EL ALCANCE ESTA MEMORIA _____	8
¿QUIÉNES SOMOS? _____	10
NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN _____	13
COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS _____	14
LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD _____	15
DIMENSIÓN ECONÓMICA: UNA SÍNTESIS _____	16
DIMENSIÓN ECONÓMICA: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	17
DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES _____	19
DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS _____	21
DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	22
DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES _____	24
DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS _____	26
DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	27
DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES _____	29
PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL _____	30
LO QUE HACEMOS BIEN _____	32
EL PLAN DE ACTUACIÓN _____	33
AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO _____	35
LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN _____	36



UN RETO DE FUTURO

Es un gran privilegio -y, al mismo tiempo, una gran responsabilidad- presentar esta primera **Memoria de Sostenibilidad** de nuestra empresa, resultado de un proceso de reflexión y compromiso que **EMBUTIDOS ARBIZU, S.L.** inició en **2011** con el fin de **implantar progresivamente criterios de responsabilidad social** en su estrategia, su planificación y su gestión.

De este modo deseamos incorporarnos a un movimiento de carácter global en el que participan activamente miles de organizaciones públicas y privadas y millones de personas, persiguiendo **avanzar juntos en el camino de la sostenibilidad**. Entendemos que la responsabilidad social empresarial debe contemplar criterios de sostenibilidad en su triple dimensión económica, ambiental y social y para lograrlo hemos iniciado un proceso a largo plazo que deberá conducirnos progresivamente hacia la meta deseada.

No estamos realizando solos este camino, sino que lo hacemos -junto con un buen número de empresas navarras- gracias al apoyo del **Departamento de Innovación, Empresa y Empleo del Gobierno de Navarra y de la Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA)**.

El camino va a ser largo y complejo. La RSE exige nuevas formas de hacer y la adopción de claros principios éticos y un comportamiento responsable, así como una mayor vinculación de la empresa con la comunidad en la que desarrolla sus actividades. **La transparencia es un componente esencial de esta nueva visión de nuestra empresa** y es por ello que ponemos aquí -a disposición de nuestros trabajadores, clientes, proveedores y el conjunto de la sociedad del que formamos parte- información relevante sobre nuestra actividad y sobre nuestros planes de futuro.

En el marco de este proceso hemos podido identificar algunas de las buenas prácticas ya existentes en la empresa, en particular hemos sabido crecer y hemos tomado decisiones importantes ayudados por los sistemas de gestión más rigurosos y reconocidos internacionalmente como IFS, BRC, Lista marco europea para productos cárnicos e ISO 14001.

Como buenas prácticas implantadas en la empresa destacan las siguientes:

- Tiene establecido los siguientes sistemas de gestión en su afán de avanzar en la mejora continua en todos los ámbitos de la empresa:
 - Certificación 9001
 - Certificación 14001
 - Implantación IFS Y BRC
- Participación activa en asociacionismo. La empresa pertenece a la Asociación de Empresarios de la Sakana AES, preocupada por su entorno más local. De igual forma pertenece a la Asociación de Industrias Agroalimentarias- CONSEBRO- que apuesta por una mejora en el sector, consiguiendo de esta manera una retroalimentación hacia la empresa.

Además, hemos detectado también **algunas áreas y ámbitos de trabajo en los que estamos decididos a mejorar** en:

- Ampliar mediante las Redes Sociales la comunicación RSE y su participación en actos sin ánimo de lucro que fomenten el entorno rural y su potenciar gastronómico-social.
- Favorecer la comunicación con todos los integrantes de la plantilla para trabajar conjuntamente en la mejora de los puestos de trabajo.

Asumimos nuestro **decidido compromiso con este proceso**, del que estamos dispuestos a informar periódicamente a trabajadores, clientes, proveedores y otros grupos y colectivos interesados en las actividades de esta empresa y en su repercusión económica, ambiental y social. Además, serán bienvenidas todas las sugerencias, propuestas e ideas que en este sentido puedan ayudarnos a alcanzar la meta deseada.

Esta Memoria de Sostenibilidad es **una herramienta de comunicación de la RSE de nuestra empresa**. La difundiremos a todos nuestros grupos de interés como resultado de nuestro trabajo y compromiso por la sostenibilidad en nuestro negocio.

*Ainara Goikoetxea Arbizu
Embutidos Arbizu S.L.*

Arbizu, 05 de septiembre del 2.011





EL ALCANCE ESTA MEMORIA

Esta Memoria de Sostenibilidad supone un tercer paso de **EMBUTIDOS ARBIZU, S.L.** en el marco de la Metodología InnovaRSE, un proceso de reflexión y mejora continua que ayuda a incorporar aspectos de RSE tanto en la estrategia a medio y largo plazo como en la operativa diaria a corto plazo.

En coherencia con esta metodología, antes de esta Memoria hemos realizado un **Diagnóstico** de la situación de la empresa en materia de Responsabilidad Social Empresarial y hemos elaborado un **Plan de Actuación**, que ahora estamos implementando. La información que aquí ofrecemos está recogida con mayor detalle y exhaustividad en ambos documentos, que han sido **elaborados por consultores homologados en la metodología InnovaRSE** por el CRANA y el Departamento de Innovación, Empresa y Empleo del Gobierno de Navarra.

La información recogida en esta Memoria corresponde a los ejercicios 2.008, año en el que se centro la realización del diagnóstico de percepción sobre la RSE y en año 2.010. Año en el que se diseñó e inició el plan de mejora en la RSE en Embutidos Arbizu. Esta memoria será actualizada en el 2.013, puesto que este documento tiene un carácter bianual.

