



Memoria de Sostenibilidad InnovaRSE 2015

[Septiembre de 2015]



Esta Memoria de Sostenibilidad 2015 de la empresa **Conservas Pedro Luis, S.L.** 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, quien 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:

Conservas Pedro Luis S.L.

Polígono industrial El Ramal, 19. 31580 Lodosa (Navarra)

Web: www.conservaspedroluis.com

Contacto: info@conservaspedroluis.com

Tel. 948 693 631



ÍNDICE

ÍNDICE	3
UN RETO DE FUTURO	4
EL ALCANCE ESTA MEMORIA	6
¿QUIÉNES SOMOS?	8
NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN	12
COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS	13
LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD	15
DIMENSIÓN ECONÓMICA: UNA SÍNTESIS	16
DIMENSIÓN ECONÓMICA: LA SITUACIÓN DE PARTIDA	17
DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES	18
DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS	19
DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA	20
DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES	22
DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS	23
DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA	24
DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES	27
PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	28
LO QUE HACEMOS BIEN	29
EL PLAN DE ACTUACIÓN	31
AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO	33
LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN	34



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 **CONSERVAS PEDRO LUIS S.L.** inició en **2013** 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**.

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:

- - Definición de un plan de inversión a corto y medio plazo
- - Control de Costes de Producción
- - Instalación de un sistema de recuperación de calor de los gases de escape de la caldera de generación de vapor.
- - Producción de productos Ecológicos.
- - La empresa colabora activamente en proyectos sociales.
- - Como práctica habitual la empresa contrata servicios y productos con proveedores locales, así como su mano de obra.

Además, hemos detectado también **algunas áreas y ámbitos de trabajo en los que estamos decididos a mejorar en *el año 2015***, en concreto:

- ↘ - **Buen Gobierno y Transparencia**
- ↘ - **Políticas de Retribución**
- ↘ - **Inclusión de compromisos ambientales**
- ↘ - **Formación Ambiental.**
- ↘ - **Colaboración con ONG (La Esperanza)**
- ↘ - **Colaboración con ONG (Caritas – Comedores Sociales – BAN)**

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.



Pedro Luis Antón Campo
Gerente

Lodosa, Septiembre de 2015



EL ALCANCE ESTA MEMORIA

Esta Memoria de Sostenibilidad supone un tercer paso de **CONSERVAS PEDRO LUIS 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 Departamento de Economía, Hacienda, Industria y Empleo del Gobierno de Navarra.

La información recogida en esta Memoria corresponde a los ejercicios **2013** cuando se realizó el **Diagnóstico** y **2014** cuando se llevó a cabo el **Plan de Actuación** y será actualizada en **2017**, 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	16, 19, 25
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	12
	Comprometidos con las personas	13
5 Enfoque de la gestión e indicadores por dimensiones	Dimensión económica, ambiental y social: una síntesis, la situación de partida e indicadores	16-30
	Lo que hacemos bien	31
	El plan de actuación	33
	Avanzando en nuestro compromiso	35



¿QUIÉNES SOMOS?

CONSERVAS PEDRO LUIS S.L.

Calle el Ramal, 19 31580. Lodosa (Navarra)

Organización: Privada. **Forma Jurídica:** Sociedad Limitada

Desde hace más de 40 años, a finales de los años 60 cuando empezaron a envasar los frutos que recolectaban de sus propias tierras la familia de Pedro Luís Antón: sus espárragos y sus pimientos.

Mimaban y vigilaban tanto los cultivos como la elaboración de la conserva.

Hoy, se mantienen vivos ese mismo espíritu y ese compromiso de calidad que ellos iniciaron, basados en un control exhaustivo, tanto de los cultivos, como de las producciones, siempre limitadas, con ese sello personal de lo artesano y el esmero para conseguir un producto único.

Con el paso del tiempo, hemos ido adecuando nuestros medios productivos con nuevas instalaciones que cumplen fielmente con las más exigentes normas de sanidad y calidad, todo ello sin perder en ningún momento los métodos artesanos de elaboración.

Se trata de las pocas empresas que apuestan por la frescura de los productos de temporada rigurosamente. Conscientes de que sin una buena materia prima no se puede obtener un producto de calidad.

Trabajamos junto a agricultores de confianza de la Ribera del Ebro de Navarra. Planificando y controlando los cultivos de tal forma que cada uno de los frutos sea recolectado en la época más propicia.

Las frutas, verduras y hortalizas, siempre de temporada, se elaboran inmediatamente después de su recolección, con lo que se consigue que mantengan todas sus propiedades.

Las instalaciones de Conservas Pedro Luís cuentan con un total de 4 líneas de fabricación.

Los productos de Pedro Luís son conservas selectas, donde el mimo y el cuidado de los detalles son fundamentales por parte de nuestros expertos operarios. Esta conjunción de selección y tecnología hace que los productos tengan lo mejor de ambos mundos, transformando alimentos de la más alta calidad con el sabor de las conservas de nuestros antepasados. Este trabajo tan cuidado, evita el uso indiscriminado de aditivos químicos y por lo tanto los productos son lo más naturales posibles.

MARCAS Y PRODUCTOS

Nuestras principales marcas son: **Pedro Luis, Pérez Antón. Conserbio.**

Nuestros principales productos son: **Espárrago, alcachofa, pimiento del piquillo, pimiento dulce, tomate, cremas y mermeladas.** Dentro de estos productos disponemos de una amplia gama de artículos en los que podemos diferenciar los procedentes de cultivos ecológicos y cultivos convencionales.

