



CONTROL DE PORCIONES

S.A. COPOSA

**Memoria de Sostenibilidad
InnovaRSE 2014**

[SEPTIEMBRE 2014]



Esta Memoria de Sostenibilidad 2014 de la empresa CONTROL DE PORCIONES S.A. COPOSA ha sido elaborada -siguiendo la metodología InnovaRSE por **Ana Karina Jiménez Ayensa**, 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						

[Trasladar las marcas a la columna B si es el caso]

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

CONTROL DE PORCIONES S.A. COPOSA

Pol. Ind. s/n

31550 Ribaforada

www.coposa.es

fkurtz@coposa.es

948819231



ÍNDICE

UN RETO DE FUTURO _____	4
EL ALCANCE ESTA MEMORIA _____	6
¿QUIÉNES SOMOS? _____	8
NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN _____	11
COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS _____	12
LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD _____	13
DIMENSIÓN ECONÓMICA: UNA SÍNTESIS _____	14
DIMENSIÓN ECONÓMICA: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	15
DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES _____	17
DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS _____	18
DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	19
DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES _____	20
DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS _____	21
DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	22
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 CONTROL DE PORCIONES S.A. COPOSA 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**.

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:

- *Contratación Colectivos desfavorecidos y/o en riesgo de exclusión social.*
- *Colaboraciones entidades y proyectos sociales, así como apoyo al personal de la empresa.*
- *Conexión directa entre administración económica, ventas, comercial, producción y calidad.*
- *Transparencia en la empresa con respecto a los sueldos del personal.*

Además, hemos detectado también **algunas áreas y ámbitos de trabajo en los que estamos decididos a mejorar en antes de final del año 2014** en concreto:

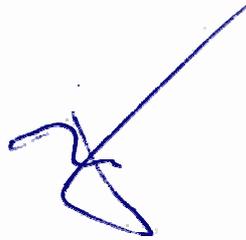
- *Establecer indicadores para llevar un seguimiento de los objetivos marcados en el sistema de gestión de la prevención.*
- *Establecer el sistema de Medición de la satisfacción de la clientela y ponerlo en marcha.*
- *Determinar nuevos criterios para la homologación de proveedores.*
- *Mejorar el conocimiento la toma de decisiones al fijar indicadores de seguimiento que relacionen la generación de residuos con la producción de productos acabados.*
- *Mejorar el uso y la gestión de la información privilegiada.*

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.

*Francisco Kurtz
Gerente*

Ribaforada, 30 de septiembre de 2014

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'F' followed by a long diagonal stroke.



EL ALCANCE ESTA MEMORIA

Esta Memoria de Sostenibilidad supone un tercer paso de Control de Porciones, S.A. - COPOSA 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 2011 y 2012 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	15, 16, 19,22,23
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	11
	Comprometidos con las personas	12
5 Enfoque de la gestión e indicadores por dimensiones	Dimensión económica, ambiental y social: una síntesis, la situación de partida e indicadores	14-24
	Lo que hacemos bien	26
	El plan de actuación	28
	Avanzando en nuestro compromiso	30



¿QUIÉNES SOMOS?

Más de 75 años en el mundo de la alimentación.

En 1.931, Alfonso Kurtz Nicklas, de origen alemán fundó la empresa, iniciando así la actividad de elaboración y comercialización de salchichas alemanas y derivados de productos cárnicos. Hasta el año 2000, esta actividad los diferenció posicionándolos, gracias a su saber hacer y al conocimiento acumulado como una de las empresas con mayor tradición en el sector.

Hoy, en Coposa, siguen siendo fieles a los valores que su fundador les transmitió:

Calidad, seguridad, fidelidad y rapidez

El cambio de siglo, trajo nuevas necesidades por parte de los consumidores y día a día han ido adaptando su gama de productos a las necesidades de un consumidor cada vez más exigente. Hoy, su gama de productos crece a diario con productos que tratan de dar soluciones a todas las necesidades sin olvidar los valores que fueron transmitidas por el fundador de la empresa así como el respeto al medio ambiente.

Su gama de productos es variada recogida en diferentes marcas:



Elaborados cárnicos utilizando los mejores ingredientes y las fórmulas artesanales de nuestros ancestros.