El enfoque que se adopta en esta Memoria es **coherente con los principios definidos por la Global Reporting Initiative (GRI)** sobre transparencia en las Memorias de Sostenibilidad, tanto en lo relativo a la determinación de los temas sobre los que informar -materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad- como a la calidad y presentación adecuada de la información -equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, claridad y fiabilidad-:

- **Materialidad:** la información contenida en la memoria cubre aquellos aspectos e Indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquéllos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.
- **Participación de los grupos de interés:** Identificación de los grupos de interés y descripción de cómo se da respuesta a sus expectativas e intereses razonables.
- **Contexto de sostenibilidad:** presentación de datos del desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad.
- **Exhaustividad:** la memoria refleja suficientemente los impactos sociales, económicos y ambientales significativos y permite que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización durante el periodo que cubre la memoria.
- **Equilibrio:** la memoria refleja los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.
- **Comparabilidad:** la información divulgada se presenta de forma que los grupos de interés puedan analizar los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones.

- **Precisión:** la información de la memoria es precisa y lo suficientemente detallada para que los grupos de interés puedan valorar el desempeño de la organización.
- **Periodicidad:** la información se presenta a tiempo y siguiendo un calendario periódico que se explicita.
- **Claridad:** la información se expone de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria.
- **Fiabilidad:** la información y los procedimientos seguidos en la preparación de la memoria se han recopilado, registrado, compilado, analizado y se presentan de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

En la tabla se detalla el lugar de esta Memoria donde se recogen los contenidos exigidos en el enfoque GRI:

Contenidos GRI	Contenidos Memoria de Sostenibilidad InnovaRSE	Números de página
1 Estrategia y análisis (1.1 - 1.2)	Un reto de futuro	6
	Dimensión económica, ambiental y social: la situación de partida	17,22,27
2 Perfil de la organización (2.1 - 2.10)	¿Quiénes somos?	10
	Colaborar es importante	14
3 Parámetros de la memoria (3.1 -3.8 y 3.10 - 3.12)	El alcance de esta memoria	8
4 Gobierno, compromisos y participación (4.1-4.4 y 4.14 -4.15)	¿Quiénes somos?	10
	Nuestra misión y visión	13
	Comprometidos con las personas	14
5 Enfoque de la gestión e indicadores por dimensiones	Dimensión económica, ambiental y social: una síntesis, la situación de partida e indicadores	16-27
	Lo que hacemos bien	32
	El plan de actuación	33
	Avanzando en nuestro compromiso	35



¿QUIÉNES SOMOS?

Embutidos Arbizu es una empresa de carácter familiar que viene desarrollando su labor desde mediados de los años sesenta.

Disponemos de unas amplias y renovadas instalaciones dotadas con la maquinaria precisa para aumentar su capacidad de producción, siempre desde un planteamiento artesano en cuanto a concepción y elaboración.

Nuestro producto estrella es la txistorra, aunque también elaborados de forma similar, chorizos y panceta curada.

Respecto a nuestra txistorra, es un embutido semicurado. La txistorra de Arbizu siempre se elabora con carne de cerdo, bien sea de papada o de panceta.

La carne seleccionada se trocea en la picadora y en el proceso de amasado se le añade pimentón, sal, ajo y un poco de agua. Una vez que la masa esté ligada, se saca de la amasadora y se echa en la llenadora para su posterior embute en las tripas, de cordero o de colágeno. Después del proceso de elaboración, durante cuatro o cinco días se pone a secar para después envasarla al vacío. Una vez así, ya está lista para su comercialización.

La txistorra de Arbizu es también muy conocida por el nombre de “txistorra verde” debido a su original color del ya tradicional envase.

Nuestras marcas son; Arbizu, como marca propia y también se comercializa nuestros productos con la marca “Sabores de Navarra”. Esta marca es una iniciativa promovida por la Cámara de Navarra para favorecer la exportación de los productos navarros mas destacados.

También se comercializa el producto mediante la marca de Reyno Gourmet.

Nuestra empresas es de carácter familiar y aunque estamos ubicados en la localidad de Arbizu, en la Sakana, en Navarra, el nombre de nuestra empresa proviene del apellido “Arbizu” ya que esta es la tercera generación de la familia Arbizu que da continuidad a nuestra empresa.

Actualmente se ha constituido nuestra actividad como una Sociedad Limitada. Embutidos Arbizu S.L.

Concretamente nuestra empresa se ubica en la localidad de Arbizu, en el Polígono Utzubar, calle E 1-2.



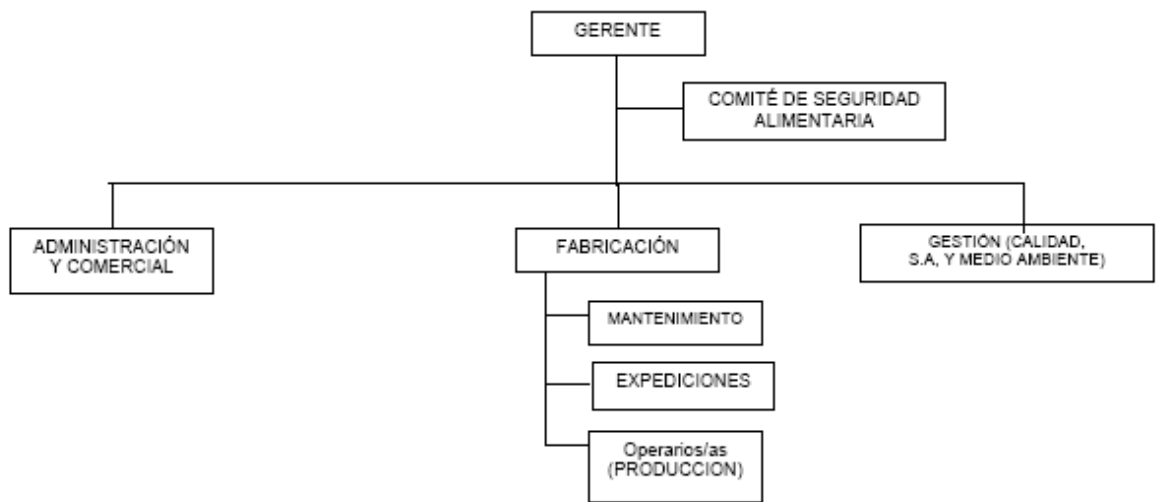
Toda nuestra actividad productiva se realiza en nuestras instalaciones en Arbizu, en Navarra, España.