En la gama de productos ecológicos podemos encontrar:

- **Tomate: Frito, Triturado y Entero**
- **Mermeladas: Melocotón, albaricoque, higo, ciruela, arándano, kiwi, frutas del bosque, fresa. Frambuesa, naranja dulce, naranja amarga.**
- **Cremas: Crema de champiñón, crema de verduras, crema de puerro, crema de calabaza, crema de calabacín, crema de calabaza.**
- **Legumbres: Garbanzo, lenteja, alubia blanca, alubia roja y pocha.**
- **Verduras: Cardo, Judía verde, borraja, acelga y menestra de verduras.**

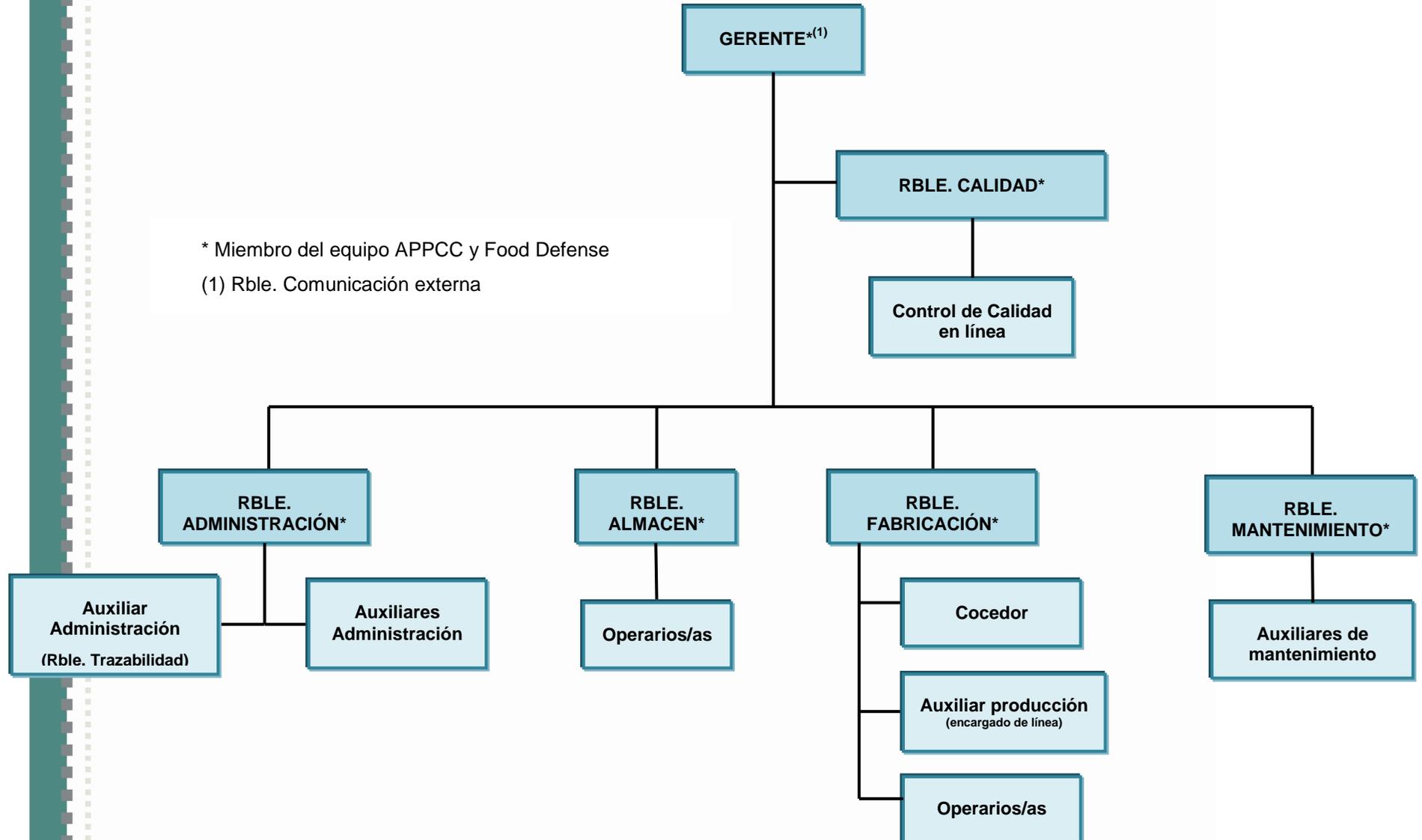
En la gama de productos convencionales podemos encontrar:

- **Tomate: Frito, Triturado y Entero**
- **Mermeladas: Melocotón, albaricoque, fresa, ciruela, arándano y naranja dulce.**
- **Cremas: Crema de champiñón, crema de verduras, crema de puerro, crema de calabaza, crema de calabacín, crema de calabaza.**
- **Legumbres: Garbanzo, lenteja, alubia blanca y alubia roja y pochas.**
- **Verduras: Cardo, Judía verde, borraja, acelga y menestra de verduras.**

Nuestros principales mercados son, el mercado **Nacional** abarcando todo el territorio y el Internacional con presencia en países como: **EE.UU. Francia, Australia, Bélgica, Alemania e Italia**

LA ORGANIZACIÓN

Conservas Pedro Luis cuenta con 45 empleados, con una estructura de organización que se muestra en el siguiente organigrama:



Con unos resultados:

➤ **Ventas netas de:** 5.332.595,70 €.

