



INNOVARSE

NAVARRA

ACEITUNAS SARASA S.A.

Memoria de Sostenibilidad InnovaRSE 2013

[Octubre de 2013]



Siempre en tu casa

Esta Memoria de Sostenibilidad 2013 de la empresa **ACEITUNAS SARASA S.A.** ha sido elaborada -siguiendo la metodología InnovaRSE por **José M^a Martínez Pérez**, 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 para el Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial del Departamento de Economía, Hacienda, Industria 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:

ACEITUNAS SARASA S.A.
C/LA PEDRERA, 6 ANDOSILLA (NAVARRA)
www.aceitunas-sarasa.com
calidad@aceitunas-sarasa.com
948 67 40 64



ÍNDICE

| | |
|---|----|
| ÍNDICE | 3 |
| UN RETO DE FUTURO | 4 |
| EL ALCANCE ESTA MEMORIA | 6 |
| ¿QUIÉNES SOMOS? | 8 |
| NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN | 10 |
| COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS | 11 |
| LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD | 12 |
| DIMENSIÓN ECONÓMICA: UNA SÍNTESIS | 13 |
| DIMENSIÓN ECONÓMICA: LA SITUACIÓN DE PARTIDA | 14 |
| DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES | 16 |
| DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS | 17 |
| DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA | 18 |
| DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES | 20 |
| DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS | 22 |
| DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA | 23 |
| DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES | 24 |
| PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL | 25 |
| LO QUE HACEMOS BIEN | 26 |
| EL PLAN DE ACTUACIÓN | 28 |
| AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO | 30 |
| LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN | 31 |



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 **ACEITUNAS SARASA S.A.** 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 Economía, Hacienda, Industria 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:

- *La empresa dispone de procedimientos y sistemas para garantizar la retroalimentación con el cliente.*
- *La empresa participa activamente con entidades de integración de personas con discapacidad a través de la subcontratación de trabajos.*
- *Realización de auditorías de cuentas anuales sistemáticamente, sin tener en cuenta su obligatoriedad.*
- *Llevar a cabo programas de actualización del índice corrector al margen del cumplimiento de la normativa. Se trata de un ejercicio interno para aportar información sobre el coste real del vertido a la dirección de la empresa.*

Además, hemos detectado también **algunas áreas y ámbitos de trabajo en los que estamos decididos a mejorar** en *el plazo de 2 años (2011 – 2013)*, en concreto:

- *Buscar mejoras para el control de costes indirectos como el agua.*
- *Crear una sistemática para evaluar el carácter local a varias tipologías de proveedores*
- *Ampliar el conocimiento sobre los vertidos generados. Realización de un informe de situación aprovechando la caracterización del vertido en función del volumen que se ha realizado*
- *Realización de un procedimiento que integre todas las mediciones y autocontroles necesarios para la gestión del consumo de agua, generación de residuos y vertidos, así como emisión de ruido y contaminantes atmosféricos que pueda ser integrado en un sistema de gestión ISO 14001.*
- *Elaborar un plan de acción para mejoras en las condiciones ambientales de la nave de fabricación.*
- *Diseñar un sistema participativo para mejorar los puestos de trabajo por parte del trabajador.*

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.

ALBERTO RUBIO
GERENTE
EN ANDOSILLA, A 21 DE OCTUBRE DE 2013



EL ALCANCE ESTA MEMORIA

Esta Memoria de Sostenibilidad supone un tercer paso de **ACEITUNAS SARASA S.A.** 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 Economía, Hacienda, Industria y Empleo del Gobierno de Navarra.

La información recogida en esta Memoria corresponde a los ejercicios, **2011 cuando se realizó el Diagnóstico** y **2012 cuando se llevo a cabo el Plan de Actuación** y será actualizada en **2015**, puesto que este documento tiene un carácter **bienal**.

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 | 14, 18, 23 |
| 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 | 10 |
| | Comprometidos con las personas | 11 |
| 5 Enfoque de la gestión e indicadores por dimensiones | Dimensión económica, ambiental y social: una síntesis, la situación de partida e indicadores | 14-26 |
| | Lo que hacemos bien | 27 |
| | El plan de actuación | 29 |
| | Avanzando en nuestro compromiso | 32 |



¿QUIÉNES SOMOS?