Nuestros productos son comercializados en todo el territorio Español, en Inglaterra, Noruega, Francia, Bélgica y Filipinas. También trabajamos para el canal HORECA. Canal de abastecimiento de productos a los restaurantes con mas renombre.

El consumidor, a nivel nacional, puede encontrar nuestros productos en las grandes cadenas de distribución.

Nuestra empresa familiar, es una empresa pequeña, con 8 personas en la plantilla.

El organigrama es el siguiente:



Nuestras ventas netas suponen 1.500.000 euros en el año 2.010.

Nuestro capital social asciende a 500.000 Euros.

Durante el año 2.010 produjimos un total de 460.000 Kilos de nuestros productos. Un 80% fue nuestra maravillosa txistorra, un 10% chorizo, un 5% panceta y el 5% restante en varios.

Nuestra sociedad, actualmente ha invertido en un nueva fabrica de embutidos y recientemente hemos puesto en marcha una nueva línea de para envasado al vacío y producción de chorizo fresco.

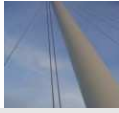
La trayectoria de nuestra empresa ha sido gratificada con la obtención del premio COQ D'OR en el año 2.010:



Recientemente nos hemos certificado bajos los sistemas mas rigurosos reconocidos internacionalmente como son IFS, BRC, ISO 14001 y Lista Marco Europea.

Para configurar nuestra estrategia y tomar decisiones en el dia a dia, tenemos en consideración las peticiones de nuestros clientes y las aportaciones de nuestra plantilla. Para conseguirlo contamos con procedimientos en IFS y BRC que comparten medios. Contamos con buzón de sugerencias, reuniones periódicas y hemos puesto en marcha espacios en entorno web como son las redes sociales para interactuar con nuestros clientes mas fieles.

Por norma general se utilizan las herramientas que brindan los sistemas de gestión implantados en la empresa. Al ser una empresa familiar con dos generaciones en el consejo de administración, se esta en constante comunicación y se hace frentes a los problemas de forma conjunta.



NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN

La **misión** de **EMBUTIDOS ARBIZU, S.L.** es "Elaboramos embutidos típicos navarros de una manera tradicional y familiar, manteniendo el relevo generacional y adaptándonos a las nuevas tecnologías e innovando constantemente."

La **visión** de **EMBUTIDOS ARBIZU, S.L.** es "Queremos que nuestros productos viajen por el mundo y así poder dar la oportunidad de conocer un producto tan típico de nuestra tierra y poder disfrutar de un sabor tan tradicional."

Queremos ser un embajador de productos navarros de referencia."



COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS

Durante la elaboración de nuestro Diagnóstico y Plan de Actuación RSE, hemos podido analizar la importancia esencial que para **EMBUTIDOS ARBIZU, S.L.** tiene nuestra relación con los trabajadores, los proveedores y los clientes, así como a los propios consumidores de nuestros productos. Para nosotros es muy importante el propio sector y su ética empresarial ya que el nombre de Navarra esta ligado directamente a unos productos agroalimentarios de referencia internacional. Apoyados por la marca Reyno Gourmet, impulsada por el Gobierno de Navarra favorece el desarrollo de embutidos Arbizu comercialmente.

De hecho, durante el proceso de elaboración de nuestro Plan de Actuación en materia de RSE hemos tenido muy en cuenta el modo en que nuestra actividad afecta a estos grupos de interés de la empresa y hemos podido revisar también la forma en que la actividad de la empresa se ve influenciada por dichos grupos de interés a través de una matriz de priorización.

Así, Embutidos Arbizu contribuye activamente a impulsar el entorno rural donde se ubica, ya que el Ayuntamiento de Arbizu pone en marcha diferentes actuaciones para impulsar un producto tan típico como la Txistora. Del mismo modo se agradece al Gobierno de Navarra su ímpetu por apoyar a los productos típicos de Navarra amparados bajo la marca Reyno Gourmet.

Como se puede comprobar en este mismo documento, nuestros objetivos de mejora en materia de responsabilidad social han tenido muy en cuenta la percepción e intereses de nuestros grupos de interés. Y no solo ello, sino que estamos procurando también articular los medios necesarios para mejorar tanto nuestra relación como la calidad de la comunicación que mantenemos. Una de las mejores pruebas de ello es, obviamente, esta misma Memoria de Sostenibilidad.

Además, disponemos de los criterios que marca la Ley de protección de datos (LOPD), totalmente implantados en la empresa. Respecto a nuestros resultados económicos, estos son públicos al ser registrados correctamente en el registro mercantil como nos marca la normativa. También informamos periódicamente a entidades bancarias.

Respecto a nuestra comunicación interna, al disponer de sistemas de gestión certificados, esta muy bien definida es de carácter ascendente, Es decir el trabajador colabora con el sistema mediante sugerencias y demandas. La participación en los planes estratégicos por parte de los trabajadores, se realiza mediante las posibilidades de comunicación que ofrece el sistema de gestión de la prevención y de calidad. En estos dos aspectos, los trabajadores participan activamente.



LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD

La Unión Europea, en su libro verde sobre Responsabilidad Social Empresarial, define ésta como «*la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores sociales*».

Es un enfoque estrechamente vinculado a la extensión de una nueva inquietud por las cuestiones socioambientales y a la percepción de que el modelo económico en el que estamos inmersos necesita adoptar una serie de cambios importantes si no queremos poner en peligro su supervivencia y la del medio.

La RSE está ligada al concepto de sostenibilidad en su triple dimensión: social, económica y ambiental. Así, trata de incorporar estas variables a la planificación y la gestión de la empresa, con lo que se incrementan y enriquecen los factores que habitualmente se utilizan para la toma de decisiones.

Aparentemente, esto significa complicar la gestión empresarial y hacerla más dificultosa. Sin embargo, nosotros estamos convencidos de que incluir las componentes sociales y ambientales en la gestión empresarial incrementa la competitividad de la empresa y, a medio y largo plazo y **mejora sustancialmente la calidad de los productos o servicios que ofrece a la sociedad.**

Nuestra empresa realizó en 2.008 un **diagnóstico de RSE para cada una de las tres dimensiones de la sostenibilidad: la económica, la ambiental y la social.** Este análisis supuso un magnífico punto de partida para conocer en qué medida estábamos contemplando criterios de responsabilidad social en nuestra gestión empresarial y, también, en qué aspectos necesitábamos mejorar de forma prioritaria.

Para la elaboración del Diagnóstico, **se analizaron diez criterios para cada una de las tres dimensiones con parámetros cualitativos y cuantitativos.** Los cualitativos han sido útiles como elementos de aprendizaje y reflexión sobre la situación de la RSE en la empresa, mientras que los parámetros cuantitativos nos han ayudado a complementar el análisis con algunos datos y cifras útiles para poder evaluar tendencias y realizar comparativas en el medio y largo plazo.

En las páginas siguientes detallamos algunas de las principales conclusiones alcanzadas en dicho Diagnóstico, lo que nos permitió definir algunos de los aspectos sobre los que, de hecho, ya hemos comenzado a mejorar desde entonces.



DIMENSIÓN ECONÓMICA: UNA SÍNTESIS

Este es un resumen gráfico de nuestra situación en lo referente a la **dimensión económica de la sostenibilidad** y los diez aspectos clave que se analizan en el marco de la metodología InnovaRSE:

Contabilidad y fiscalidad	
Transparencia y buen gobierno	
Política salarial	
Política financiera	
Política de inversiones	
Política de distribución de beneficios y tesorería	
Control y políticas de costes	
Política de selección de proveedores	
Política de pagos a proveedores	
Cumplimiento de periodos de pago a proveedores	

	¡Hay que hacer cambios!
	Necesitamos mejorar
	Estamos en valores intermedios
	Vamos por buen camino
	¡En esto destacamos!




DIMENSIÓN ECONÓMICA: LA SITUACIÓN DE PARTIDA

Respecto a la dimensión económica en Embutidos Arbizu, hay que indicar que el promedio de la puntuación obtenida es satisfactorio, ya que es una empresa muy ligada al desarrollo rural y al aprovechamiento de las sinergias en cuanto a las actividades económicas rurales. Se encuentra en el eslabón de la transformación de productos ganaderos.

Las políticas retributivas van más allá de lo marcado por convenio y al tratarse de una empresa familiar con un claro carácter de continuidad generacional es de valorar el tremendo esfuerzo que están haciendo en la definición de un gran proyecto de continuidad de la empresa familiar en continuo crecimiento. No utiliza métodos de pago negociables como pagarés.

Se ha observado a juicio del consultor un comportamiento económico responsable en línea con los fundamentos teóricos de empresa familiar sólida y con vista de continuidad en la actividad empresarial por muchos años. Algo muy positivo para la economía Navarra.



En cuanto a las dificultades para implantar aspectos de RSE en la dimensión económica, la empresa encuentra que la situación económica actual no ayuda, ya que cada vez más se valora únicamente el precio de venta al público y cuesta poner en valor todo el saber hacer y el mimo que la empresa pone en sus productos.

Sin embargo, también contamos con importantes apoyos, como son las Asociaciones Empresariales a las que pertenecemos como CONSEBRO y la Asociación territorial de la Sakana. Del igual forma, la empresa encuentra apoyos fundamentales en el día a día en su propia plantilla y en los miembros de la familia Goikoetxea Arbizu ya que trabajando juntos los problemas más difíciles de afrontar se solucionan con una sonrisa. Nuestros productos y nuestro trabajo son nuestra mejor carta de presentación y argumento de venta.

El análisis que hemos realizado nos ha permitido detectar también algunas necesidades que tendremos que intentar cubrir en el futuro, como es el caso de seguir formándonos constantemente para hacer frente a los cambios fiscales e intentar conseguir que se de una valoración positiva a la Responsabilidad Social Empresarial por nuestros clientes más relevantes y exigentes.



DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES

Estos son algunos de los indicadores que estamos utilizando para analizar la dimensión económica:

DIMENSION ECONOMICA	COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND GRI	UDES.
	Uso de los recursos locales	Porcentaje de compras producidas en el territorio sobre el total de compras. (radio de 100 Km)	Este indicador permite identificar el porcentaje de compras efectuadas en el mismo territorio donde la empresa está instalada sobre el total de compras.	EC1	48% € en año 2.010
	Gestión de capital	Ventas netas	Este indicador quiere indicar la cifra de negocio de la organización, expresada como habitualmente ya se hace en otros documentos como las cuentas anuales. No obstante, se debe subrayar que las ventas netas eliminan de sus ingresos descuentos, rappels... que la empresa hace a la clientela, para dar una cifra más real del valor neto de sus ingresos.	EC1	1.500.000€ en año 2.010
	Económico general	Margen bruto o de contribución	Volumen de compras anual / Facturación		0,38.
	Marketing responsable	Incidentes por el incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntarios	Identificación y registro por parte de la empresa de los incidentes derivados por el incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntarios relacionados con los impactos de los productos y de los servicios en el ámbito de la información y el etiquetaje o la salud y la seguridad durante su ciclo de vida.	PR2 PR4	Nº incidentes: 0 en año 2.010
	Innovación	Recursos destinados a la innovación	Este indicador procura identificar de forma objetiva los esfuerzos de la organización respecto al desarrollo de la innovación, identificando de forma documental los recursos que la empresa destina a la innovación (horas/persona o euros invertidos => maquinaria, sistemas de gestión y de la información, despliegue de nuevos proyectos...).		50.000 euros invertidos en el desarrollo de "Nuevos embudidos de calidad saludables y seguros" Financiado por el Gobierno de Navarra. Desarrollo de nuevos productos bajo marco de i+d (pendiente de presupuesto) en año 2.010



DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS

Este es un resumen gráfico de nuestra situación en lo referente a la **dimensión ambiental de la sostenibilidad** y los diez aspectos clave que se analizan en el marco de la metodología InnovaRSE:

Política ambiental explícita	
Sistema de Gestión Ambiental implantado	
Control consumos de agua, energía y combustibles	
Gestión de residuos	
Gestión de vertidos	
Gestión de emisiones	
Gestión del ruido	
Gestión de envases y embalajes	
Formación e investigación ambiental	
Certificación ambiental	

¡Hay que hacer cambios!

Necesitamos mejorar

Estamos en valores intermedios

Vamos por buen camino

¡En esto destacamos!



DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA


En cuanto a la dimensión ambiental de la empresa a la hora de realizar el diagnóstico, se ha mostrado totalmente transparente y no se ha ocultado nada. Son conscientes de sus deficiencias, algo muy importante, ya que podemos afirmar que el grado de sensibilización ambiental adquirido por sus responsables va en línea con el carácter de las empresas ligadas al desarrollo rural. Conscientes de sus deficiencias, sobre todo, las deficiencias derivadas por parte de las instalaciones, han llevado el conocimiento adquirido en estos últimos años a plasmarlo de forma implícita en el nuevo proyecto de cambio de ubicación de la actividad. La empresa está construyendo unas nuevas instalaciones e intentan solucionar los problemas ambientales ya de inicio y sobre plano. En todas estas características cualitativas (sensibilización, formación técnica ambiental), que los responsables de la empresa emiten, se observa el fruto de programas como Empresa y Medio Ambiente, coordinados desde el CRANA, el cual ofreció a la empresa una auditoría ambiental y un plan de mejora. De igual forma se aprecia el conocimiento adquirido por su responsable ambiental en actividades formativas desarrolladas desde la Asociación Consebro. La responsable Ambiental asistió en el 2007 a un curso superior de 100 horas de duración sobre la gestión ambiental en industria agroalimentaria, impartido por la Asociación Consebro.

Obviamente, la empresa encuentra algunas dificultades para implantar aspectos de RSE en la dimensión ambiental, como es el caso de la carga burocrática que conlleva y el control excesivo en diferentes aspectos ambientales. Otra de las dificultades observadas, identificadas y documentadas es la gestión de residuos. Se aprecia que la normativa ambiental actual no contempla la magnitud de los impactos generados, discriminando a la pequeña empresa. Por ejemplo, la empresa está inscrita como pequeño productor de residuos peligrosos, y gestiona sus residuos vía gestión de residuos peligrosos, asimilándose sus producciones a las de un pequeño comercio. Tal vez la figura del pequeño productor de residuos y sus obligaciones legales deberían contemplar, para medir las exigencias de la gestión, un histórico de cantidades generadas.

Es importante mencionar, también, las ayudas y refuerzos con los que se cuenta, como el apoyo técnico de la Asociación Consebro, en lo relativo a la actualización de la normativa vigente y asesoramiento sectorial, a la C, Soluciones Empresariales, consultora especializada en el sector y al CRANA, por las facilidades que ha puesto a disposición de nuestra empresa para poder disponer de apoyos técnicos en la realización de nuestro primer diagnóstico ambiental.

Del mismo modo, nos sentimos muy orgullosos de la colaboración y respuesta que hemos obtenido de nuestra plantilla ya que sin ellos, temas como la gestión de residuos correcta, sería impensable.

Junto a todo ello, el diagnóstico realizado nos ha llevado a identificar algunas necesidades que tendremos que solventar en los próximos años. Entre las más relevantes, se encuentra el mejorar el conocimiento sobre nuestros consumos energéticos y optimizar nuestros nuevos y modernos procesos productivos. Otra



necesidad detectadas es que actualmente una gestión ambiental precisa no es valorada correctamente por el consumidor ni por los clientes. El precio gana la batalla respecto a otros valores intrínsecos en el producto final.



DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES

A continuación relacionamos algunos de los indicadores que hemos utilizado para cuantificar la dimensión ambiental:

DIMENSIÓN AMBIENTAL	COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND	UDES.
				GRI	
	Gestión del agua	% total de agua reciclada o reutilizada para el funcionamiento de la actividad	La organización ha de poner de manifiesto si tiene implantado algún sistema de reutilización de sus aguas residuales de manera que el consumo anual de agua de la red se vea disminuido. En caso afirmativo, debe medir el porcentaje de agua reciclada o reutilizada para el funcionamiento de la actividad.	EN10	0% m3 en año 2010
	Política de gestión ambiental	Gastos e inversiones ambientales totales desglosadas por tipos	La organización ha de indicar la cantidad económica referida a los gastos e inversiones en prevención, reducción o control para reducir o eliminar los riesgos o impactos medioambientales, sin incluir sanciones o multas por no cumplir la legislación.	EN30	29.500 € en año 2010
	Consumo de materias primas Mp.	Mermas de producción generadas en el proceso productivo.	La organización ha de poner de manifiesto la eficacia de sus sistema productivo en la optimización de la materia prima. Se pretende disponer de información que ayude a la toma de decisiones en relación a la producción de residuos orgánicos y que a su vez pudieran considerarse fallos en el proceso. Se	EN1	0,84 % de producción respecto al total de materia prima procesada en el año 2.010
	Contaminación acústica	Diferencia del ruido exterior producido por la actividad y el valor de emisión límite de la zona de sensibilidad acústica	La organización ha de indicar la diferencia del ruido exterior producido por la actividad y el valor de emisión límite de la zona de sensibilidad acústica donde se ubica la actividad, expresado en decibelios.		Valor límite legal:70 dBA. Valor real: 49,7 dBA (trabajo normal equipos) en año 2010

	Producción y gestión de residuos	Control y seguimiento de la cantidad de residuos anuales generados, desglosados por tipología y tipo de tratamiento	La organización ha de poner de manifiesto si dispone de un registro o realiza un seguimiento de los residuos generados, de manera que tenga cuantificados los residuos producidos y el tratamiento que recibe cada uno, para saber si realiza una correcta gestión de los residuos o si se pueden tomar medidas de minimización. El resultado aparecerá desglosado por tipología y destino de tratamiento.	EN22 EN24	0,024 TnRP's 11,06 TnRnp's en año 2010
--	----------------------------------	---	--	--------------	---

DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS

Este es un resumen gráfico de nuestra situación en lo referente a la **dimensión social de la sostenibilidad** y los diez aspectos clave que se analizan en el marco de la metodología InnovaRSE:

Política de seguridad y salud laboral	
Control condiciones trabajo y valoración del riesgo	
Participación interna en la empresa	
Política de igualdad de oportunidades	
Contratación colectivos desfavorecidos	
Conciliación de la vida laboral y personal	
Políticas de atención al cliente	
Código de prácticas profesionales o carta de servicios	
Apoyo a proyectos sociales	
Contratación de proveedores locales	

¡Hay que hacer cambios!

Necesitamos mejorar

Estamos en valores intermedios

Vamos por buen camino

¡En esto destacamos!



DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA

Respecto a la dimensión social, hay que indicar que debido al nombre de la empresa, su carácter familiar y su relación con el entorno rural que les rodea, se puede considerar a la empresa como embajadores de su localidad a lo largo de toda la geografía Española y lugares del extranjero donde se comercializa el producto.

En relación a las prácticas detectadas en cuanto a patrocinios y colaboraciones, hay que indicar que en muchas ocasiones se detecta que el ceder productos elaborados para ciertas actividades se ha convertido en una costumbre y deja de ser valorado. Es decir, se puede convertir en una obligación de la empresa a contribuir y esto nunca debería ser así.


Debido a la tipología de productos elaborados, principalmente la txistorra, hay que indicar que es un producto muy propicio para las degustaciones en actos festivos y lúdicos. De ahí vienen las colaboraciones de la empresa en las fiestas locales y su vinculación con entidades deportivas. Se respira en muchas ocasiones la sensación de que la creencia popular afirma que los productos cedidos pueden encontrarse en mal estado. Esto nunca ha sido así y por criterios de seguridad alimentaria y respecto a la marca es imposible que estas prácticas se puedan dar. Se ha animado a la empresa a realizar contabilidad de estos productos cedidos a organizaciones para que puedan beneficiarse de las deducciones fiscales.

También en la dimensión social, hemos descubierto algunas dificultades para adoptar una gestión en la que la responsabilidad social sea un eje transversal. En particular, la fuerte competencia en un mercado globalizado, hace que nuestros productos sean susceptibles de imitar a unos precios muy inferiores, ya se considera un producto artesano y tiene una alta carga de mano de obra. Necesitamos hacernos más visibles y transmitir los valores intrínsecos de nuestros productos.

Como una dificultad se ha identificado el alto coste económico que genera una gestión precisa de la prevención de los riesgos laborales, ya que debido al marco legal actual, realizamos revisiones de los puestos de trabajo anualmente.

También observamos como una dificultad las altas exigencias de nuestros clientes, ya que en muchos casos podemos registrar peticiones contrapuestas. Por citar un ejemplo, hemos optado por embutir nuestros productos utilizando colágeno y tripa natural ya que tenemos clientes que nos solicitan de una forma u otra. Estas situaciones nos ocurren ya que estamos bien comunicados con nuestros clientes e intentamos satisfacer sus peticiones.

Aunque, obviamente, también disponemos de importantes apoyos, entre los que destacan la Asociación Empresarial Consebro, por sus apoyos a nivel de asesoramiento laboral, la propia plantilla que se considera estable y hace que dispongamos de un buen clima laboral y el servicio de prevención mancomunado del sector agroalimentario, el cual es conocedor del sector y nos ayuda a llevar a cabo una gestión eficaz.



El análisis de las necesidades nos ha permitido conocer algunos aspectos en los que será necesario procurar ayuda en el futuro, en concreto, vamos a fomentar la comunicación de nuestras actuaciones en relación a la RSE mediante la utilización de las redes sociales. También estamos trabajando para favorecer la comunicación con todos los integrantes de la plantilla para trabajar conjuntamente en la mejora de los puestos de trabajo día a día.

Del mismo modo e intentando llegar a todo tipo de consumidores estamos trabajando en productos para alérgicos y libres de gluten para celíacos. Se está pendiente de ser certificado por la FACE.



DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES

Y éstos son algunos de los indicadores que hemos seleccionado para el análisis de la dimensión social de la sostenibilidad:

DIMENSIÓN SOCIAL	COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND GRI	UDES.
	Formación	Horas de formación por persona	Indicar el número medio de horas de formación por trabajador/a. Desglosado por categoría y por tipo de formación (promoción, prevención de riesgos laborales, medio ambiente, derechos humanos y otros).	LA10 LA11 HR3 HR8 SO3	15 h/pax. Año 2.010
	Igualdad de oportunidades	Personal según categoría profesional	Desglosar las personas de la organización según la categoría profesional, se especificará el porcentaje de mujeres, hombres, personas con discapacidad, mayores de 45 años, personas procedentes de programas de integración u otros para cada categoría.	LA13	40 % hombres 60 % mujeres 0 % discap. 50 % > 45 años 0 % emigrantes. Año 2.010
	Seguridad e higiene en el trabajo	Índice de incidencia	Indicar el valor del índice de incidencia de la organización, que equivale al número de personal con baja por cada millar de personal expuesto. Índice de incidencia = (Nº de accidentes con baja / total de la plantilla) x 100000.	LA7	12500. Año 2.010
	Satisfacción de la clientela	Quejas recibidas por parte de la clientela	Indicar el número de quejas recibidas por parte de la clientela durante el año, donde se determina la existencia en su origen de responsabilidad de la organización por cualquier naturaleza. Incluye tanto quejas fruto del incumplimiento de regulaciones como de códigos voluntarios.	PR4 PR5	73 no conformidades en año 2.010
	Comunidad local	Patrocinio y acción social	Describir la implicación de la empresa en la organización de actos sociales, culturales, solidarios o ambientales, y las colaboraciones anuales a nivel monetario o de cualquier otro tipo con el mencionado fin. (se realizan patrocinios en Duatlon Arbizu, Patinaje Noain, Sociedad deportiva Aldabide, Fiestas locales Ayuntamiento de Arbizu)	4.12 EC8 EC9	Se entrega producto. 1.010 Euros en año 2.010.



PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



Respecto a los comentarios sobre las tres dimensiones, se permite destacar las reflexiones del consultor tras el desarrollo del diagnóstico en el año 2008. El consultor afirmó lo siguiente “Sus responsables han recibido el mensaje y su contenido rápidamente y han detectado enseguida sus carencias y virtudes en cuanto a la responsabilidad social empresarial y el futuro de garantizar la satisfacción de los grupos de interés de la empresa.

Se trata de una empresa familiar y en relación a su tamaño y posibilidades se encuentran centrados en un sistema económico de desarrollo muy valorado por la sociedad, ya que están directamente vinculados al desarrollo rural de su entorno. En cuanto a la percepción del significado de la responsabilidad empresarial, solo puedo hablar positivamente, aunque en conversaciones mantenidas con ellos, piden que toda la sociedad por igual, incluidos los grandes grupos de presión, como puedan ser las grandes cadenas de distribución valoren las virtudes de una empresa socialmente responsable, ya que sino es así, todo esto, no tiene, ni tendrá sentido.”





LO QUE HACEMOS BIEN

Gracias a la elaboración del Diagnóstico RSE, pudimos conocer en qué aspectos de su gestión **EMBUTIDOS ARBIZU, S.L.** ya estaba actuando conforme a los criterios de la Responsabilidad Social Empresarial.

Son lo que denominamos buenas prácticas RSE, de las que nos sentimos especialmente orgullosos:

Nuestras buenas prácticas en la dimensión económica

- Las políticas retributivas van mas allá de los convenios establecidos.
- Adaptación rápida al nuevo plan general contable reforzada con formación.
- Reinversión de beneficios y como ejemplo claro, vistas de futuro y continuidad de una empresa familiar con reemplazo generacional.

Nuestras buenas prácticas en la dimensión ambiental

- Sensibilización y formación adquirida puesta en práctica.
- Concepción de nuevas instalaciones con matices beneficiosos ambientalmente. Por ejemplo instalación de un separador de grasas en el nuevo proyecto.
- Comunicación y relación optima con entidades de apoyo como el CRANA y la Asociación Consebro. La empresa realizo una auditoria ambiental y un plan de mejora con el programa Empresa y Medio Ambiente y ahora ha continuado con el programa EcoinovaRSE. Esto si es una realidad. De no disponer de un compromiso, no seguiría realizando estos programas.

Nuestras buenas prácticas en la dimensión social

- Embajadores de su localidad.
- Actividad ligada al desarrollo Rural.
- Empresa con vistas de continuidad y consumidora de productos locales, aunque ojala hubiese mas proveedores específicos de su actividad en las cercanías. Afirman que a parte de ser local, mejora el entendimiento cliente-proveedor, así como la calidad del servicio. También hay que indica que siempre hay excepciones y no se podría generalizar.



EL PLAN DE ACTUACIÓN

EMBUTIDOS ARBIZU, S.L. elaboró en 2.010 su primer Plan de Actuación RSE, lo que nos permitió avanzar un paso importante en el camino de la sostenibilidad y definir, con detalle, en qué aspectos y líneas de trabajo íbamos a enfocar nuestros esfuerzos de mejora, así como definir el seguimiento y control del mismo para garantizar la mejora continua de la gestión de la RSE en la empresa.

Este informe pretende, por tanto, dar continuidad al trabajo iniciado con el Diagnóstico de RSE, dando un paso más allá en el camino hacia la implantación de la responsabilidad social en la empresa. Así, una vez analizados los resultados del Diagnóstico, se ha redactado este Plan de Actuación, un instrumento eficaz para que la RSE se vaya integrando progresivamente en la estrategia empresarial.

