



INNOVARSE

NAVARRA

GILVEMAR S.L.

**Memoria de Sostenibilidad
InnovaRSE 2012**

Septiembre del 2.012



Esta Memoria de Sostenibilidad 2012 de la empresa Gilvemar S.L. ha sido elaborada -siguiendo la metodología InnovaRSE por *Patricia Colorado Rubio*, de *C, Soluciones Empresariales del 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 para el Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial del Departamento de Desarrollo Rural, Industria, Empleo y Medio Ambiente 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 de esta Memoria puede ponerse en contacto con nosotros en:

Gilvemar S.L.

Calle Pasada del Prado s/n

Mendavia (Navarra)

Telf: 948 69 51 86 Fax:948 69 5455



ÍNDICE

UN RETO DE FUTURO _____	4
EL ALCANCE ESTA MEMORIA _____	6
¿QUIÉNES SOMOS? _____	8
NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN _____	14
COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS _____	15
LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD _____	16
DIMENSIÓN ECONÓMICA: UNA SÍNTESIS _____	17
DIMENSIÓN ECONÓMICA: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	18
DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES _____	19
DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS _____	21
DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	22
DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES _____	23
DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS _____	25
DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	26
DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES _____	27
PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL _____	28
LO QUE HACEMOS BIEN _____	30
EL PLAN DE ACTUACIÓN _____	32
AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO _____	34
LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN _____	35



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 Gilvemar S.L. inició en 2.009 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 Desarrollo Rural, Industria, Empleo y Medio Ambiente 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 se citan las siguientes:

- 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.
- Implantar y certificar los sistemas de gestión integrada de 9001 y 14001
- Pertenece al Servicio de Prevención Mancomunado de Consebro, servicio que trabaja por la excelencia en la gestión de la prevención en las empresas.
- Pertener al CPAEN para la transformación de productos ecológicos.
- Pertener Alimentos Artesanos de Navarra.
- Desarrollo de una nueva imagen corporativa y puesta en marcha de una pagina Web para mejorar la relación y comunicación con clientes y consumidores.

Además, hemos detectado también **algunas áreas y ámbitos de trabajo en los que estamos decididos a mejorar**. A continuación se citan las siguientes aéreas en las que se está trabajando:

- Incluir en la política de calidad de la empresa el compromiso con la RSE, dando a conocer la implicación que esta tiene en la misma.

- Integración de producción primaria en la empresa. Se trata de poner en marcha producción propia para aumentar el grado de economía local y optimizar los productos con un control exhaustivo en cuanto a pesticidas. Se garantiza la condición de producto ecológico.
- Actuaciones encaminadas a la mejora energética. Sustitución de caldera de generación de vapor.
- Incluir en la política de calidad de la empresa el compromiso con la igualdad de género en procesos como la contratación, la promoción y la formación.
- Modificar la documentación de los Sistemas de Gestión que se están implantando en la empresa, para tener en cuenta criterios de R.S.E.
- Establecer criterios de buen gobierno entre los directivos y mandos intermedios de la empresa.

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.

*Jesús López Suverviola
Gerente de Gilvemar S.L.
En Mendavia a 15 de agosto del 2.012*



EL ALCANCE ESTA MEMORIA

Esta Memoria de Sostenibilidad supone un tercer paso de Gilvemar 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 acreditados en la metodología InnovaRSE** por el CRANA y el Departamento de Desarrollo Rural, Industria, Empleo y Medio Ambiente.

La información recogida en esta Memoria corresponde a los ejercicios 2.009, con el inicio del diagnóstico y con el año 2.010, año en el que se elaboró el plan de actuación. En este plan se consensaron medidas que han sido desarrolladas en estos dos años. Es por este motivo, en especial, por la implantación y certificación de los sistemas ISO 9001 y ISO 14001 por lo que se publica la primera memoria de sostenibilidad de la empresa en el año 2.012 y no en el año 2.011. La memoria se actualizará con 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	4
	Dimensión económica, ambiental y social: la situación de partida	18,22,26
2 Perfil de la organización (2.1 - 2.10)	¿Quiénes somos?	8
3 Parámetros de la memoria (3.1 -3.8 y 3.10 - 3.12)	El alcance de esta memoria	6
4 Gobierno, compromisos y participación (4.1-4.4 y 4.14 -4.15)	¿Quiénes somos?	8
	Nuestra misión y visión	14
	Comprometidos con las personas	15
5 Enfoque de la gestión e indicadores por dimensiones	Dimensión económica, ambiental y social: una síntesis, la situación de partida e indicadores	17-27
	Lo que hacemos bien	30
	El plan de actuación	32
	Avanzando en nuestro compromiso	34



¿QUIÉNES SOMOS?

Gilvemar S.L. se encuentra ubicada en Mendavia, ubicación privilegiada en el valle del Ebro. Fruto de esta ubicación y del saber hacer de sus gentes, la localidad, es el municipio con más denominaciones de origen de España.

Dada su privilegiada situación en la ribera del río Ebro en el lugar en el que confluye el Linares Mayor, Mendavia cuenta con más de 3.000 hectáreas de regadío, lo que unido a sus fértiles tierras, proporciona una inigualable calidad a sus productos, siendo el municipio que cuenta con mayor número de denominaciones de calidad de todo el país.

Estas circunstancias convierten a Mendavia en el lugar ideal de producción agroalimentaria que sirve de palanca multiplicadora de un sector trascendental en nuestro desarrollo e identidad (la producción y transformación de productos agrarios).