ACEITUNAS SARASA S.A. está situada en el casco urbano de Andosilla y su actividad es la derivada de la producción de encurtidos.

Empresa familiar, hoy dirigida por la segunda generación, fue fundada por Rafael Rubio y Carmen Sarasa en el pueblo navarro de Andosilla en 1968. En sus 44 años de trayectoria, la apuesta permanente por la innovación en productos y la modernización constante de sus instalaciones, ha convertido a Aceitunas Sarasa en una de las empresas de referencia en su sector.

La marca principal es “SARASA” para todos sus productos (8):

- Aceitunas
- Pepinillos
- Banderillas
- Coctel
- Cebollitas
- Guindillas
- Variantes y otros



La Estructura operativa de la empresa está formada por:

- ✓ Consejo Rector, Presidente y Asamblea General.
- ✓ Gerente, Encargados de sección, responsables de sección.

Las ventas en el mercado nacional, A través de Grandes Superficies, Distribuidores, Tiendas, Restauración, Clientes finales abarca todo el territorio.

Las ventas en el mercado internacional, principalmente se centran en Francia, Reino Unido y países Africanos.

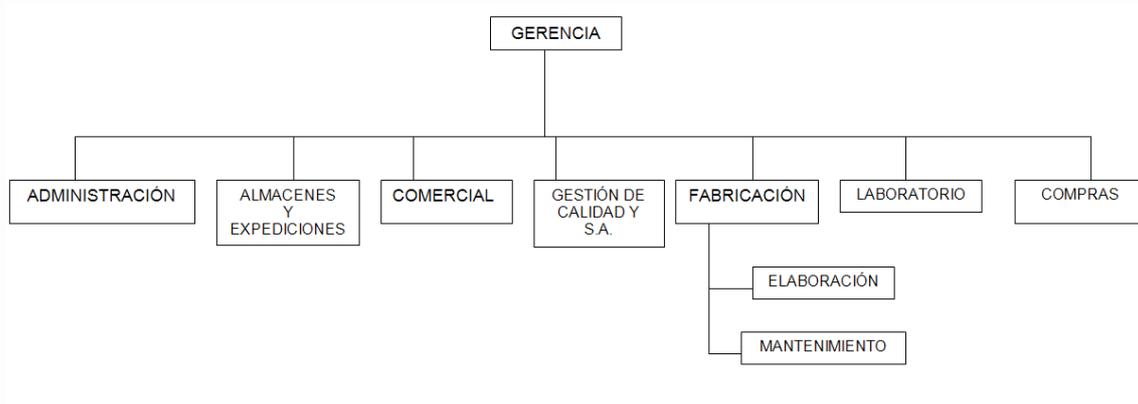
Dimensiones de la organización en la actualidad son:

- número de empleados : 60 de media anual
- ventas netas: 10.676.816,42 euros
- capitalización total, desglosada en términos de deuda (1.370.000 euros) y patrimonio neto(7.500.000 euros)

Los mecanismos de comunicación utilizados por la empresa son:

- ✓ para los socios la Asamblea General y el Gerente
- ✓ para los empleados, los canales habilitados para ese fin.

ORGANIGRAMA





NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN

La **misión** de **ACEITUNAS SARASA S.A**

Aceitunas Sarasa es una empresa familiar dedicada a la fabricación de conservas vegetales especializada en la fabricación de aceitunas y encurtidos con una larga trayectoria. Somos una empresa radicada en el corazón del Valle del Ebro, muy implantada en el entorno rural.

Gracias al trabajo diario y al saber hacer podemos responder con todo un completo proceso de elaboración, que en el preciso caso de la aceituna verde de mesa (nuestro principal producto), puede comprender desde su recogida en el olivo, hasta su envasado. El servicio y la calidad están garantizados por parte de una de las pocas empresas Españolas que llevan a cabo todo el proceso en su totalidad disponiendo de los más avanzados sistemas de gestión como IFS. Somos una empresa proactiva y colaboramos en proyectos de interés sectorial para mejorar la sostenibilidad de nuestros procesos productivos.

Contamos con nuestro Maestro tradicional aderezador, que con la experiencia de los años, ha logrado el éxito de nuestros productos y garantizado su calidad.