Nicklas



Cuidamos las recetas tradicionales elaborando nuestra gama de salchichas y mortadelas, como lo hacían nuestros antepasados, innovamos con nuevos productos con novedades como las Salchichas vegetales de Tofu.

Guate, tu Cantina Mexicana



Nuestra aportación a tu Fiesta Mexicana. Productos divertidos, elaborados con ingredientes naturales, rápidos y que despiertan tu paladar a nuevas sensaciones.

Paelló



Platos cocinados con los mejores ingredientes de la huerta mediterránea. Nuevos platos elaborados con ingredientes ecológicos. Te ayudamos a llevar una dieta sana y equilibrada.

Goizane



Toda una gama de proteínas vegetales elaboradas con recetas artesanales. Prueba nuestras hamburguesas, albóndigas, san jacobos y bistecs,

Rapisanos



Con la marca Rapisanos, encontrarás productos bajos en grasas adaptados a la estrategia NAOS.

La operativa de la empresa, está dirigida desde la gerencia, del que dependen directamente el departamento comercial, el departamento de administración y el departamento de producción.

El departamento de producción cuenta con un jefe de producción y tres encargados, de los que dependen el resto de los operarios de la fábrica.

La producción se divide en cuatro categorías:

- Productos cocidos (salchichas tipo frankfurt y mortadelas)
- Productos frescos
- Productos ecológicos
- Platos Cocinados

Productos cocidos:

Marca propia (MDF) va dirigida a mayoristas para que ellos la distribuyan por el comercio tradicional. Clientes en Aragón, Navarra, Galicia, Asturias, Cantabria, Cataluña, Madrid, País Vasco.

Ventas a dos cadenas de supermercados en Aragón.

Marca Blanca (MDD) ventas a dos cadenas de supermercados de ámbito nacional.

Productos Frescos:

Fabricación de productos MDD para un cliente de Navarra con posterior distribución a toda España.

Productos Ecológicos:

Fabricación de marca propia (MDF) con venta a distribuidores en Cataluña, Navarra y Aragón.

Venta a cadena de supermercados tanto MDF como MDD ubicada en Cataluña.

Platos cocinados:

Venta en cadena de supermercados y a través de distribuidores con MDF.

Dimensiones de la Organización

Número de empleados actual 34

Ventas Netas 3.000.000,-€

Patrimonio neto 1.329.887,97,-€

Deudas a largo 165245.78,-€

Deudas a corto 788.783,11,-€

Productos vendidos

Productos cocidos. 3 variedades de fiambres, 65 variedades de salchichas cocidas envasadas en distintos formatos.

Productos frescos: hamburguesas 100% pollo , salchichas frescas 100 pollo y Choricillos.

Productos ecológicos: 6 variedades de Salchichas de Tofu, 2 tipos de san jacobos, 2 tipos de bistec , 5 variedades de hamburguesas y 2 variedades de albóndigas

Platos cocinados: Paella mixta, Paella vegetal ECO, Arroz integral ECO y Fajitas de pollo y verduras.

Organigrama de la empresa

En el nivel más alto están los accionistas y la gerencia

Por debajo de este nivel están los tres departamentos, anteriormente comentados. Tanto comercial como administración la comunicación con gerencia es directa. En el departamento de producción la comunicación puede ser directa o a través de los encargados.

Se dispone también de un buzón de sugerencias.



NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN

La **misión** de CONTROL DE PORCIONES, S.A. - COPOSA es Desarrollar, producir y comercializar productos alimenticios que ayuden a los consumidores a aumentar su calidad de vida, disminuyendo los tiempos de cocinado y colaborando a llevar una dieta sana y equilibrada en base a los principios de la Dieta Mediterránea.

La **visión** de CONTROL DE PORCIONES, S.A. - COPOSA es Ser un referente en el mercado de la alimentación alcanzando el equilibrio entre maximización de los beneficios, utilización de recursos, respeto y servicio ofreciendo: calidad y garantías a los consumidores, servicio a nuestros distribuidores y desarrollo personal a nuestro equipo.



COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS

Durante la elaboración de nuestro Diagnóstico y Plan de Actuación RSE, hemos podido analizar la importancia esencial que para CONTROL DE PORCIONES, S.A. - COPOSA tiene nuestra relación con los trabajadores, los proveedores y los clientes, así como Propietarios, miembros del consejo de administración y consumidores.