Excelentes vinos y cavas, pimientos del piquillo, espárragos, verduras y otros productos de la huerta (alcachofa, cardo, borraja, ajo, cebolla, etc), pacharanes, olivos, etc, hace que nuestro término municipal disponga de las siguientes denominaciones de calidad:

- Denominación de Origen Calificada Vino de Rioja.
- Denominación de Origen Cava.
- Denominación de Origen Pimiento del Piquillo de Lodosa.
- Denominación Específica Espárrago de Navarra.
- Denominación Específica Pacharán de Navarra.
- Indicación Geográfica Protegida Alcachofa de Tudela.
- Indicación Geográfica Protegida Cordero de Navarra.
- Indicación Geográfica Protegida Ternera de Navarra.
- Alimentos Artesanos de Navarra.
- Producción Ecológica de Navarra.

Gilvemar S.L., dispone de una marca propia diferenciada en el mercado; Conservas Gilver.

La empresa cuenta con una parcela con varias naves adosadas en las que se ubican las distintas actividades realizadas, incluidas las oficinas.

La empresa se dedica a la fabricación de conservas artesanas y convencionales. El proceso productivo consiste en una línea de preparación del fruto que puede incluir máquinas lavadoras, escaldadoras, etc., según el fruto a procesar. Como ejemplo de sistema productivo, se describe la producción de pimiento, uno de los productos más emblemáticos que transforma la empresa.

El pimiento es asado y pelado en un horno rotativo. Otra línea tiene por función embotar o enlatar el fruto mediante la adición del líquido de gobierno y el cierre del tarro o lata. Finalmente, autoclaves verticales se utilizan para la esterilización del producto embotado o enlatado.

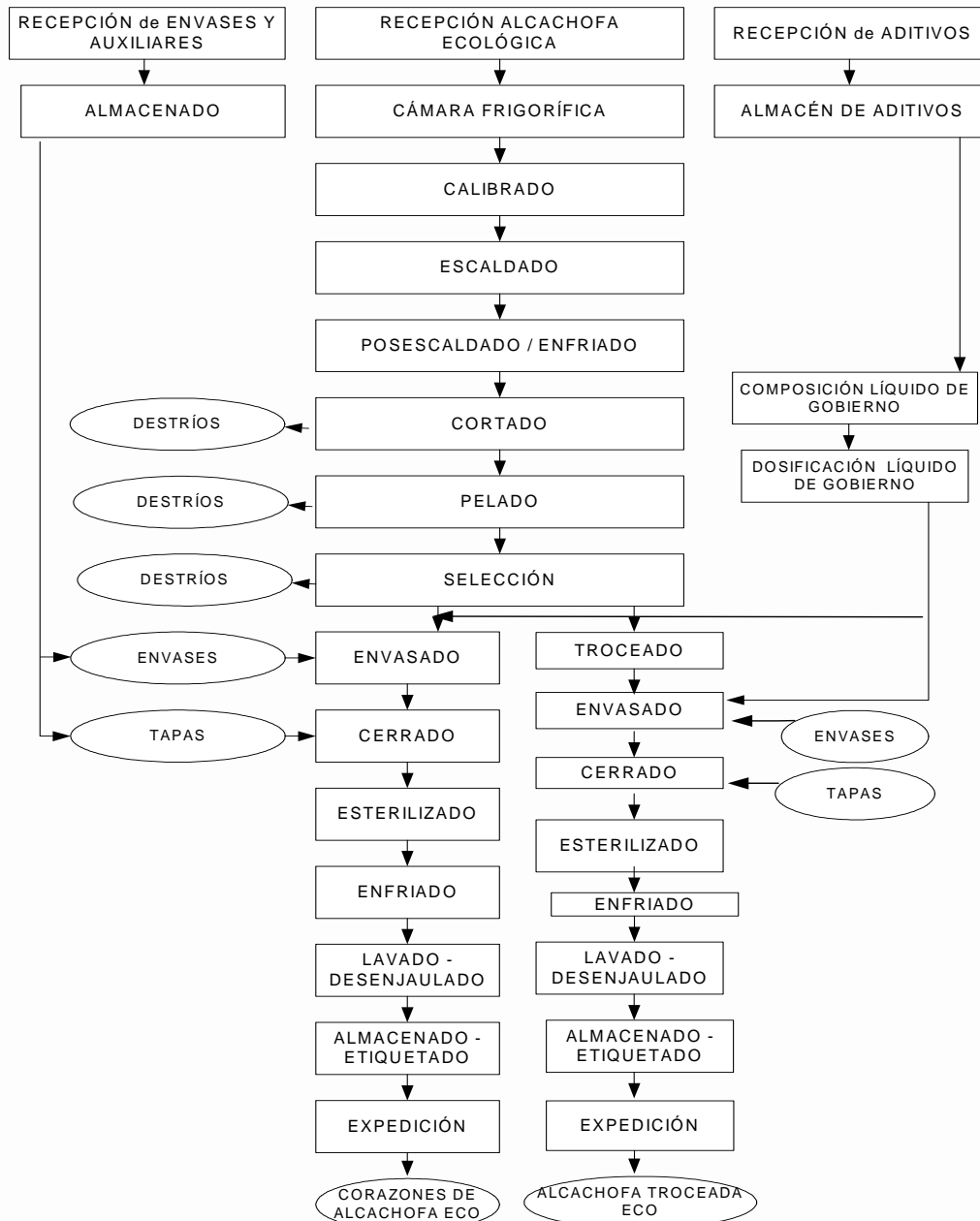
La empresa dispone de un carácter artesanal, y transforma productos de denominación y de primera calidad.