La **visión** de **ACEITUNAS SARASA S.A.**

Nuestro reto es el mantener en el mercado nuestros productos con las máximas exigencias de calidad y satisfaciendo en todo momento las exigencias de nuestros clientes al brindarle productos de siempre con el sabor de siempre. Para ello, Aceitunas Sarasa dispone de los más exigentes sistemas de gestión, como IFS para garantiza las mayores exigencias desde la seguridad alimentaria.

En nuestro afán de poder llegar a todos los paladares hemos conseguido certificarnos con el sello Kosher. Hoy, más allá de ser marca que identifica a la comunidad judía, el sello kosher se abre paso en el mundo como sinónimo de calidad, limpieza y salud, atributos muy identificativos de la industria agroalimentaria.

Al margen de los retos conseguidos, estos sistemas de gestión nos hacen tomar decisiones día a día inmersas en un proceso de mejora continua. Nuestra razón de ser y superación constante.



COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS

Durante la elaboración de nuestro Diagnóstico y Plan de Actuación RSE, hemos podido analizar la importancia esencial que para **[ACEITUNAS SARASA S.A.]** tiene nuestra relación con los trabajadores, los proveedores y los clientes, así como:

- Propietarios, accionistas y miembros del consejo de administración.
- Clientes y consumidores.
- Trabajadores y proveedores.

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, podemos decir que por un lado un Grupo de Interés fundamental agrupa a; **Propietarios, accionistas y miembros del consejo de administración**, los cuales soportan el impacto diario de la actividad de la empresa pero también tienen una gran influencia en la actividad, de este grupo de interés depende en gran medida la toma de decisiones y asunción de riesgos pero también la obtención de resultados.

Otro segundo grupo serían nuestros **clientes o consumidores finales** que nos dan información sobre cómo funcionan nuestros productos, la repercusión de esta comunicación influye directamente en nuestra actividad, bien atendiendo a los requisitos de los clientes sobre productos o bien de consumidores finales que nos hacen buscar la mejora de los procesos y de los productos.

Por último, un tercer grupo formado por **trabajadores y proveedores**, en los que el impacto económico de nuestra actividad a nivel local es muy importante, mientras que su influencia también es muy importante, ya que sin su compromiso no sería posible llevar a cabo nuestros productos de forma viable.

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, existe una sistemática para garantizar la ética de la empresa. Se colabora entre diferentes áreas y se redefine la estrategia mediante la opinión de diferentes secciones de la empresa.

La entidad fomenta la transparencia con sus grupos de interés y la participación de sus empleados a través de distintos mecanismos establecidos en los sistemas de gestión implantados en la empresa.

Durante la confección del **Plan de Actuación** se desarrolló un **área de mejora** relacionada con la participación de los trabajadores para mejorar los puestos de trabajo a través de la elaboración de una encuesta para recoger sugerencias.



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 socio-ambientales 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 **2011** 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

Se trata de una empresa con una gestión de los temas económicos y administrativos muy correcta.

Se aprecia una estabilidad en la plantilla de administración, a nivel técnico y de dirección que hacen que la estrategia fijada funcione ya que existe un buen entendimiento y se participa a modo de sugerencias que son tenidas en cuenta por gerencia.

El nivel de inversión ha sido considerable en los últimos años, modernizando el proceso, optimizando costes y volviendo a la factoría más competitiva. Estos hechos han ocasionado un aumento en ventas y apertura de nuevos mercados.

Como debilidades están la necesidad de financiación para seguir con el crecimiento empresarial previsto y la dependencia de un mercado con altos y bajos, muy difícil de prever.

En cuanto a las dificultades para implantar aspectos de RSE en la dimensión económica, la empresa encuentra:

- **Rentabilidad y su análisis.** La empresa **planifica las inversiones** que va a acometer mediante un seguimiento periódico del plan de inversiones bianual. La situación actual no favorece el pensamiento a largo plazo, por lo que inversiones cuya amortización supere los 5 años son descartadas. Existen inversiones que al no realizarse un análisis de rentabilidad pueden perder valor en mercado y se convierten en cargas financieras para la empresa.
- **Necesidades de financiación.** Actualmente la financiación externa es todo un reto. Las entidades bancarias ponen cada vez más problemas a nivel general.
- **Financiación del circulante.** Al tratarse de empresas que trabajan en campaña, manteniendo un stock importante. El valor de este se va depreciando. Se fabrica lo que el campo ofrece. Esto hace que sea muy difícil el ajuste de stocks y al disponer de producto fabricado almacenado, es necesario financiar el circulante.