Y una capitalización total desglosada en:

➤ **Deudas a largo plazo:** 761.790,55 €.

➤ **Patrimonio neto de:** 3.759.595,06 €

La organización ha llevado a cabo una serie de proyectos de inversión tanto en maquinaria como en edificios que han mejorado significativamente los procesos productivos, el producto final y la logística. Se han adquirido 8.400 m2 de terreno en previsión de necesidades futuras.

PARTICIPACIÓN

Empresa familiar formada por dos accionistas entre los que existe un contacto permanente, con independencia de las reuniones de carácter informal que tienen para tratar asuntos de interés para la empresa, además de las que contemplan los estatutos de la Sociedad. Tienen acceso directo el uno al otro.

Por el tamaño de la empresa no existe Comité de empresa, pero los trabajadores son informados periódicamente en reuniones sectoriales que la empresa mantiene como cauce para el intercambio de información que contribuya a la mejora continua en todos los aspectos.



NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN

La **misión** de **CONSERVAS PEDRO LUIS S.L.** es:

Ser una Empresa transformadora del sector agroalimentario que contribuya al desarrollo del entorno rural donde nos encontramos, generadora de puesto de trabajo en el sector primario y en la industria, con amplia incidencia en mano de obra femenina.

Nuestros valores y principios se basan en el compromiso de crear valor social, medioambiental y económico para nuestros grupos de interés, proveedores, trabajadores, clientes, etc. mediante un comportamiento ético mutuo.

La **visión** de **CONSERVAS PEDRO LUIS S.L.** es:

Queremos ser referente en la producción de alimentos innovadores, manteniendo la tradición y partiendo de las mejores materias primas, tanto a nivel local como provincial y nacional, maximizando los recursos utilizados, reduciendo despilfarros e impactos indeseables y desarrollando las capacidades presentes y futuras del entorno.

Estamos orientados a la excelencia como objetivo final y nos encontramos en una etapa intermedia en la que hemos tenido que modificar procesos, sustituir maquinaria, actualizar y formar al personal actuando simultáneamente con los proveedores y grupos de interés sobre los que tenemos una influencia directa para alcanzar, entre todos, el objetivo previsto.



COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS

Durante la elaboración de nuestro Diagnóstico y Plan de Actuación RSE, hemos podido analizar la importancia esencial que para **CONSERVAS PEDRO LUIS S.L.** tiene nuestra relación con los trabajadores, los proveedores y los clientes, así como con otros Grupos de Interés especialmente relevantes con son:

Propietarios y Accionistas
Trabajadores
Proveedores y Clientes
ONGs

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, los grupos de interés prioritarios como pueden ser el formado por Propietarios y Accionistas ya que tienen una influencia muy alta en la actividad de la empresa y de este grupo depende gran parte de la toma de decisiones.

Los trabajadores, ya que la actividad de la empresa tiene un impacto significativo y es un grupo influyente en nuestra actividad ya que sin ellos no sería posible además de buscar su implicación con la filosofía empresarial (Seguridad Alimentaria y Calidad de Producto).

Los proveedores, al igual que para los trabajadores nuestra actividad tiene un impacto muy grande en su quehacer diario, siendo también un grupo vital para nuestra actividad buscando implicación y buenos productos.

Y la implicación de la dirección en la colaboración con ONGs que influye de manera significativa en los procesos de comunicación.

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 los aspectos relacionados con el **buen gobierno y transparencia** durante el diagnóstico se evidenció como una posible área de mejora y posteriormente en el plan de actuación se estableció como objetivo editar un documento propio que establezca una serie de pautas de buen gobierno que evite malos usos de información privilegiada, conflictos de intereses, transparencia y comunicación con los principales grupos de interés.

Esta área de mejora establece como **Objetivos** para conseguir un documento que establezca una serie de principios y valores de comportamiento ético y transparencia y con relación a los GI:

- **Identificar los principios y valores éticos que se quieren destacar como ejes fundamentales de la conducta empresarial**
- **Evaluación del cumplimiento legal y garantizar la confidencialidad y la no utilización de información relevante o sensible**
- **Redactar el documento de “ética empresarial”**

Por otro lado, en las áreas relacionadas con **los mecanismos de participación previstos en la empresa** también se detecto como una posible área de mejora en el diagnostico, proponiendo llevar a cabo la integración de estos temas en los sistemas de gestión implantados en la empresa.



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 **2013** 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 general la empresa cumple con todas las obligaciones legales relativas a la dimensión económica, aunque no tiene definidos unos criterios claros de buen gobierno lleva a cabo algunas prácticas relacionadas con la transparencia enfocada a los grupos de interés.

Se llevan a cabo actividades de control económico (planificación de inversiones, costes de producción) que permiten conocer el nivel de rentabilidad de las actividades diarias (corto plazo) y las futuras (medio y largo plazo).

Se ha establecido una política de distribución de beneficios, que garantiza el compromiso inversor y de mejora.

La relación con los proveedores (agricultores) es buena, documentada normalmente con acuerdos que definen claramente la relación.