Sus productos fabricados principalmente son:

- Verduras y hortalizas:
 - Espárrago de Navarra.
 - Pimiento del piquillo de Lodosa.
 - Alcachofa de Tudela.

El proceso de producción esta diseñado acorde con las exigencias ambientales y de seguridad alimentaría. A continuación se describe el proceso de producción de alcachofa ecológica:

DIAGRAMA DE FLUJO ALCACHOFA ECOLÓGICA:



FASES: RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO

DESCRIPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA INGENIERÍA DEL PROCESO

Materias primas vegetales

La alcachofa se recibe en la empresa, si no va a elaborarse en el momento, se almacena en el almacén de materia prima ó cámara frigorífica, hasta que vaya a procesarse. Se comprueba que el producto esté identificado.

Aditivos

Todos los aditivos y sus embalajes se mantienen en condiciones correctas para que el producto no se degrade.

Envases

Los envases se reciben paletizados y retractilados. Se almacenan en el almacén de auxiliares, que es un local cubierto y aireado. Este lugar debe estar ventilado para evitar fenómenos de corrosión en los botes metálicos por condensación.

El almacenamiento de los envases se realizará de forma que el embalaje de los envases se mantenga íntegro para evitar su contaminación.

FASES: SELECCIÓN – CALIBRADO – ESCALDADO - ENFRIADO

DESCRIPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA INGENIERÍA DEL PROCESO

CALIBRADO

Llevado a cabo en un calibrador con la finalidad de conseguir mayor homogeneidad en el fruto. La materia prima se va seleccionando por calibres para su posterior escaldado, que su tiempo depende del calibre de la materia prima. Así se consigue una mejora en la textura de la materia prima.

ESCALDADO

En esta fase se consigue flexibilidad a la textura del fruto para facilitar el posterior manipulado y pelado. La materia prima será escaldada según sus tiempos establecidos dependiendo del calibre de la misma. También conseguimos eliminar carga microbiana que puede tener la materia prima vegetal.

POSTESCALDADO

A continuación del escaldado siempre se lleva a cabo un enfriamiento de la materia prima. El agua usada es agua fría para que la operación sea lo más breve posible y evitar problemas por microorganismos termófilos.

FASE: CORTADO - PELADO - SELECCIÓN

DESCRIPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA INGENIERÍA DEL PROCESO

CORTADO/PELADO

El cortado del corazón y tallo es llevado a cabo de forma automática por una peladora de alcachofas. Así como el pelado del fruto.

SELECCIÓN

Antes de envasar se inspecciona el producto visualmente, así como los envases. Los operarios comprueban que cumplen las condiciones higiénico sanitarias, antes de proceder. Se realiza manualmente y es donde se retiran la materia prima vegetal que no cumple con las especificaciones.

FASE: ENVASADO - CERRADO

DESCRIPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA INGENIERÍA DEL PROCESO

ENVASADO

Introducción de la alcachofa previamente troceada y ya calibrado, según diferentes calibres y categorías en los envases. Se produce posteriormente la adicción del líquido de gobierno. El líquido de gobierno se adicionará a una temperatura mayor de 75 ° C. para componerlo se utiliza agua de red, sal y ácido ascórbico.

CERRADO

El cerrado de los frascos de vidrio se realiza de forma manual, y el cerrado de los envases metálicos se realiza en una cerradora semiautomática, que coloca la tapa y completa el cierre. Con el llenado completo del envase se produce vacío en su interior. El vacío de los botes condiciona el contenido de oxígeno del espacio de cabeza: un vacío adecuado reduce la cantidad de oxígeno presente y asegura, por tanto, una mejor conservación del producto y del envase, ya que su presencia favorece las reacciones de oxidación así como el crecimiento de microorganismos aerobios.

Nuestras ventas, se realizan en un 80% en Navarra, el 10% en el Norte de España, 10% el resto de España y pequeños pedidos en otros países. Nuestras apuestas comerciales, nos están llevando a introducir producto en los mercados de Italia, Bélgica, Suiza y Francia.

Los nichos de mercado que exploramos y donde nos desenvolvemos cómodamente son el sector comercial, en un 80% de nuestra producción y el sector minorista y particulares, alcanzando el 20% de nuestra producción.

Nuestras ventas netas hacen un montante total de 1.400.217 euros (año 2.009).

Respecto a la capitalización de la empresa, desglosamos el valor de nuestra deuda, ascendiendo a 945.000 euros (2.009), disponiendo de unos recursos propios de 520.000 euros en 2.009.

En el pasado ejercicio 2.009, nuestra empresa transformó las siguientes cantidades de materia prima de origen vegetal:

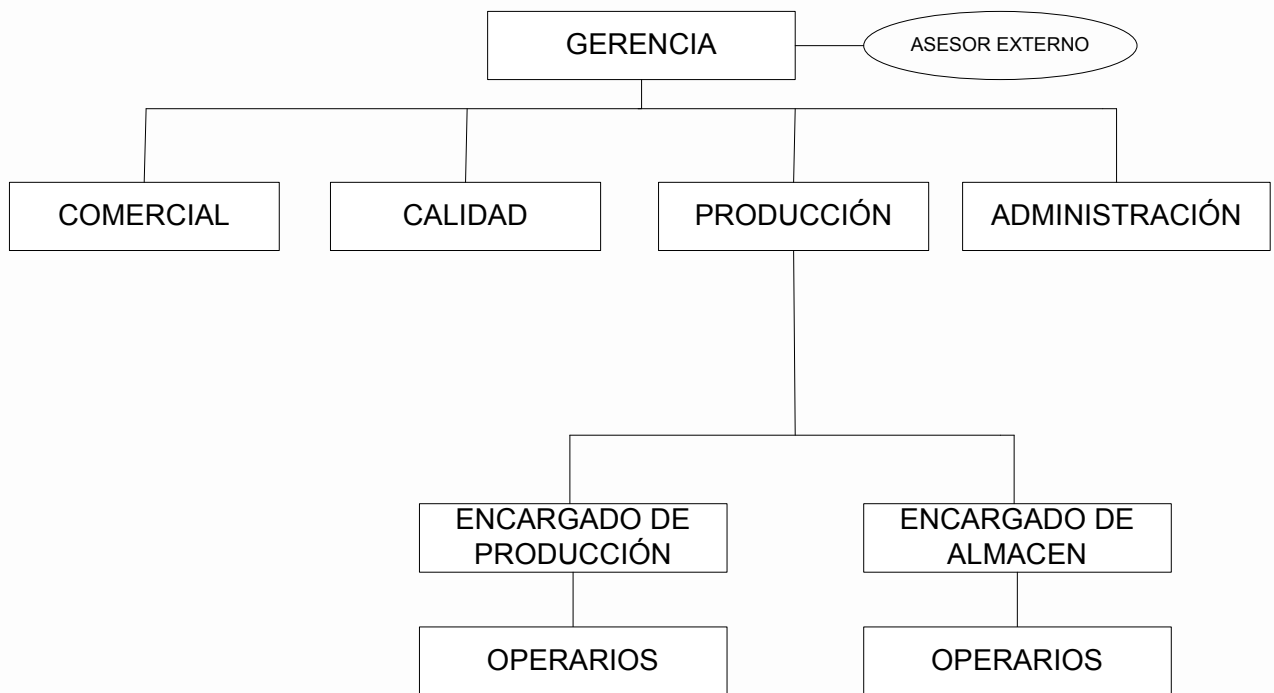
- alcachofa 69.000 kg
- espárrago 136.000 kgs
- Pimiento 125.000 kgs
- Verduras 4.000 kgs

Los mecanismos de la empresa para la comunicación con los accionistas, es a través de reuniones periódicas, y por la idiosincrasia de la empresa (carácter familiar) hay una continua y diaria comunicación.

Con los trabajadores, se hace una reunión mensual con un equipo de los mismos. Hay tablón de anuncios, y se da la comunicación, mediante conversaciones orales, dependiendo de la necesidad. Al estar la empresa certificada en sistemas de gestión que fomentan la interacción entre áreas de la empresa y facilitan la comunicación ascendente, descendente y horizontal, se ha mejorado mucho en este sentido en los últimos años. Hemos dotado de medios que mejora la comunicación como buzones de sugerencias y elaboración de encuestas entre el personal. En lo social, existe representación sindical con tres enlaces sindicales que velan por la armonía entre la dirección y trabajadores.

La estructura operativa de la empresa goza de colaboraciones con otras empresas agroalimentarias, como son Viuda de Cayo S.L., empresa de la localidad, con la que se trabaja en colaboración para mejorar la comercialización de los productos y aprovechar redes de distribución.

El organigrama de nuestra empresa es el siguiente:

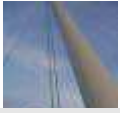


Durante los últimos años, se han dado cambios significativos durante el periodo cubierto por esta memoria. En especial, cabe destacar la certificación en varios sistemas (ISO 9001, ISO 14001, Global Gap y NOP) y actualmente nos estamos preparando para implantar IFS y BRC. También hemos desarrollado una auditoria interna de nuestro sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales.

En cuanto a las distinciones o premios recibidos, destacan los siguientes:

Primer premio calidad de espárrago de la Cofradía San Isidro Labrador y San Antonio Abad. 15 de mayo del 2011. XXV Concurso de calidad de espárragos. También ganamos el Concurso de cata de espárrago en el Día del espárrago en San Adrián 2009.

En cuanto al desempeño económico, ambiental y social, durante este periodo, se ha generado una reinversión productiva, diversificación de la actividad al apostar por el sector primario y la realización de inversiones inteligentes orientadas a la optimización de consumos energéticos y en el uso del agua.



NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN

La **misión** de Gilvemar S.L. es:

Gilvemar es un empresa familiar que proporciona productos de alta calidad a sus clientes y consumidores. Para lograr la consecución de nuestra misión, es indispensable enfocarnos siempre hacia la excelencia en el cliente y al consumidor sin perder de vista la calidad que viene ligada a nuestros productos. Somos conscientes de que los mejores productos se obtienen a partir de las mejores materias primas. Por ello, no cuesta esfuerzo producir productos de calidad, ya que estos provienen de la huerta Navarra.

La Calidad y el respeto al Medioambiente es para la dirección de la empresa una decisión estratégica de la que depende su imagen, su éxito y su liderazgo en el mercado.

La **visión** de Gilvemar S.L. es:

Elaborar y comercializar exitosamente nuestros productos con una gran calidad, transformándonos así, en una referencia para el sector agroalimentario.



COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS

Durante la elaboración de nuestro Diagnóstico y Plan de Actuación RSE, hemos podido analizar la importancia esencial que para Gilvemar S.L. tiene nuestra relación con los trabajadores, los proveedores y los clientes, así como con los miembros de nuestro consejo de administración y el respecto al "nombre" del que goza nuestra localidad en el sector agroalimentario Navarro.