Sin embargo, también contamos con importantes apoyos, como:

- **Asociación sectorial CONSEBRO.** La empresa pertenece a la asociación desde hace más de 30 años. Existe una relación íntima y se apoya en el diseño de estrategia y a nivel de vigilancia estratégica y de mercado.

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:

- **Financiación.** Se hace necesario disponer de facilidades en la financiación de circulante y para poder hacer frente a las campañas.
- **Nuevos productos.** La empresa planifica las inversiones que va a acometer mediante un seguimiento periódico del plan de inversiones. Al tratarse de ejercicios de apenas tres meses de duración en producción, las amortizaciones son más a largo plazo de lo que es habitual en la industria. Sería interesante buscar nuevos productos a trabajar para amortizar más días anuales.

- **Nuevos mercados.** La empresa está en un proceso de internacionalización. Para poder conseguir con éxito este reto es necesario el almacenamiento de producto elaborado para poder servir pedido, muchas veces imprevisibles.
- **Alianzas comerciales.** Se busca la posibilidad de compartir costes logísticos y de apertura de mercados para favorecer la exportación.



DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES

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

| COMPROMISO | INDICADOR | DESCRIPCIÓN | IND GRI | UD.DES. |
|------------------------------------|---|--|------------|-----------------|
| 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 | 27% € |
| 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 | 10.676.816,42 € |
| Económico general | Productividad del empleo | Facturación / Plantilla total | | 177.947 €/pax. |
| 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 Nº incidentes |
| Económico general | Rendimiento del capital | Beneficio antes de impuestos / Fondos propios | | 14 % |



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

Se trata de una empresa cercana al núcleo urbano. Esta situación dificulta ciertos temas ambientales como las autorizaciones ambientales vía licencia. Actualmente se ve complicada la posibilidad de ampliación en la ubicación actual. La empresa se ha certificado en IFS y con este sistema se supervisa en cumplimiento legal relacionado con la gestión de los vertidos y residuos producidos en el proceso.

La empresa ha realizado unos grandes esfuerzos para mejorar la calidad de sus vertidos. Ha instalado un sistema muy complejo para la recuperación de líquidos alcalinos y ácidos, que mediante un tratamiento pueden volver a ser utilizados. Ha realizado mejoras en su sistema de pre-tratamiento de vertidos, mejorando la neutralización del Ph y construyendo una arqueta para el control de los efluentes industriales vertidos. A nivel general se goza de una buena gestión. Se ha puesto en marcha un plan para mejorar la gestión de los vertidos y estudiar la viabilidad de seguir vertiendo al colector público mediante autorización de NILSA.

A corto plazo no se ve interesante la certificación ISO 14001 ya que no es valorada por el **mercado**.

Obviamente, la empresa encuentra algunas dificultades para implantar aspectos de RSE en la dimensión ambiental, como es el caso de:

- **El día a día en cuanto a la carga burocrática de la gestión.** Carga burocrática y autoevaluación OCA para la verificación de las condiciones de vertido. Supone una carga de trabajo extra y deriva los costes de la inspección a las propias empresas.
- **Poca capacidad de maniobra en relación a disminución de ratios en relación a embases y embalajes puestos en el mercado.** Envases y embalajes.
- **Certificación ambiental.** No lo ven como una herramienta óptima, ya que no es valorada por los clientes frente al precio. Sistemas de gestión.

Es importante mencionar, también, las ayudas y refuerzos con los que se cuenta, como:

- **CONSEBRO.** Se valora el desarrollo del Plan de Actuación Ambiental del Sector, ya que facilita las situaciones para alcanzar transparencia legal.
- **Consultoras.** Se valora el apoyo recibido en el día a día de las consultoras ambientales para el desarrollo de planes ambientales y tramitaciones con la administración.
- **Gestores de residuos.** Se valora la disminución del ratio de generación de asimilable urbano desde que se comenzó con la segregación y separación de las diferentes tipologías de residuos orientados por el gestor.

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:

- **Mayor valoración de la gestión ambiental por clientes frente al precio.**
- **Facilidades de gestión.** En lo relativo a vertidos, es muy dificultoso la gestión para una empresa que procesa multitud de productos y formatos diferentes. Sería interesante disponer de una depuradora conjunta para empresas agroalimentarias de la zona, preparada para el tratamiento de efluentes agroalimentarios.