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, a continuación se detalla el impacto que los grupos de interés más relevantes tienen sobre la actividad de la empresa:

- ✓ Propietarios: Gran riesgo económico, mantienen y gestionan la empresa.
- ✓ Trabajadores/as: Es un grupo de interés muy importante, son el motor de la empresa.
- ✓ Proveedores: tiene influencia en la actividad de la empresa en cuanto a aspectos económicos, de producción y financieros.
- ✓ Clientes: En un grupo de interés muy importante sin ellos no subsistiría la empresa, por ello la empresa intenta adelantarse a los gustos de estos.
- ✓ Consumidores: importante para la empresa, lo mismo que los clientes.

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, a continuación se exponen las evidencias recogidas en el informe de diagnóstico relacionadas con el buen gobierno, transparencia y mecanismos de participación:

- ✓ No se disponen de criterios claros para garantizar el buen gobierno. No existe una sistemática documentada. No se ha realizado un protocolo familiar.
- ✓ En el diseño de la estrategia y toma de decisiones diarias, colaboran diferentes áreas de la empresa. Se disponen de accesos con diferentes niveles al programa de gestión y se realizan copias de seguridad. La LOPD está implantada.
- ✓ Se informa de los resultados económicos a entidades financieras, accionistas y miembros del consejo.
- ✓ No dispone de plan estratégico, sin embargo tiene establecido objetivos con la colaboración de los mandos intermedios, que no son comunicados a la plantilla.
- ✓ En cuanto al sistema participativo, no hay nada establecido si hay que comunicar algo se pone en conocimiento del responsable directo.



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 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

Respecto a la dimensión económica en Coposa, hay que indicar que el promedio de la puntuación obtenida es satisfactorio, ya que es una empresa muy ligada al desarrollo rural y al aprovechamiento de las sinergias en cuanto a las actividades económicas rurales. Se encuentra en el eslabón de la transformación de productos ganaderos y recientemente está introduciendo nuevas gamas más saludables como la elaboración de salchichas con proteínas vegetales. Se cuenta con el apoyo de un servicio de dietética.

Las políticas retributivas van más allá de lo marcado por convenio y al tratarse de una empresa familiar con un claro carácter de continuidad generacional es de valorar el tremendo esfuerzo que están haciendo en la definición de un gran proyecto de continuidad de la empresa familiar en continuo crecimiento. Se apoya a los proveedores en la medida de lo posible, se reciben peticiones que son analizadas, tanto económicas como de cooperaciones empresariales.

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

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

- ✓ Luchas en el mercado globalizado: La salchicha alemana goza de buena fama. Esta situación es aprovechada por importadores con muy baja calidad, que venden sus productos con unos precios muy bajos y el cliente es confundido. Falta de ética empresarial.
- ✓ Reemplazo generacional: Se trata de una empresa familiar y el reemplazo generacional es vital para la continuidad de la ética empresarial que desde 75 años atrás ha posicionado a Coposa.
- ✓ Financiación y comprensión de las entidades bancarias: Las entidades bancarias no comprenden correctamente el flujo económico que se da en el sector agroalimentario, donde se hace imposible trabajar con planificaciones de producción en función de pedido. Siempre hay que mantener un stock y en este tipo de productos refrigerados, es necesaria su financiación.

Sin embargo, también contamos con importantes apoyos, como:

- ✓ Asociación empresarial: Se aprecia contar con una asociación empresarial tal activa como Consebro.
- ✓ Gobierno de Navarra: Se valora la apuesta del Gobierno por el sector y las ayudas disponibles.
- ✓ Proveedores especializados: Se aprecia los proveedores especializados en un entorno rural.

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:

- ✓ Mejores condiciones de financiación: Mejores condiciones de financiación por parte de las entidades bancarias.
- ✓ Mejor entendimiento sobre el flujo económico en el sector por parte del Gobierno a la hora de confeccionar condicionados de ayudas y por parte de las entidades bancarias:

Las entidades bancarias no comprenden correctamente el flujo económico que se da en el sector agroalimentario, donde se hace imposible trabajar con planificaciones de producción en función de pedido. Siempre hay que mantener un stock y en este tipo de productos refrigerados, es necesaria su financiación.