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

- **Identificación de las personas clave que manejan información sensible**
- **Medidas alternativas al convenio colectivo**

Sin embargo, también contamos con importantes apoyos, como:

- **Pertenencia a entidades de representación sectorial. La empresa pertenece a la Asociación sectorial (CONSEBRO) y es socia del Centro Tecnológico de referencia nacional (CNTA). A través de estas entidades cubre necesidades fundamentales para el desarrollo de su actividad.**

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:

- **Generar una política global de buen gobierno que incluya aspectos tales como las políticas retributivas, distribución de beneficios y gestión de información sensible**



DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES

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

ÁREA DE ANÁLISIS	INDICADOR	Observaciones	GRI	Valor 2014
Uso de los recursos locales	Coste económico adicional con el fin de adquirir bienes y servicios en el propio territorio.	El objetivo de este indicador consiste en valorar el coste económico aceptado con el fin de adquirir bienes y servicios en el territorio que podrían ser adquiridos en otros puntos geográficos en condiciones de utilidad similares para la organización. Para fijar bien este indicador debemos definir previamente nuestro concepto de "territorio". Se propone considerar "Territorio" a Navarra.		18%
Innovación	Porcentaje de facturación resultante del proceso de innovación	Este indicador refleja el reparto de la facturación de la empresa entre productos o servicios significativamente modificados o introducidos durante el último año, los productos o servicios sujetos a cambios incrementales y los productos y servicios esencialmente invariables. Debido a que el concepto de innovación puede ser muy diferente en cada una de las organizaciones, se debe procurar identificar de forma objetiva la facturación proveniente de actuaciones consideradas innovadoras para la organización. Se propone tener en cuenta para este indicador el número de proyectos de innovación en desarrollo y/o el número de nuevos productos desarrollados. Se trata de un determinar un porcentaje de la facturación que proviene de estos productos y/o mejoras desarrolladas mediante proyectos de innovación.		7%
Económico general	Productividad del empleo	Facturación / Plantilla total		121.195 €.
Económico general	Costes salariales	Relacionar la Masa salarial, entendida como el saldo de la cuenta 640 del Plan General de Contabilidad (Sueldos y salarios), incluyendo además la remuneración de consejeros/as si ésta se recoge en una cuenta distinta), y dividirla entre la Facturación anual.		17%
Gestión económica.	Relación con proveedores.	Se trata de identificar el periodo medio de pago.		60 días para el pago. Valor de la media.



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

La principal fortaleza de la empresa en relación a la dimensión ambiental reside en su propia actividad, ya que esta contribuye activamente a la dinamización del sector agrario de cercanía, constituyendo cadenas cortas de relaciones económicas entre agricultores locales, la empresa y sus consumidores. Al apostar por productos de denominación de origen contribuye al mantenimiento de una agricultura saludable y sostenible con el medio ambiente, en detrimento de otras técnicas agrarias más agresivas. También al apostar por transformar y comercializar una amplia gama de productos ecológicos, contribuye activamente a la sostenibilidad ambiental de la agricultura Navarra. En cuanto al modelo de gestión. En Pedro Luís siempre han estado trabajando para disminuir sus impactos ambientales, sobre todo los relacionados con el uso y consumo de recursos naturales. Al trabajar diversos productos de campaña, esta situación hace que se dispongan de impactos diferentes en función de las características de cada producto. Por ejemplo, al transformar tomate, se aportan más cargas de materia orgánica al vertido que otros productos menos diluyentes.

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

- Gestión de residuos peligrosos con gestores autorizados teniendo en cuenta las pequeñas cantidades generadas y su naturaleza con similitud a la generación en los hogares. La empresa cumple toda la **legislación aplicable en la gestión de los residuos**, utiliza indicadores para el control y la mejora en esta materia y demuestra evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora para la reducción, reciclado y valorización de los residuos.
- Control de campo en producción primaria de productos ecológicos. Suele generar que la empresa disponga de un departamento de campo para asesorar al agricultor en la cosecha y en los tratamientos alternativos a los convencionales. Supone una gran carga de trabajo.
- Control ambiental operativo. Al trabajar en campañas, se puede asimilar cada campaña a un proceso productivo, donde la generación de los impactos cambia considerablemente de un producto a otro. Esto dificulta adaptarse a estándares de modelos de gestión.

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

- Asociación Consebro y su servicio de circularización de novedades legislativas. La empresa cuenta con una **Política Ambiental, o una Declaración de Intenciones relativa al Medio Ambiente**, que está explicitada y es conocida por todas las personas de la empresa, incluidas clientela, proveedores/as y alianzas.
- **CPAEN**. Gracias al impulso de los productos ecológicos, podemos poner en el mercado productos con un menor impacto y con una sistemática de control que lo acredita.
- **Consejos Reguladores**. Gracias al impulso de los productos de cercanía, podemos contribuir a la eco economía y considerarnos dinamizadores de la economía local en nuestros entornos rurales, evitando la deslocalización. Gracias a estos, podemos poner en el mercado productos con un menor impacto y con una sistemática de control que lo acredita.
- **C, Soluciones Empresariales y CRANA** que favorecen una gestión ambiental empresarial adaptada a la pequeña empresa.