- **Valorización de subproductos.** La empresa genera una cantidad importante de huesos de aceituna. Estos podrían ser objeto de interés por parte de alguna empresa para su valorización energética.



DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES

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

| COMPROMISO | INDICADOR | DESCRIPCIÓN | IND GRI | UD.DES. |
|---------------------------|---|---|------------|---|
| 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 | 34 %m3 (2012) Agua que es ahorrada por el funcionamiento de la torre de refrigeración. Agua de enfriado de esterilización. Este ahorro depende del número de cocidas anuales. Si ha aumentado respecto al 2010, aumentaría el % de ahorro |
| 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 | 708.071Eléctrica (Kwh) 6.893.925 gas natural (m3) (2010) |
| Gestión de energía | Porcentaje de energía consumida proveniente de fuentes renovables propias | Se quiere poner de manifiesto qué cantidad de toda la energía consumida por la organización proviene de fuentes de energía renovables de producción propia (placas fotovoltaicas, aerogeneradores...). | EN5 | 0 % (2012) |

| | | | | |
|-------------------------------------|---|--|------|--------------------------------|
| Política y gestión ambiental | Existencia de sanciones y multas por incumplimiento de la legislación ambiental | La organización ha de indicarse ha recibido alguna sanción o multa por realizar prácticas empresariales ambientalmente incorrectas, a causa del no cumplimiento de la legislación que le afecta. | EN28 | 0 nº sanciones 0€ (2012) |
| Afectaciones al suelo | Volumen de vertidos accidentales más significativos | La organización ha de exponer la existencia o no de vertidos accidentales significativos. En caso afirmativo, el volumen de estos. | EN23 | 0 m3 (2012) |

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

De forma global la empresa está muy inmersa en la mejora continua de su empresa y esto se refleja en la dimensión social. Así como su interés por la integración de colectivos discapacitados y colaboración con entidades de integración de personas con discapacidad a través de la subcontratación de trabajos.

La dirección de la empresa tiene claro cuál es su estrategia y objetivos sin embargo no está documentado, por lo que no puede trasladarse al personal de manera que puedan ser partícipes del mismo.

Se trabaja en el ámbito preventivo de forma constante y con la participación del personal.

La empresa considera de gran importancia la implicación de las personas trabajadoras en la gestión diaria, por lo que realiza charlas orientadas a la motivación de las mismas.

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:

- **Elaboración Plan de Igualdad**
- **Elaboración de un código de prácticas profesionales**

Aunque, obviamente, también disponemos de importantes apoyos, entre los que destacan:

- **Consultora.** Apoyo en la gestión del sistema de gestión.

El análisis de las necesidades nos ha permitido conocer algunos aspectos en los que será necesario procurar ayuda en el futuro, en concreto:

- **Realizar una auditoría externa del sistema de gestión de la prevención de Riesgos.** Sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales.



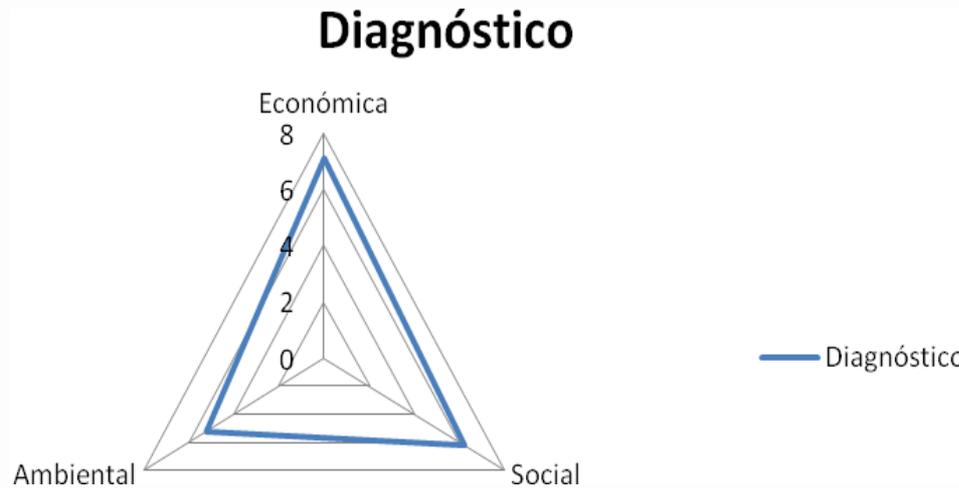
DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES

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 | UD.DES. |
|--|--|--|-----------------------------------|---|
| 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 | 72 horas/50 personas. 1,44 h. (2012) |
| 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 | 30 % hombres 70 % mujeres 0% discap. 14,6% > 45 años 66% emigrantes (2012) |
| 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 = $(N^{\circ} \text{ de accidentes con baja} / \text{total de la plantilla}) \times 100000$. | LA7 | 6000 (2012) |
| 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 | 9 nº quejas (2012) |
| Formación | Formación de la plantilla | Indicar el porcentaje del personal respecto al total de la plantilla que ha realizado actividades de formación en el último año. | LA12 | 12% pax. (2012) |



PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



Respecto al equilibrio entre las tres dimensiones, hemos observado que el área económica despunta, mientras que el área ambiental dispone de mayor capacidad de mejora. Se trata de una actividad que en los últimos años ha ido ganando mercado y aumentando su producción y ventas. En la actual ubicación se hace muy difícil.



LO QUE HACEMOS BIEN

Gracias a la elaboración del Diagnóstico RSE, pudimos conocer en qué aspectos de su gestión **ACEITUNAS SARASA S.A.** 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

Realización de auditorías de cuentas anuales sistemáticamente, sin tener en cuenta su obligatoriedad.

La empresa lleva a cabo de forma sistemática, desde su creación, la realización de auditorías de cuentas anuales. Actualmente es obligatoria, pero, debido a la experiencia de años atrás, se ha conseguido una transparencia idónea en estos procesos. Esta práctica da seguridad y confianza a los inversores de la empresa y facilita información para una rápida respuesta ante problemas financieros y capacidad de inversión de la empresa..

Propietarios, trabajadores, miembros del consejo de administración, accionistas.

Nuestras buenas prácticas en la dimensión ambiental

Llevar a cabo programas de actualización del Índice corrector al margen del cumplimiento de la normativa. Se trata de un ejercicio interno para aportar información sobre el coste real del vertido a la dirección de la empresa.

Se trata de evaluar anualmente, mediante la realización de autocontroles la realidad de las cargas vertidas. Se trata de un información valiosa para la empresa, ya que en procesos productivos tan cambiantes a lo largo de los años, se concentran en menor o mayor medida los contaminantes y por consiguiente la aplicación en facturación del índice correcto. A la empresa se le aporta una información útil para la toma de decisiones.

Propietarios, Entidades locales.

Nuestras buenas prácticas en la dimensión social

La empresa dispone de procedimientos y sistemas para garantizar la retroalimentación con el cliente.

Al encontrarse certificada con un sistema de gestión de calidad basado en la norma IFS, dispone de procedimientos y sistemas para garantizar la comunicación con los clientes, tanto en caso de reclamaciones como para fidelizarlos con el paso del tiempo.

Cientela, Propietarios, Personas trabajadoras

La empresa participa activamente con entidades de integración de personas con discapacidad a través de la subcontratación de trabajos, además dirección está muy concienciada y prevé la contratación de personas de este colectivo en su afán por la integración de estas en la vida laboral.

Actualmente se subcontratan servicios de marketing y serigrafía de ropa con Adisfa y Artal.

Desde dirección se está intentando la contratación de personas con discapacidad, la empresa desde el departamento de calidad y prevención de riesgos está realizando evaluaciones de los puestos de trabajo para ver cuáles podrían ser aptos.

Personas trabajadoras, propietarios, sociedad



EL PLAN DE ACTUACIÓN

ACEITUNAS SARASA S.A. elaboró en **2012** 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, accionistas y miembros del consejo de administración. Clientes y consumidores. Trabajadores y proveedores**, 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

Buscar mejoras para el control de costes indirectos como el agua

Se trata de diseñar un procedimiento para integrarlo en la gestión diaria de la empresa. Este procedimiento estará orientado al control y supervisión del uso del agua por la empresa y su relación con la cantidad de productos transformados y su tipología de formatos. Con este sistema se quiere mejorar la operatividad y el conocimiento sobre un coste importante para la empresa como es el agua. Así el reparto de este coste en los escandallos de producción estará mucho mejor dirigido y será mas real. Se aprovechará el diagnostico sobre uso y gestión del agua en la empresa a través del proyecto Innowater

Crear una sistemática para evaluar el carácter local a varias tipologías de proveedores.