- ✓ Controles de calidad en productos de importadores: La salchicha alemana goza de buena fama. Esta situación es aprovechada por importadores con muy baja calidad, que venden sus productos con unos precios muy bajos y el cliente es confundido. Falta de ética empresarial. Sería recomendable un mayor control en la importación



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 [2013]
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	48.52% (2013)
Gestión económica	Relación con proveedores	Retrata de identificar el periodo medio de pago.		Nº de días para el pago. 62.19 Valor de la media (2013)
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.		2.952.63 3,17€ (2013)
Económico General	Productividad del empleo	Facturación/Plantilla total		82.017,5 8 € (2013)
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.		23.44 % (2013)



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 situación de la gestión ambiental es deficitaria. Es necesario hacer un esfuerzo en la gestión diaria para poder evaluar los impactos producidos y poner soluciones a corto plazo. Peligra la viabilidad de la actividad a nivel legal desde un punto de vista ambiental y de responsabilidades ambientales.

La empresa se ha propuesto realizar un plan de mejora para mejorar la transparencia normativa ambiental. Hay que indicar que la mayoría de las deficiencias identificadas responden a necesidades burocráticas y administrativas.

Como fortalezas se encuentra la optimización de costes derivados de una buena gestión económica, pero no ambiental.

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

- ✓ Inversiones necesarias: Actualmente es necesario invertir en remodelar los servicios generales de la empresa. DE4. Se dispone de identificación de las áreas de mejora pero es necesaria una financiación con buenas condiciones económicas.
- ✓ Transparencia: Aunque no se prevé que se superen los límites de ruido, hay que incurrir en un gasto no productivo para verificar el cumplimiento. No es justo desde un mundo empresarial este tipo de políticas. Según la normativa de vertidos, (decreto foral 12/2006) se delegan la labor inspectora en la propia empresa teniendo que correr ella con los gastos en el autocontrol y en las verificaciones por OCA

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

- ✓ CONSEBRO: La asociación apoya a la empresa en el día en la gestión ambiental y sirve de soporte técnico. Actualmente se está tramitando la declaración de pequeño productor de residuos mediante el equipo técnico de la asociación.
- ✓ CRANA: Gracias a la auditoría realizada en el año 2.007 se dispone de una visión global de los impactos ambientales ocasionados por la actividad.

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:

- ✓ Financiación: Es necesaria la financiación para llevar a cabo inversiones necesarias como el cambio de combustible.
- ✓ Operatividad: Existen problemas ambientales ajenos a la empresas. La red del polígono municipal dispone de un único colector, por lo que las aguas vertidas no tiene mucho sentido su segregación.
- ✓ Tiempo y consenso con las administraciones: Se plantea hacer un programa de medidas ambientales en la empresa. Lo ideal sería consensuarlo con la Administración para ir ejecutando medidas a un ritmo que no desvirtúe la estabilidad económica y operativa de la planta.



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 [2013]
 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.	EN10	58% ^{m3} (2013)
Gestión de energía	Control y seguimiento del consumo directo e indirecto anual de energía, desglosado en fuentes primarias	Fuentes de energía que son utilizadas para el funcionamiento de la organización.	EN3 EN4	Eléc. 877209(Kwh) Fuel 70.060 (l) gasoil. 24.786(l) (2013)
Ratio de producción de envases	KG envases utilizados por kilo de producto fabricado	Cuantificación de los envases puestos en el mercado (plásticos y cartón), en relación a los kilos de producto fabricados.	EN5	0.047 kg envase/kil o fabricado (2013)
Eficiencia energética	Consumo energético en relación a producto fabricado	Se compara los Kwh de los diferentes consumos energéticos en relación al producto fabricado		1.74 Kw/h/Kg (2013)
Coste de gestión ambiental	Gasto en gestión ambiental	Porcentaje de los gastos generales que corresponden a gestión medioambiental	EN16 EN17	0.99% (2013)

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

La empresa cuenta con un sistema de gestión de la prevención apoyado en un servicio de prevención ajeno, mutua, que es gestionado por la misma junto con la persona designada en la empresa como coordinadora, los objetivos y metas marcados en los mismos no son trasladados al personal por lo que encontramos una debilidad en este aspecto. Se constata que se trabaja en la planificación preventiva con asignaciones de recursos en función de la necesidad.