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 los productos ecológicos y una mayor difusión de sus ventajas y de la eco-economía que generan. Las **actividades de formación ambiental** alcanzan a todas las personas de la empresa y están planificadas como fruto de la Política ambiental del SGA y en línea con las estrategias de la empresa. Se han introducido en la formación nuevos conceptos como eco-diseño o Análisis de Ciclo de Vida del Producto. Además, se participa junto a la clientela y proveedores/as en otros grupos de investigación ambiental.
- Programas de apoyo a las pymes que contribuyen a la eco-economía y modelos de negocio más sostenibles ambientalmente. Las **actividades de formación ambiental** alcanzan a todas las personas de la empresa y están planificadas como fruto de la Política ambiental del SGA y en línea con las estrategias de la empresa. Se han introducido en la formación nuevos conceptos como eco-diseño o Análisis de Ciclo de Vida del Producto. Además, se participa junto a la clientela y proveedores/as en otros grupos de investigación ambiental.
- Formación adaptada a las empresas que trabajan en campañas. Las **actividades de formación ambiental** alcanzan a todas las personas de la empresa y están planificadas como fruto de la Política ambiental del SGA y en línea con las estrategias de la empresa. Se han introducido en la formación nuevos conceptos como eco-diseño o Análisis de Ciclo de Vida del Producto. Además, se participa junto a la clientela y proveedores/as en otros grupos de investigación ambiental.



DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES

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

ÁREA DE ANÁLISIS	INDICADOR	Observaciones	GRI	Valor 2014
Recursos a la gestión ambiental	Inversiones ambientales totales desglosadas por tipos.	La organización ha de indicar la cantidad económica referida a inversiones en prevención, reducción o control para reducir o eliminar los riesgos o impactos medioambientales, sin incluir sanciones o multas por no cumplir la legislación. Se trata de recoger la inversión en disminución de impacto ambiental relacionada con el volumen total de inversión de la empresa.		12.000 €
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.		0,0000364 Kg de RP's /Kilos transformados. 0,15 Kg de RII's/Kilos transformados.
Eficiencia energética	Consumo energético relacionándolo con unidad de producto.	Se trata de recoger la eficiencia en producción. Se considera información útil para el control de costes de producción. Lo ideal es dispone de un ratio para cada producto contabilizando los costes energéticos indirectos y generales. Se pueden asignar por rotación del producto. Contemplar en Kwh los diferentes consumos energéticos; electricidad, combustibles, etc.		En electricidad 0,08 Kwh/unidades de productos. En gas 0,46 kwh/unidad de producto
Costes de la gestión ambiental	Gasto realizado en gestión ambiental respecto al total de gastos indirectos, directos y generales de la empresa en el ejercicio económico.	Realizar una cuantificación económica de los diversos costes derivados de la gestión del medio ambiente en el desarrollo normal de la actividad. Se propone recoger el gasto anual en canon de saneamiento, canon de control de vertidos, gestión de residuos, mediciones y consultoría ambiental como ejemplos. Se quiere evidenciar el coste de la gestión ambiental respecto al total de costes.		0,45 % de coste ambiental respecto al total de costes.
Optimización de la gestión de residuos.	% de residuos destinados a valorización como mermas de producción.	Se trata de dispone información sobre los rendimientos de la transformación identificando las mermas producidas por la transformación de cada producto. Igualmente se puede referenciar al total de residuo orgánico generado.		16 % de mermas producidas/residuo orgánico generado.



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

A rasgos generales la empresa se encuentra bien posicionada en la dimensión social, sobre todo en el área de salud laboral, a través de la gestión que el servicio de prevención mancomunado realiza en la empresa y en el área de clientes y sociedad.

Para la empresa sus trabajadores/as son una parte importante por lo que destina recursos a su seguridad, tanto material como humana.

La empresa está certificada en IFS lo que le lleva a tener muy controlado el sistema establecido para la recogida de quejas, reclamaciones y sugerencias de su clientela. La empresa analiza y revisan los resultados, pone en marcha acciones de mejora derivadas de dichas aportaciones recogidas. También mide la satisfacción de la clientela, cuyos resultados se revisan y se mejoran mediante la puesta en marcha de acciones.

En el área de la sociedad la empresa apoya varios proyectos sociales, que se exponen a continuación:

- Colabora a través de la Orden de los Agustinos Recoletos en varios proyectos tanto en Brasil como en Sierra Leona con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los más desfavorecidos.
- Comedor social "Paris 365" Esta institución sin ánimo de lucro se encuentra muy cerca de la calle Mayor de Pamplona. Su labor social se extiende a varios ámbitos, pero Pedro Luís colabora con el comedor social.
- Dentro de las acciones sociales también apoya a entidades deportivas de la zona.
- Otras colaboraciones es la donación de productos para proyectos de Manos Unidas, Mercadillos Solidarios, Caritas, además de colaborar con la Asociación Navarra Nuevo Futuro y otras Fundaciones dedicadas a labores sociales

Como podemos observar la empresa está muy concienciada con la labor que puede hacer en la sociedad y está decidida a seguir apoyando en todo lo que le sea posible, destinando una parte de su presupuesto a estos fines.

Como debilidades en esta área encontramos la carencia de un plan estratégico en la empresa y el establecimiento de un sistema de comunicación para el personal, aunque las personas trabajadoras si que participan y aportan a sus responsables directos.

En cuanto a la contratación de colectivos desfavorecidos la empresa no tiene definido nada al respecto, dados los procesos productivos que realizar, existen determinados perfiles de colectivos desfavorecidos que no se pueden incorporar a la línea productiva, sin embargo si que hay bastante contratación femenina y de otras etnias, lo que se tiene en cuenta es la valía y compromiso de la persona para con la empresa.

La empresa trabaja con producto de denominación de origen lo que requiere que el producto sea de la zona, lo que impulsa el entorno local.