Valorar la condición de proveedor local en cuanto a proveedores y materiales auxiliares en el sistema de homologación de proveedores que posee la empresa. Se trata de introducir el carácter local en el sistema de evaluación de proveedores que dispone la empresa.

Áreas de mejora en la dimensión ambiental

Ampliar el conocimiento sobre los vertidos generados. Realización de un informe de situación aprovechando la caracterización del vertido en función del volumen que se ha realizado.

Se pretende aprovechar la información recopilada durante el desarrollo del proyecto Innowater para recalcular el índice corrector de aplicación y elaborar un informe sobre el coste del canon de saneamiento con las circunstancias actuales de la producción y evaluar si es necesaria su actualización ante Nilsa.

Realización de un procedimiento que integre todas las mediciones y autocontroles necesarios para la gestión del consumo de agua, generación de residuos y vertidos, así como emisión de ruido y contaminantes atmosféricos que pueda ser integrado en un sistema de gestión ISO 14001.

Se trata de unificar el área operacional en relación a la gestión ambiental. Integrando en un único procedimiento toda la gestión operativa ambiental se conseguirá disponer de una forma clara y concisa de las tareas y obligaciones legales en cuanto a mediciones y necesidades de actualizar los autocontroles y registros.

Áreas de mejora en la dimensión social

Elaborar un plan de acción para mejoras en las condiciones ambientales de la nave de fabricación.

Se ha detectado una posibilidad para mejorar las circunstancias y las condiciones ambientales en la nave de producción. Básicamente consiste en paliar los efectos que generan estrés térmico poniendo en marcha una reestructuración de líneas previamente a la climatización de las áreas de trabajo.

Diseñar un sistema participativo para mejorar los puestos de trabajo por parte del trabajador.

Elaborar unas encuestas para que el personal colabore con la empresa en mejoras de los puestos de trabajo.



AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO

Las Áreas de Mejora en las que **ACEITUNAS SARASA S.A.** 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 dentro de la vigencia del **Plan de Actuación 2012 - 2013** y la variación esperada para algunos indicadores de desempeño - asociados a dichos objetivos- en este periodo.

| Objetivo | Indicador asociado | Valor inicial | Valor esperado |
|---|--------------------|---------------|----------------|
| Determinación de puntos a medir y elaboración de un procedimiento de actuación. | | | |
| Realización de mediciones y vigilancia de consumos en producción. | | | |
| Elaboración de una tabla con consumos imputados a unidad de producto. | | | |
| Determinar el carácter local de la empresa. | | | |
| Realizar una prospección sobre los proveedores ya aprobados para ver el grado de incidencia del carácter local a nivel de proveedores de servicios y materiales auxiliares. | | | |
| Diseñar el nuevo criterio de evaluación, incluirlo y actualizar los registros de todos los proveedores de la empresa. | | | |
| Analizar la información obtenida tras el desarrollo del proyecto Innowater. | | | |
| Validar datos y resultados obtenidos por parte de la dirección ó ampliar, si fuera necesario la caracterización realizada. | | | |
| Realizar un informe con un recalcu del índice correcto de aplicación, según la normativa aplicable. | | | |



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:

- **Página Web.** *Incluir en la página Web, un apartado específico dedicado a RSE, donde se publicara esta memoria.*
- **Prensa local.** *Enviar una nota de prensa sobre la redacción de esta memoria a los medios de comunicación locales.*
- **Prensa sectorial.** *Enviar una nota de prensa a medios especializados como la revista “Naturalmente Unidos” de la Asociación Consebro.*
- **Folleto y publicidad empresa.** *Incluir los criterios RSE de la empresa, como misión y visión, además de hacer referencia a que está disponible esta memoria en la Web de la empresa*

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:

ACEITUNAS SARASA S.A.
C/LA PEDRERA, 6 ANDOSILLA (NAVARRA)
www.aceitunas-sarasa.com
calidad@aceitunas-sarasa.com
948 67 40 64



INNOVARSE
NAVARRA