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, respecto a nuestra localidad, es una cuestión de máxima responsabilidad. La localidad siempre ha apostado por el saber hacer de sus empresas agroalimentarias y el compromiso es recíproco para crear un buen nombre de Mendavia y ganar como marca. Se realizan ferias donde se lleva el nombre de Mendavia junto con sus productos para potenciar la imagen de la Marca "Mendavia".

Del mismo modo, la sociedad, en su concepto "local" es un grupo de interés de máxima relevancia ya que siendo conscientes de que nuestro modelo de negocio es un referente en el entorno rural y en la fijación de riqueza en la tierra, debido a las sinergias con los entornos rurales y con el sector primario, esta sociedad es donde se encuentran nuestros consumidores.

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, en el diagnóstico realizado en el año 2.009 se puso de manifiesto que debíamos ir mejorando en cuanto a criterios de buen gobierno en lo referente a la información a nuestros trabajadores y en la participación de estos en el diseño de la estrategia de la empresa.

En este sentido, con la implantación de los sistemas de gestión hemos mejorado muchísimo en prácticas de comunicación e información. Existe un buzón de sugerencias y se informa a los trabajadores de forma periódica sobre novedades en la gestión.

Regularmente se reúne el comité de dirección donde se toman decisiones y se marcan objetivos y estrategias a seguir.



LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD

La Unión Europea, en su Estrategia renovada para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas, define la RSE como «*la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad*».

La RSE recoge la inquietud por las cuestiones socioambientales y 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 2.009 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

En cuanto a la valoración global de la dimensión económica, hay que indicar que Gilvemar S.L. dispone de una buena situación en cuanto al modelo de gestión económica, basándonos en lo que conlleva su comportamiento en torno a la responsabilidad social. Dispone de proveedores y clientes de confianza y son apoyos indiscutibles para la propia empresa, identificados prácticamente desde el inicio de la actividad. Al tratarse de empresa Agroalimentaria que trabaja para el mercado Nacional, hay que indicar que la situación económica actual no ha desvirtuado sus planes a largo plazo, ya que se sigue reinvertiendo en el proceso productivo y en las mejoras de inmuebles e inmovilizados.

En cuanto a las dificultades para implantar aspectos de RSE en la dimensión económica, la empresa encuentra que con la situación económica actual, han proliferado los productos de calidad discutible como amenazas directas a los productos con denominación de origen.

Sin embargo, también contamos con importantes apoyos, como la Asociación de Industrias Agroalimentarias, los consejos reguladores, y el propio Gobierno de Navarra, ya que siguen manteniendo sus esfuerzos por posicionar al producto Navarra en el lugar que se merece.

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 invertir en producción primaria, para poder gozar de los beneficios que una producción integrada ofrece. De esta forma, nuestros productos serán mucho más sostenibles.



DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES

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

COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND GRI	Valores sobre el año 2.009
Uso de los recursos locales	Porcentaje de compras producidas en el territorio sobre el total de compras	Este indicador permite identificar el porcentaje de compras efectuadas en el mismo territorio donde la empresa está instalada sobre el total de compras.	EC1	60% € 2009
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	1.400.217€ 2009
Gestión de capital	Aumento o disminución de las ganancias retenidas al final del período	El objetivo de este indicador consiste en identificar la evolución de las Ganancias Retenidas (Beneficios – Dividendos = Ganancias Retenidas) de la organización durante un período en concreto, que puede ser respecto al año anterior o de un año base diferente. No obstante, es recomendable hacer una comparación explícita de la evolución de la ganancia retenida en los últimos tres años, como mínimo.	EC1	+ 74.006€ 2009
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	0 incidentes 2009

COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND GRI	Valores sobre el año 2.009
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...).		20.500€ 2009 21 personas 976,19 euros/perso



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, la empresa goza de una gestión óptima en cuanto al medio ambiente, aplicación de normativas y trabajo continuo para disminuir sus impactos ambientales. Tienen implantado un sistema de calidad y medio ambiente y está listo para ser certificado. Se están generando registros durante la realización de este diagnóstico. Según comenta la responsable, no se trata de una empresa con grandes impactos, pero los hay que exigen una elevada carga de trabajo y burocracia.

Obviamente, la empresa encuentra algunas dificultades para implantar aspectos de RSE en la dimensión ambiental, como es el caso de que la normativa de aplicación no distinga el trabajo de estas empresas en lo relacionado con el fenómeno de campañas y que, por ejemplo, en relación a la gestión de residuos peligrosos, no existan facilidades para las empresas que generan muy pocas cantidades anualmente. Se indica que la gestión ambiental necesita de una cantidad de trabajo importante a nivel interno.

Es importante mencionar, también, las ayudas y refuerzos con los que se cuenta, como la asociación de industrias agroalimentarias Consebro y su consultora, ya que brinda apoyo técnico especializado en relación a la gestión ambiental de forma aplicada a empresas como la nuestras.

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, consideramos que el consumidor debe valorar el gran esfuerzo que para una PYME supone implantar un sistema de gestión ambiental. También consideramos necesario un mayor apoyo de la administración a las pequeñas empresas que apuestan por una correcta gestión ambiental.



DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES

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

COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND GRI	Datos referidos al ejercicio 2.009
Gestión del agua	% total de agua reciclada o reutilizada para el funcionamiento de la actividad	La organización a 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 2009
Gestión de energía	Control y seguimiento del consumo directo e indirecto anual de energía, desglosado en fuentes primarias	Por una parte, se pretenden saber de todas las fuentes de energía que son utilizadas para el funcionamiento de la organización (en la producción, en el transporte de mercancías, en los desplazamientos de los comerciales...) cuál es su consumo anual. Por otra parte, interesa evidenciar si la organización realiza un seguimiento de estos consumos anuales, para así, a partir de un análisis, en los casos que sean necesarios, establecer medidas de mejora.	EN3 EN4	Eléctrica (58.418 Kwh) no hay gasoil (l) gas natural (54.157m3)

COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND GRI	Datos referidos al ejercicio 2.009
Producción y gestión de residuos	Control y seguimiento de la cantidad de residuos anuales generados, desglosados por tipología y tipo de tratamiento. Hay que relacionarlo con la producción para cada tipo de producto.	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, destino de tratamiento, siempre relacionado con la magnitud de las producciones.	EN5	cartón 50 kg Metal 650 kg Plástico 1552 kg Asimilables a urbanos= 1.972 kg Los Residuos orgánicos, o Subproducto son = alcachofa 67.000 kg espárrago 60.200 kgs Pimiento 109.165 kgs Verduras 1.500 kgs
Contaminación acústica	Diferencia del ruido exterior producido por la actividad y el valor de emisión límite de la zona de sensibilidad acústica	La organización a 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.		1,2 dCb Medición realizada en el año 2.010
Política y gestión ambiental	Existencia de sanciones y multas por incumplimiento de la legislación ambiental	La organización ha de indicar si ha recibido alguna sanción o multa por realizar prácticas empresariales ambientalmente incorrectas, a causa del no cumplimiento de la legislación que le afecta.	DA1 (relación con decálogo)	0 nº de sanciones y 0 €. 2.009



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

En cuanto al área Social, la empresa contribuye activamente al desarrollo de su localidad, disponiendo de puestos de trabajos estables y consumiendo recursos locales para el desarrollo de la actividad.

Hay que recalcar que en los miembros del consejo, existe un consejero de la Asociación, el cual participa activamente en el desarrollo de la industria Agroalimentaria a nivel Nacional y Europeo.

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 empresa indica que, aunque un 80% de la plantilla es femenina, existen puestos de trabajo de difícil adaptación. También es muy complicado generar una pro actividad entre la dirección y los trabajadores eventuales para que participen en la gestión de la prevención de riesgos laborales.

También hemos identificado los problemas que una empresa con nuestra tipología tiene al comunicar y generar noticia entorno a sus acciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial.

Aunque, obviamente, también disponemos de importantes apoyos, entre los que destacan el servicio de prevención mancomunado de Consebro, al cual la empresa pertenece y el apoyo del Gobierno de Navarra a las PYMES para poder desarrollar nuestras políticas de RSE.

El análisis de las necesidades nos ha permitido conocer algunos aspectos en los que será necesario procurar ayuda en el futuro, en concreto, el apoyo del Gobierno para impulsar las políticas de RSE en las PYMES. Sería necesario paralelamente a este apoyo el que los consumidores valoraran este cambio de modelo de empresa y la apuesta por unos valores.



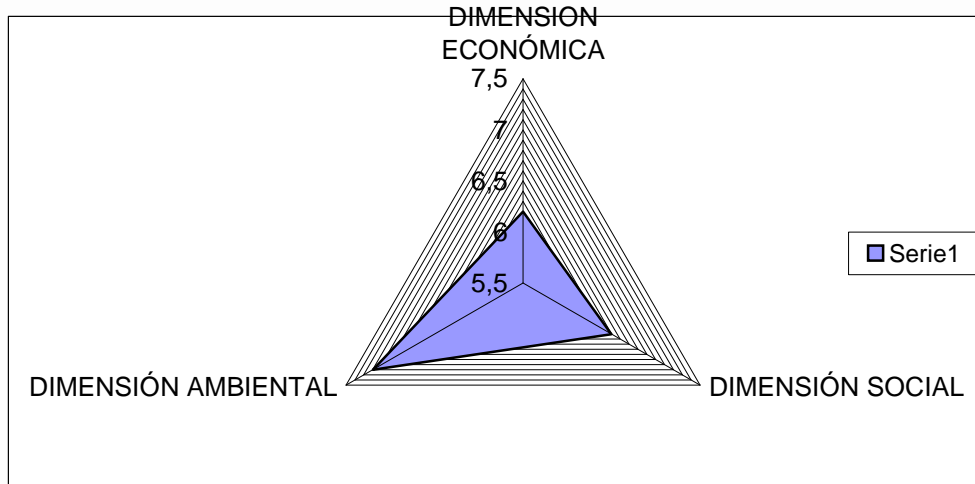
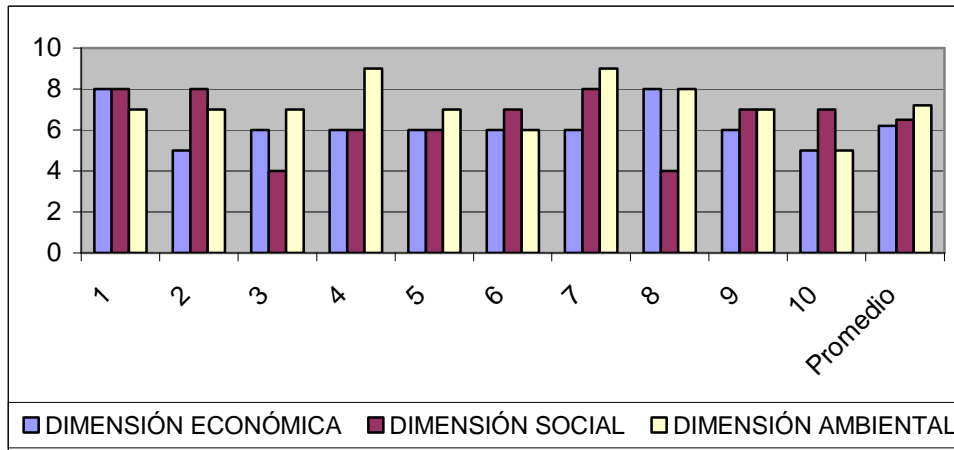
DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES

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

COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND GRI	Valores sobre el año 2.009
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	3,19h/pax. 2009
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	%hombres 35% % mujeres 65% % discap.0% % > 45 años 30% % emigrantes 20% 2009
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	% 2% 2009
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	nº quejas 0-1% 2009
Comunicación 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.	4.12 EC8 EC9	€/ventas totales, o €/Beneficios 0,10% 1.500 EUROS 2009



PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



En cuanto a la valoración global, se aprecia un buen posicionamiento y adaptabilidad, tanto a las normativas emergentes de referencia como al comportamiento ético empresarial. Se trata de una empresa consolidada y con muchos años de experiencia en el sector. En cuanto a su condicionado económico-social, hay que entender que este tipo de empresas se consideran agentes vertebradores del desarrollo rural, favoreciendo la salida de productos agrícolas locales y facilitando trabajo e intercambios con proveedores locales, sobre todo, muy apreciado en épocas difíciles como la actual a nivel económico. En cuanto a la integración de la mujer en el trabajo, se indica que para la mujer, son puestos de trabajo cómodos para el aporte económico a la unidad familiar sin que suponga una dedicación exclusiva, ya que se puede elegir trabajar ciertos meses al año, según disponibilidad o necesidad de la unidad familiar. Esto puede sonar machista por determinados colectivos, pero actualmente el trabajar por campañas es una forma de sustentación de muchas unidades familiares del entorno rural, permitiendo encontrar puestos de trabajo en el propio municipio de residencia sin necesidad de desplazamientos.

En cuanto a la economía local, al trabajar con productos de la zona de influencia de las denominaciones, se considerarían embajadores de Navarra en su zona de influencia comercial, ya que todos sus productos de referencia se comercializan bajo los distintivos de las denominaciones de origen protegidas.

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 Gilvermar 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

- Formalidad en cuanto a relaciones económicas, tanto con clientes como con proveedores.
- Rapidez de adaptación al nuevo plan contable, gracias al apoyo de la formación y de instituciones como la asociación Consebro.
- Se aprecia unas ganas de continuidad y apuesta por la empresa en cuanto a la política de reinversión, teniendo en cuenta las inversiones realizadas en los últimos 4-5 años. Estas inversiones no son rentables a corto plazo, sino que suponen una apuesta a largo plazo, ya que son inversiones de acondicionamiento de inmuebles y la propia actividad para la elaboración de conservas artesanas, ya que el entorno local es muy potente en este tipo de producciones.
- Se aprecia un control de costes muy inteligente, ya que se hace mayor hincapié en cuanto a control e información en las inversiones productivas, manejando periodos de amortización.

Nuestras buenas prácticas en la dimensión ambiental

- Sensibilización y formación adquirida puesta en práctica.
- Concepción de nuevas instalaciones con matices beneficiosos ambientalmente. Por ejemplo la sustitución de caldera de vapor, aislamientos térmicos y acondicionamiento de cámaras frigoríficas.
- Comunicación y relación óptima con entidades de apoyo como la Asociación Consebro. La empresa realizó una auditoría ambiental y un plan de mejora con el Plan de actuación del sector transformados vegetales PAASTV. Se culminó con la implantación de la ISO 14001.
- Formación ambiental por parte de la responsable de gestión de sistema que ha inculcado un modelo de gestión entre las diferentes áreas de la empresa.
- Apuesta por una producción primaria sostenible al certificar las producciones con Global Gap.

Nuestras buenas prácticas en la dimensión social

- Alta contratación femenina apoyando la conciliación laboral y familiar.
- Consideración de embajadores de Navarra a lo largo de la geografía nacional y europea.
- Actividad ligada al desarrollo Rural.

- Empresa con vistas de continuidad y consumidora de productos locales. Afirman que a parte de ser local, mejora el entendimiento cliente-proveedor, así como la calidad del servicio.
- Apoyo a las diferentes asociaciones locales en la realización de sus eventos.
- Apoyo al consistorio en su impulso por promocionar las denominaciones de origen de Navarra.



EL PLAN DE ACTUACIÓN

Gilvemar 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 accionistas e inversores, clientes y administración local, así como los resultados del Diagnóstico que hemos sintetizado en las anteriores páginas.

Un elemento clave del Plan de Actuación fue la definición de las Áreas de Mejora en las que se están centrando los esfuerzos durante el periodo de implantación del Plan. A continuación detallamos dichas Áreas de Mejora y el momento del proceso en que nos encontramos en la fecha de redacción de esta Memoria de Sostenibilidad:

Áreas de mejora en la dimensión económica

Documentar la planificación de las inversiones y establecer objetivos para controlar rentabilidad.