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 de un plan de igualdad, la empresa no está obligada y no lo ve como prioritario. La empresa se preocupa por los aspectos relacionados con **la igualdad de género** por medio de un Plan de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres que comprende la formación, el lenguaje, y las políticas de contratación y promoción interna.
- Dada la actividad que desarrolla la empresa, hay puestos en los que es imposible contratar personas discapacitadas por normas de garantía de seguridad alimentaria. La empresa cuenta con una política activa de **contratación de colectivos desfavorecidos y/o en riesgo de exclusión de social** y ésta va más allá de la legislación aplicable.
- Cada cliente tiene su propio contrato, marcado por el mismo, hay que cumplir con las especificaciones que te requieren. Existe poco margen al respecto por parte de la empresa en este aspecto. La empresa, cuenta de forma explícita con un **"código" de prácticas profesionales o carta de servicios** para garantizar la honradez y calidad en todos los contratos, acuerdos y publicidad con la clientela. Este documento es conocido por todas las personas, está difundido a toda la clientela y se encuentra integrado en el proceso **"Gestión de la clientela"**.

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

- La empresa tiene contratado al Servicio de Prevención Mancomunado de Consebro (SPM), siendo el técnico asignado considerado como propio de la empresa, por lo cual la implicación es mucho mayor. Tiene implantado un sistema de gestión de la prevención que es revisado y puesto al día por el técnico. En el viene definida la política de seguridad y salud laboral, así como los objetivos y metas, que son revisados en vista a una mejora continua. La empresa cuenta con una Política de Seguridad y Salud Laboral y con objetivos y metas en el ámbito preventivo, que han sido trasladados al campo operacional. Tiene definidas las funciones y responsabilidades en materia preventiva para todas las personas relacionadas con este ámbito. Existe un sistema establecido para el desarrollo de las actividades de mejora con una asignación definida de recursos. Además, existe una sistemática de revisión y mejora que se controla regularmente
- La empresa actualiza la Evaluación Inicial y Valoración del Riesgo de forma regular a través de controles que realiza el técnico del servicio de prevención mancomunado. Estas evaluaciones las realiza cada campaña, por lo cual cada año se revisan todas la evaluaciones, procedimientos, riesgos y mejoras derivadas. Se asignan recursos en función la prioridad de las actuaciones previstas para cada año. La empresa actualiza la **Evaluación Inicial y Valoración del Riesgo** de forma regular a través de controles periódicos de las condiciones de trabajo, independientemente de que se produzcan cambios significativos en las mismas. El sistema se complementa con el establecimiento de indicadores relevantes que facilitan la participación en la mejora de las condiciones de trabajo, su gestión con respecto a los objetivos previstos.
- La empresa sí que realiza mucha colaboración social, tanto en producto como en cuantía económica, a la que destina un 1% de la facturación.. La empresa tiene definido un sistema en virtud del cual se identifican aquellas **entidades con las que se va a colaborar y los proyectos sociales** en los que se va a trabajar. Asimismo, la empresa cuenta con un sistema de apoyo a

proyectos sociales por el que incentiva y apoya a aquellos trabajadores que de motu propio deciden colaborar con diferentes programas sociales a través de la liberación de un número determinado de horas, financiación, flexibilidad horaria, etc. además se verifica la buena gestión y la transparencia de estos proyectos.

- El producto siempre que se puede es local, sobre todo en producto con denominación de origen, en cuanto a la contratación de proveedores los criterios que se tienen en cuenta son la calidad, cercanía y precio.
- El Personal es de la zona. La empresa, como práctica habitual realiza la **contratación de proveedores/as locales** y tiene establecido un sistema donde se integra a los/las proveedores/as locales y otros agentes económicos, al objeto de participar en proyectos que impulsen el entorno local.
- La empresa está certificada en IFS, por lo que sí que tiene implantado un sistema para la recogida de quejas y reclamaciones, así como sugerencias de su clientela. Para la empresa es muy importante la satisfacción de la clientela. La empresa tiene establecido un sistema para la **recogida de quejas y reclamaciones y sugerencias de su clientela**, se analizan y revisan los resultados; y se ponen en marcha acciones de mejora derivadas de dichas aportaciones recogidas. La empresa mide la **satisfacción de la clientela** y tiene estructurado un **sistema de fidelización de la clientela**, cuyos resultados se revisan y se mejoran mediante la puesta en marcha de acciones de mejora derivadas de dichos resultados.

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

- No existe un plan estratégico definido, ni hay un sistema de participación establecido.
- Por lo que ayudaría en la gestión de la empresa el establecer un plan con objetivos generales que sean difundidos a la plantilla. La empresa tiene establecido un sistema por el que todas las personas de la empresa participan en la definición del plan estratégico y del plan de gestión anual. Además se controla y revisa periódicamente el **sistema participativo** con el que cuenta la empresa.
- La empresa se rige por el convenio colectivo de aplicación, sin embargo se estudian las propuestas de las personas y se conceden en la medida de lo posible, facilitando la conciliación de la vida laboral y familiar. No hay ningún procedimiento establecido al respecto. La empresa cuenta con un Sistema de promoción y superación efectiva de las **medidas de conciliación de la vida laboral y personal** (excedencias/reducción de jornada por responsabilidades familiares, actividades docentes/políticas/servicios sociales, posibilidad de determinar horarios unilateralmente por el trabajador acogido a dicha situación, reducción de salario no exactamente proporcional a la reducción de jornada, flexibilidad de jornada en aras de conciliar responsabilidades familiares, bonificaciones o pagos de seguros privados durante un período de tiempo, teletrabajo).



DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES

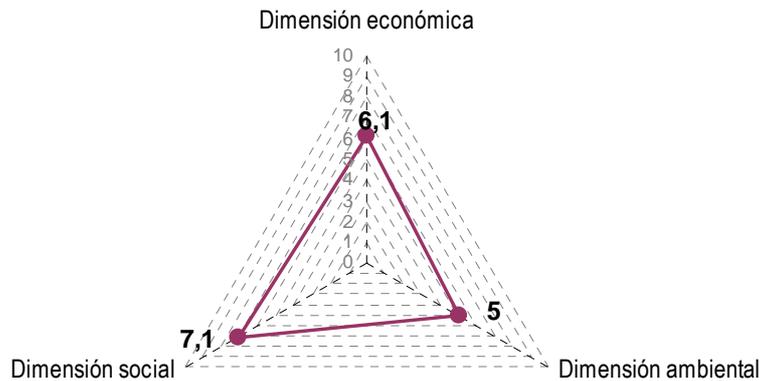
Y éstos son algunos de los indicadores que hemos seleccionado para el análisis de la dimensión social de la sostenibilidad:

ÁREA DE ANÁLISIS	INDICADOR	Observaciones	GRI	Valor 2014
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 AT Y EP, por cada millar de personal expuesto. Índice de incidencia = (Nº de accidentes con baja / total de la plantilla) x 100000. Media de los últimos 5 años anteriores.		4000 Nº a dimensional.
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, separándolas por género.		100 % hombres y el 100% de mujeres
Seguridad e higiene en el trabajo	Inversión por trabajadora/or en temas de seguridad e higiene en el trabajo	Indicar la inversión por trabajador/a realizada en temas de seguridad e higiene en el trabajo respecto a la masa salarial (incluye inversión realizada en infraestructuras, equipamientos, estudios relacionados, etc.).		0,05 %
Comunidad Local	Personal que conforma la plantilla	Indicar el porcentaje o número de trabajadores/as en plantilla originarios del entorno local, con respecto al total.		96 %
Ética Empresarial	Transparencia en la procedencia y elaboración del producto.	Nº de certificados obtenidos por la empresa en los productos que distribuye garantizando la transparencia de la procedencia y elaboración de los mismos.		6



PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

REPRESENTACIÓN GRAFICA GLOBAL



En cuanto al equilibrio de las 3 dimensiones abordadas, se presenta al área social como donde la empresa realiza más acción. En especial, ha sido muy valorada sus actuaciones relacionadas con el apoyo y desarrollo de proyectos concretos y reales en Sierra Leona. En cuanto al area económica, el modelo de gestión de la empresa dispone de ciertos matices valorables, como por ejemplo, disponer de unas premisas claras sobre cuáles son sus objetivos y donde deben de invertir:

- Mejora de la relación producto / coste. Siempre buscando disminuir el coste en toda la cadena de valor de los productos que elaboran.
- Mejora de la relación calidad / productividad. Poner productos de calidad a disposición de sus clientes y con la mejor relación calidad/precio.

Respecto al área ambiental, la empresa está inmersa en cumplir sus obligaciones legales, sin disponer hasta ahora de unos objetivos diseñados desde el principio de mejora continua. Se trata de una área donde la empresa quiere centrarse en los próximos años, buscando la diferenciación de su organización.



LO QUE HACEMOS BIEN

Gracias a la elaboración del Diagnóstico RSE, pudimos conocer en qué aspectos de su gestión **CONSERVAS PEDRO LUIS 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

Definición de un plan de inversión a corto y medio plazo

Aunque existe un plan de negocio a largo plazo, las inversiones se planifican con una periodicidad menor (corto y medio plazo) para tener capacidad financiera y poder llevarlas a cabo de una forma real. Desde 2009 las inversiones se van acometiendo según el plan previsto. Además se tienen en cuenta estas actividades desde el punto de vista de la distribución de beneficios manteniendo una reserva especial que garantice el compromiso re-inversor.

Control de Costes de Producción

Se lleva a cabo un exhaustivo programa de control de costes de producción que permite conocer los niveles de rentabilidad de todos los productos, esto permite a su vez poder establecer una mejor política de precios.

Nuestras buenas prácticas en la dimensión ambiental

Instalación de un sistema de recuperación de calor de los gases de escape de la caldera de generación de vapor.

Se trata de un economizador que intercambia el calor del vapor y los gases de escape a un circuito con un fluido térmico que retorna esta energía recuperada al depósito pulmón de agua, de donde se alimenta la caldera de agua para la generación de vapor. Con ello, consiguen disminuir el consumo energético al disponer de un salto térmico inferior y evitar las emisiones de gases a temperaturas muy altas a la atmósfera.

Producción de productos Ecológicos.

La producción de este tipo de productos supone un impulso a la agricultura ecológica. Son numerosos los beneficios de esta agricultura en los entornos rurales.

Nuestras buenas prácticas en la dimensión social

La empresa colabora activamente en proyectos sociales.

La empresa está muy concienciada con la labor que puede hacer en la sociedad y esta decidida a seguir apoyando en todo lo que le sea posible, destinando una parte de su presupuesto a estos fines.

Como práctica habitual la empresa contrata servicios y productos con proveedores locales, así como su mano de obra.

El producto siempre que se puede es local, sobre todo en producto con denominación de origen, en cuanto a la contratación de proveedores los criterios que se tienen en cuenta son la calidad, cercanía y precio. El Personal es de la zona.