Para la definición del Plan de Actuación tuvimos muy en cuenta la perspectiva de los diferentes grupos de interés, especialmente de los propietarios, clientes y la plantilla de la empresa, así como los resultados del Diagnóstico que hemos sintetizado en las anteriores páginas.

Un primer elemento clave del Plan de Actuación fue la definición de las Áreas de Mejora en las que vamos a centrar los esfuerzos durante el periodo de implantación del Plan:

Áreas de mejora en la dimensión económica

Mejora de transparencia y comunicación acerca de la situación económica a los Accionistas, Propietarios y Miembros del Consejo de Administración.

Difundir y comunicar públicamente las participaciones en actividades sin ánimo de lucro y en colaboración con ONGs.

Establecer un sistema para vigilar, controlar y evaluar las actividades destinadas a obra social a través de las entidades financieras con las que trabaja la empresa.

Valoración de satisfacción del trabajador en el cumplimiento de sus objetivos y su política retributiva para poder llevar a cabo medidas correctoras.

Áreas de mejora en la dimensión ambiental

Crear instrucciones para instalaciones comunes orientadas a disminuir consumos de recursos naturales e impactos. Wc, luces, residuos,..
Incluir criterios ambientales en la homologación de proveedores.
Mejora del sistema de control y vigilancia de los impactos producidos por el uso de recurso naturales y vertidos de aguas residuales.
Difundir y comunicar a todos los integrantes de la empresa sobre las actuaciones ambientales. Folleto RSE.

Áreas de mejora en la dimensión social

Ampliar mediante las Redes Sociales la comunicación RSE y su participación en actos sin animo de lucro.
Favorecer la comunicación con todos los integrantes de la plantilla para trabar conjuntamente en la mejora de los puestos de trabajo.
Mejora del control sobre la satisfacción del cliente y las medidas adoptadas.
Mejorar la vigilancia, el control y evaluación de las medidas de fidelización del cliente y identificación de cliente fiel.



AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO

Las Áreas de Mejora en las que **EMBUTIDOS ARBIZU, S.L.** está trabajando se desglosan a su vez en una serie de objetivos y acciones de mejora, que configuran nuestro compromiso en materia de RSE.

A continuación detallamos algunos de los objetivos más relevantes para el periodo que nos ocupa (2.011-2.012) y la variación esperada para algunos indicadores de desempeño - asociados a dichos objetivos- en este periodo.

Objetivo	Indicador asociado	Valor inicial	Valor esperado
Ampliar mediante las Redes Sociales la comunicación RSE y su participación en actos sin animo de lucro que fomenten el entorno rural y su potenciar gastronomico-social.	Nº de visitantes y usuarios de redes sociales.	Sin contabilizar	+ de 1.000 en año 2.012.
Organizar actos sin animo de lucro para fomentar el entorno rural utilizando como medio de difusión de las redes.	Nº de actos difundidos a través de las redes sociales.	0	3
Mejorar la vigilancia, el control y evaluación de las medidas de fidelización de la clientela y identificación de cliente fiel.	Nº de encuestas enviadas/Nº de encuestas recibidas	20/0	20/05
Poner a disposición del personal un sistema de participación a través del cual pueda aportar sugerencias en la mejora de las condiciones de sus puestos de trabajo	Nº de sugerencias recibidas.	0	5
Elaborar instrucciones y buenas practicas (panel ilustrativo para cada una de nuestros puestos de trabajo)	Nº de puestos realizados	0	6
Valoración de la satisfacción del trabajador en el cumplimiento de sus objetivos y de su política retributivo, para poder llevar a cabo medidas correctoras.	Nº de sugerencias recibidas.	0	5



LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN

Uno de los retos que nos plantea el enfoque RSE es el de **mejorar nuestra comunicación como empresa**, lo cual requiere un importante esfuerzo para trasladar nuestros planteamientos e intenciones a los grupos de interés y, también, escuchar sus puntos de vista, tratando de incorporarlos a nuestra práctica empresarial.

Dentro de este esfuerzo de comunicación y transparencia, utilizaremos esta Memoria de Sostenibilidad como elemento central de información sobre nuestros retos en materia de responsabilidad social.

Para lograr que la difusión de nuestros compromisos en materia de RSE y de esta Memoria sea lo más eficaz posible, estamos poniendo en marcha las siguientes acciones:

- *Reuniones de dirección con las diferentes áreas de la empresa.*
- *Potenciar la comunicación sobre nuestras actuaciones sobre la RSE gracias a nuestra página Web.*
- *Formar e informar a nuestro responsable de ventas sobre nuestras actuaciones sobre la RSE.*
- *Realización de una nota de prensa para comunicar nuestras actuaciones sobre la RSE.*
- *Aprovechar la prensa sectorial para comunicar nuestras actuaciones sobre la RSE.*
- *Favorecer la difusión de nuestras actuaciones en RSE mediante las redes sociales.*

Las metas que nos hemos planteado son ambiciosas y requieren un esfuerzo notable. Para seguir avanzando y conseguir nuestros objetivos es **esencial la colaboración de nuestros trabajadores, clientes, proveedores y de todas las personas o entidades que se ven afectadas por nuestra actividad**: necesitamos opiniones y sugerencias de mejora.

Todas las dudas, inquietudes o recomendaciones serán bienvenidas y tenidas muy en cuenta en nuestro compromiso con la sostenibilidad.

Puede dirigirse a nosotros personalmente, por correo postal o correo electrónico, en la siguiente dirección:

ARBIZU, S.L.

Pol. Utzubar, Calle C-E- Parcela 1-2

31839 Arbizu

www.embutidosarbizu.com

info@embutidosarbizu.com

948460628



iComprometidos
con la **sostenibilidad!**