Como deficiencias significativas encontramos que la empresa no dispone de un plan estratégico ni de un sistema de gestión, que nos indique hacia donde se dirige la empresa y que objetivos son los prioritarios. Esto nos incide en varios de los decálogos de la dimensión social ya que no encontramos registros de los mismos, como en el caso de la relación con los clientes.

Como fortaleza en el ámbito de los recursos humanos encontramos un compromiso por parte de la empresa en facilitar al personal de la misma, su conciliación con la vida laboral y personal, así como el acceso al empleo en la empresa de colectivos desfavorecidos y/o en riesgo de exclusión social.

Se constata que existen colaboraciones por parte de la empresa con diferentes proyectos sociales, así como apoyo a personas trabajadoras que participan de motu propio. Sin embargo no hay una sistemática establecida para ello.

La empresa está muy concienciada en impulsar el entorno local en la medida de sus posibilidades ya que los grandes proveedores no son de la zona.

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:

- ✓ Plan estratégico y sistema participativo: No existe plan estratégico en la empresa ni tampoco un método de participación estandarizado y conocido por el personal.
- ✓ Cientela: No se mide la satisfacción de la clientela al no tener un procedimiento establecido.

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

- ✓ Salud laboral: la empresa tiene implantado un sistema de gestión de la prevención gestionado por un coordinador interno.
- ✓ Contratación colectivos desfavorecidos.
- ✓ Medidas de conciliación: la empresa en la medida de lo posible facilita la concesión de medidas para la conciliación de la vida laboral, personal y familiar.
- ✓ Sociedad: La colaboración de la empresa en proyectos sociales es notable.

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

- ✓ Salud laboral: Realizar una auditoría interna del sistema gestión de la prevención por un técnico externo para conocer el grado de cumplimiento del mismo.
- ✓ Plan estratégico y sistema participativo: Definición de un plan estratégico de la empresa, así como de un sistema de participación y difusión del mismo al personal.
- ✓ Clientes: Implantar un sistema de gestión que ayudará a la empresa en la medición de la satisfacción de la clientela.

- ✓ Colaboraciones proyectos sociales: Establecer un sistema de colaboraciones en proyectos sociales.



DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES

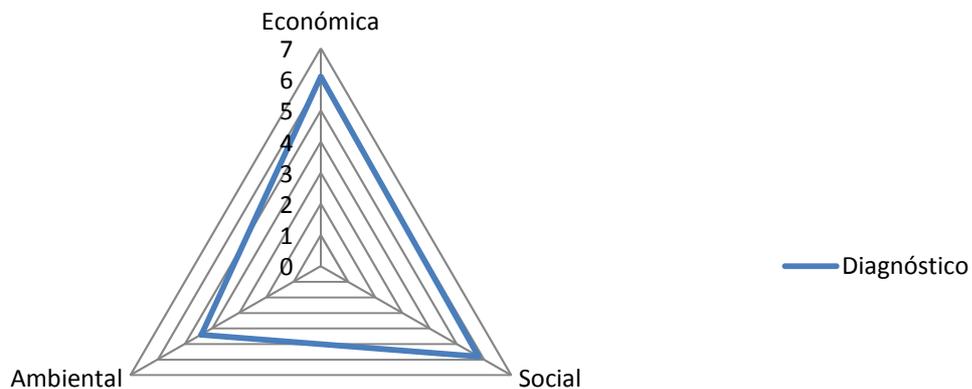
Y éstos son algunos de los indicadores que hemos seleccionado para el análisis de la dimensión social de la sostenibilidad:

ÁREA DE ANÁLISIS	INDICADOR	Observaciones	GRI	Valor [2013]
Formación	Horas de formación por persona	Se indica el % del personal respecto del total de la plantilla que ha realizado actividades de formación. Separándolas por género.	LA10 LA11 HR3 HR8 SO3	0% (2013)
Igualdad de oportunidades	Personal según contrato	Se desglosa las personas de la organización según tipo de contrato, se especificará el porcentaje y hombre y mujeres.	LA13	% <u>hombres</u> 41,18% Fijo:92,86 Eventual:7,14 % <u>mujeres</u> 58,82% Fijo:100% Eventual: 0 (2013)
Seguridad e higiene en el trabajo	Índice de incidencia	Nº de personas con baja por AT y EP. Índice de incidencia= nº de accidentes con baja/ total plantilla. En los últimos 5 años.	LA7	2009=17,50% 2010=13,89% 2011=20% 2012=0% 2013=2,94% (2013)
Satisfacción de la clientela	Quejas recibidas por parte de la clientela	Se indica 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. Nº de abonos de mercancía / nº total de facturas	PR4 PR5	nº quejas 3,77% (2013)
Proyectos Sociales	Inversión en gastos sociales	Se indica el porcentaje de gastos sociales que la empresa reinvierte en personal sobre los gastos totales de la empresa.		1,35% (2013)



PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Diagnóstico



Se aprecia una pequeña diferencia en la gestión ambiental respecto a las otras dimensiones estudiadas. La empresa apuesta por la transformación de productos ecológicos. Se recomienda que haga un esfuerzo para darle transparencia al cumplimiento legal y poder así aprovechar comercialmente esta situación y fortalecer los argumentos de ventas en relación a la transformación ecológica.

Se trata de una empresa familiar con más de 75 años de trayectoria que constantemente se está reinventando. Actualmente cuenta con una apoyo en dietética para asesorar a sus clientes. Se trata de un complemento y argumento comercial sólido, para fomentar el consumo de su gama de productos “sanos”. Se considera una empresa con un alto potencial en I+D+i. Desarrollan nuevos productos constantemente.



LO QUE HACEMOS BIEN

Gracias a la elaboración del Diagnóstico RSE, pudimos conocer en qué aspectos de su gestión CONTROL DE PORCIONES S.A. – COPOSA 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

Conexión directa entre administración económica, ventas, comercial, producción y calidad.

La dirección es plenamente consciente de cómo se elaboran los productos, sus calidades y posibilidades a nivel comercial. Esto es gracias al carácter familiar de la empresa, ya que el maestro artesano está directamente vinculado con la dirección administrativa.

Grupos de interés a los que afecta: *Propietarios, accionistas, consumidores/as.*

Manifiesto público de los sueldos y cotizaciones de los integrantes de la plantilla.

La dirección decidió, hace unos años, hacer público entre todos los integrantes de la plantilla, las cotizaciones de cada miembro de la plantilla. Se dispone de una pizarra donde se cuelgan los TCs de los integrantes de la plantilla.

Grupos de interés a los que afecta: *Propietarios, trabajadores/as.*

Nuestras buenas prácticas en la dimensión ambiental

Política de transformación y apuesta por productos ecológicos.

En principio, aunque no se dispone de una política ambiental como tal, la política general de la empresa y su estrategia de desarrollo empresarial incluye la apuesta por la transformación de productos ecológicos. Aspecto positivo por el medio ambiente con una contribución activa.

Grupos de interés a los que afecta: *Trabajadores/as, Sociedad, clientes.*

Participación en proyectos ambientales impulsados desde Asociación y entidades públicas como CRANA

En principio, la empresa es receptiva a participar en proyectos colaborativos. En el año 2.007 participó en el proyecto Empresa y Medio Ambiente, gestionado por el CRANA y apoyado por la Asociación Consebro. La empresa realizó un diagnóstico ambiental en el año 2.007. Aspecto positivo por el medio ambiente con una contribución activa.

Grupos de interés a los que afecta: *Trabajadores/as, Sociedad, clientes y Administración.*

Nuestras buenas prácticas en la dimensión social

Contratación Colectivos desfavorecidos y/o en riesgo de exclusión social

En principio con respecto a la contratación no hay un procedimiento donde nos indique cual es la práctica habitual de la empresa, sin embargo se observa que el personal que conforma la plantilla está compuesto por mujeres, inmigrantes, mayores de 45 años y discapacitados, se da facilidad de acceso al empleo a cualquier colectivo sin poner trabas, llegando a adecuar el puesto a la persona.

Grupos de interés a los que afecta: Trabajadores/as, Sociedad

Colaboraciones entidades y proyectos sociales, así como apoyo al personal de la empresa

En principio la empresa no tiene un sistema establecido en virtud del cual se identifican las entidades o los proyectos sociales con la que colabora, sin embargo se aprecia que si existe una trayectoria marcada de colaboración con entidades, así como facilitar al personal de la empresa la flexibilidad horaria para colaboraciones en diferentes programas sociales.