EL PLAN DE ACTUACIÓN

CONSERVAS PEDRO LUIS S.L. elaboró en **2.014** 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, Trabajadores y Proveedores y Clientes**, 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

Buen Gobierno y Transparencia

Desarrollar su propio documento que establezca una serie de principios y valores de comportamiento ético y transparencia y con relación a los GI

Todas las acciones se han llevado a cabo completando el proceso de mejora durante este año 2015.

Políticas de Retribución

Desarrollar su propio documento que establezca una serie de principios y valores de comportamiento ético y transparencia y con relación a los GI

Todas las acciones se han llevado a cabo completando el proceso de mejora durante este año 2015.

Áreas de mejora en la dimensión ambiental

Inclusión de compromisos ambientales

Incorporar dentro de los Sistemas de Gestión y/o política empresarial y hacer partícipes a los GI

Todas las acciones se han llevado a cabo completando el proceso de mejora durante este año 2015.

Formación Ambiental

A través de la formación alcanzar a todas las personas de la empresa

Todas las acciones se han llevado a cabo completando el proceso de mejora durante este año 2015.

Áreas de mejora en la dimensión social

Colaboración con ONG (La Esperanza)

Dentro de la política social de colaboración con entidades fomentar y ampliar la colaboración con entidades sin ánimo de lucro o sociales

Todas las acciones se han llevado a cabo completando el proceso de mejora durante este año 2015.

Colaboración con ONG (Caritas – Comedores Sociales – BAN)

Dentro de la política social de colaboración con entidades fomentar y ampliar la colaboración con entidades sin ánimo de lucro o sociales

Todas las acciones se han llevado a cabo completando el proceso de mejora durante este año 2015.



AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO

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

A continuación detallamos algunos de los objetivos más relevantes para el periodo que nos ocupa **2.014 – 2.015** y la variación esperada para algunos indicadores de desempeño - asociados a dichos objetivos- en este periodo.

Objetivo	Indicador asociado	Valor inicial	Valor esperado
Identificar los principios y valores éticos que se quieren destacar como ejes fundamentales de la conducta empresarial	Identificación de principios	-	Realizado
Evaluación del cumplimiento legal y garantizar la confidencialidad y la no utilización de información relevante o sensible	Realizado (Si/No)	-	Realizado
Redactar el documento de "ética empresarial"	Realizado (Si/No)	-	Realizado
Identificación del compromiso ambientales de la Empresa	Identificación de principios	-	Realizado
Incorporación de dicho compromiso en la gestión empresarial	Realizado (Si/No)	-	Realizado
Identificar las necesidades de formación en materia ambiental	Realizado (Si/No)	-	Realizado
Planificación de las acciones formativas identificadas	Realizado (Si/No)	-	Realizado
Realización y evaluación de las acciones formativas	Realizado (Si/No)	-	Realizado
Ampliar la colaboración con la ONG. "La Esperanza"	Realizado (Si/No)	-	Realizado
Ampliar la colaboración con otras ONGs de acción social y atención a colectivos desfavorecidos	Realizado (Si/No)	-	Realizado



LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN

Uno de los retos que nos plantea el enfoque RSE es el de **mejorar nuestra comunicación como empresa**, con el fin de garantizar la transparencia y ser activos en este campo, lo cual requiere un importante esfuerzo para trasladar nuestros planteamientos, ideas clave 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. Las ideas clave que deseamos transmitir son:

- **Transmitir la misión y visión de la empresa y el compromiso con la RSE**
- **Empresa que mantiene la tradición de la industria agroalimentaria a través de la innovación y la incorporación de tecnología en sus procesos**
- **Ser un referente del sector agroalimentario por sus productos a través de la diferenciación**
- **Destacar el compromiso 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:

Descripción	Grupo de Interés	Canales de comunicación habituales
En las reuniones de propietarios comunicar la evolución de la estrategia en RSE.	Propietarios y Accionistas	Reuniones de Dirección
Difundir a la plantilla la evolución de la estrategia en RSE de la empresa.	Trabajadores	Reuniones internas, charlas de información y Tablón de Anuncios
Mostrar en albaranes y facturas el logo InnovaRSE.	Clientes	Pagina Web y Redes Sociales
	Proveedores	
Participación en proyectos sectoriales que ofrezcan la posibilidad de exponer en jornadas las acciones realizadas en los últimos años. Participación en proyectos sectoriales relacionados con la Economía Circular.	Comunidad	Pagina Web y Redes Sociales, publicaciones, participación
	ONGs	Pagina Web y Redes Sociales, publicaciones

Descripción	Grupo de Interés	Canales de comunicación habituales
Desarrollar una nota de prensa mostrando la evolución de la estrategia de la empresa en RSE. Generar noticia para la publicación en revista especializada del sector.	Consumidores	Página Web y Redes Sociales, prensa especializada

Transversalmente a todas las acciones de comunicación queremos aprovechar las nuevas tecnologías para mejorar la comunicación, a través de nuestra página web y de la Redes sociales con las siguientes acciones:

- ***Desarrollar un pequeño espacio en la Web para incluir descripción de estrategia en RSE de la empresa.***
- ***Informar de la realización de las acciones de mejora y el desarrollo de la estrategia en RSE mediante las redes sociales.***

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

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

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

Conservas Pedro Luís S.L.
 Polígono industrial El Ramal, 19. 31580 Lodosa (Navarra)
 Web: www.conservapedroluis.com
 Contacto: info@conservapedroluis.com
 Tel. 948 693 631



INNOVARSE
NAVARRA