Se observa que la empresa no dispone de un Plan de Inversiones anual. Las inversiones se realizan en el momento de detectar su necesidad, no se tiene establecida una metodología de control de rentabilidad de las mismas.

Modificar los documentos de los Sistemas de Gestión que se están implantando en la empresa, para tener en cuenta criterios de R.S.E.

Se observa que la empresa dispone de un procedimiento para evaluar a sus proveedores, entre otros, pero no tiene establecidos criterios de valoración de responsabilidad social empresarial.

Áreas de mejora en la dimensión ambiental

Aumentar la transformación de producto ecológico. Se procederá a poner tierras en cultivo por parte de la empresa.

Integración de producción primaria en la empresa. Se trata de poner en marcha producción propia para aumentar el grado de economía local y optimizar los productos con un control exhaustivo en cuanto a pesticidas. Se garantiza la condición de producto ecológico. Se trata de una actuación a desarrollar que favorece varias áreas de mejora. Aumento de economía local, al no depender de productos ecológicos cultivados fuera de la comunidad foral de Navarra, mejora de la trazabilidad en cuanto a la seguridad alimentaria, ya que la empresa

controla los biocida utilizados y manteniendo en todo momento la categoría de producción ecológica. Actualmente la empresa se esta certificando con ISO 14001. La intención es potenciar la imagen ambiental de la empresa, se utiliza materia prima ecológica y el proceso se desarrollo con el control de impacto ambiental y el proceso de mejora continua.

Eliminar la caldera actual y sustituirla por un sistema de producción de vapor mas eficiente y menos contaminante.

Se trata de tomar la decisión de adquisición de un sistema que mejore la eficiencia en cuanto a consumo, aislamiento térmico y menor emisión de contaminantes atmosféricos.

Áreas de mejora en la dimensión social

Modificar la documentación de los Sistemas de Gestión que se están implantando en la empresa, para tener en cuenta criterios de R.S.E.

Lo que se pretende es incluir en la política de calidad, que está a disposición del personal de la empresa, el compromiso de la empresa con la RSE, de manera que el personal pueda realizar aportaciones mediante los canales establecidos.

Incluir en la política de calidad de la empresa el compromiso con la igualdad de género en procesos como la contratación, la promoción y la formación.

Lo que se pretende es dar a conocer los criterios por los que la empresa se rige para asegurar la igualdad de género.



AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO

Las Áreas de Mejora en las que Gilvemar 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 y la variación esperada para algunos indicadores de desempeño - asociados a dichos objetivos- en este periodo. Es importante aclarar que nuestro plan de actuación comenzó a finales del 2.010 y va a concluir a finales del 2.012.

Objetivo	Indicador asociado	Valor inicial	Valor esperado
Realización de la inversión para poner las tierras en funcionamiento. Sistemas de riego, preparación de la tierra, etc. Producción integrada.	Inversión/facturación	0 Euros Inversión/facturación 2009	25.000 Euros Inversión/facturación 2012
Instalación de nueva caldera más eficiente.	Instalación / no instalación	No instalación	Instalación.
Incorporar en la política de calidad de la empresa el compromiso con la RSE.	Nº personas informadas	0 % de plantilla.	100 % de plantilla.
Incorporación en la política de calidad criterios por los que la empresa se rige para algunos procesos que asegurar la igualdad de género y difusión al personal.	Nº personas informadas	0 % de plantilla.	100 % de plantilla.
Establecimiento sistema anual de planificación y control de inversiones a corto plazo.	% inversiones con cálculos rentabilidad	0 %.	100 %. Realizado, aunque a modo de planificación.
Adaptar sistema de homologación de proveedores actual.	% proveedores evaluados con criterios RSE	0 %.	10 %.



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:

- *Por ejemplo, en medidas como la reformulación de la política, se puede utilizar las reuniones con dirección para la reestructuración y aprobación. Se incluirá en el orden del día de las reuniones de calidad un espacio reservado a la revisión de las medidas de RSE y su estado.*
- *Incluir en la Web de la empresa un apartado específico dedicado a RSE, con un vínculo en la página de inicio.*
- *Incluir una breve explicación sobre la política RSE de la empresa en el contacto con nuevos clientes.*
- *Incluir una breve explicación sobre la política RSE de folletos comerciales que la empresa distribuye a sus clientes frecuentes.*
- *Enviar una nota de prensa comunicando que la empresa esta desarrollando actuaciones en relación a la RSE.*
- *Colaboración con el Ayuntamiento para informar a la ciudadanía de posibles visitas a la empresa para conocer sus prácticas sobre la RSE.*
- *Enviar una nota de prensa a medios especializados como la revista "Naturalmente unidos de la Asociación Consebro" comunicando que la empresa esta desarrollando actuaciones en relación a la RSE.*
- *Difundir mediante un folleto específico sobre RSE y la política de la empresa para la promoción de la empresa en ferias.*
- *Aprovechamiento de las redes sociales para la difusión y contacto con grupos de interés. Mantener un perfil actualizado con la difusión de las practicas sobre RSE que desarrolla la empresa.*
- *Comunicación a través del manual de acogida a los trabajadores en información de carácter ambiental. Se pretende realizar una incorporación de un texto sobre la apuesta por la RSE de la empresa para informar a sus trabajadores*
- *Celebración de cenas de empresa a las que asisten dirección y plantilla. Se trata de un agradable foro, donde se tratan temas de empresa en un ambiente mas distendido.*

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:

Gilvemar S.L.

Calle Pasada del Prado s/n

Mendavia.

gilvemar@consebro.com

948695186



INNOVARSE
NAVARRA