Grupos de interés a los que afecta: *Personas trabajadoras, Sociedad, Comunidad*



EL PLAN DE ACTUACIÓN

CONTROL DE PORCIONES S.A. – COPOSA 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, Trabajadores/as, Proveedores, Clientes y Consumidores 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

Mejorar el régimen de aplicación de la Ley de protección de datos, para incluir información de carácter sensible de empresa:

Se trata de salvaguardar y dar mejor tratamiento y supervisión en temas de seguridad a la información de interés de empresa y sensible hacia el exterior.

Determinar el carácter local como un factor a evaluar en el sistema de homologación de proveedores de la empresa para los servicios y los materiales auxiliares:

Se trata de primar la contratación local de servicios y suministro de materiales auxiliares para fomentar las relaciones económicas con agentes de los entornos rurales.

Áreas de mejora en la dimensión ambiental

Fijar indicadores de producción de residuos en función de tipología de envases y embalajes, peligrosos y no peligrosos:

La empresa no cuenta con indicadores de producción de residuos. A nivel analítico y ante toma de decisiones, se recomienda realizar un seguimiento de las cantidades de residuos producidas y reverenciarlo a la magnitud de producción anual de producto acabado.

Establecer contratos con proveedores de servicios energéticos para las revisiones y control de instalaciones:

Se trata de formalizar contratos de servicio con los proveedores que realizan revisiones y ajustes en equipos e instalaciones de relevancia en cuanto al consumo energético de la empresa. Especialmente calderas, quemadores y equipo de aire comprimido.

Áreas de mejora en la dimensión social

Establecer indicadores para llevar un seguimiento de los objetivos marcados en el sistema de gestión de la prevención:

La empresa tiene implantado un sistema de gestión para la prevención de riesgos laborales, sin embargo no tiene unos indicadores marcados en la planificación anual que le muestre la situación de los objetivos marcados.

Establecer el sistema de Medición de la satisfacción de la clientela y ponerlo en marcha:

La empresa tiene implantado un sistema de gestión de calidad, sin embargo no la tiene certificada y el procedimiento de medición de la clientela no lo tiene establecido formalmente con registros.



AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO

Las Áreas de Mejora en las que CONTROL DE PORCIONES S.A. – COPOSA 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 2013-2014 y la variación esperada para algunos indicadores de desempeño - asociados a dichos objetivos- en este periodo.

Objetivo	Indicador asociado	Valor inicial	Valor esperado
Realizar una auditoría LOPD	Realizada o no	No realizada ni validada	Realizada y validada.
Implantar nuevo sistema de homologación de proveedores.	Nº de proveedores eliminados y sustituidos.	0	2
Establecer contratos con proveedores de servicios energéticos para las revisiones y control de instalaciones.	Nº de contratos firmados	0	3
Fijar indicadores de producción de residuos en función de tipología de envases y embalajes, peligrosos y no peligrosos.	Indicadores generados.	No generados	Generados
Establecer indicadores para llevar un seguimiento de los objetivos marcados en el sistema de gestión de la prevención.	Nº Objetivos marcados	0	6
Establecer el sistema de Medición de la satisfacción de la clientela y ponerlo en marcha.	Realizado o no	No realizada ni validada	Realizada y validada.



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:

- En las reuniones directivas se incluirá en el orden del día la revisión de las acciones en RSE y difusión de las mismas, así como su mantenimiento.
- Incluir en la página Web, un apartado específico dedicado a RSE.
- Enviar una nota de prensa sobre la política RSE de la empresa a los medios de comunicación locales.
- Poner en conocimiento del personal el compromiso de la empresa con la RSE.
- Enviar una nota de prensa a medios especializados como la revista “Naturalmente Unidos” de la Asociación Consebro.
- Incluir una nota a pie de página explicando que la empresa está inmersa en un proceso de implantación de RSE.
- Incluir una breve explicación sobre la política de RSE de la empresa en el contacto con los nuevos clientes.
- Incluir una breve explicación sobre la política de RSE en los folletos y publicidad 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:

CONTROL DE PORCIONES S.A. COPOSA

Pol. Ind. s/n

31550 Ribaforada

www.coposa.es

fkurtz@coposa.es

948819231



INNOVARSE
NAVARRA