



INNOVARSE

NAVARRA

COOPERATIVA DEL CAMPO, S. COOP.

**Memoria de Sostenibilidad
InnovaRSE 2013**

[SEPTIEMBRE 2013]

COOPERATIVA DEL CAMPO
S. COOP. DE

LODOSA

— CONSERVAS —

Esta Memoria de Sostenibilidad 2013 de la empresa **Cooperativa del Campo, S. Coop.** ha sido elaborada - siguiendo la metodología InnovaRSE por **José María Martínez Pérez** de **C, Soluciones Empresariales Valle del Ebro, S.L.U.** que avala los datos que en ella se recogen, según la información aportada por la empresa.

Se ha elaborado gracias a la convocatoria de Ayudas para el Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial del Departamento de Economía, Hacienda, Industria y Empleo del Gobierno de Navarra.

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



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

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

Cooperativa del Campo, S. Coop.
C/ El Ramal, 3 (Avda. La Ribera, 37) –
31.580 - Lodosa
www.conservadelodosa.com
ddiazcooplodosa@consebro.com
948662307



ÍNDICE

| | |
|---|----|
| UN RETO DE FUTURO _____ | 4 |
| EL ALCANCE ESTA MEMORIA _____ | 6 |
| ¿QUIÉNES SOMOS? _____ | 8 |
| NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN _____ | 10 |
| COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS _____ | 11 |
| LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD _____ | 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 _____ | 23 |
| DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____ | 24 |
| DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES _____ | 25 |
| 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 **Cooperativa del Campo, S. Coop.** inició en **2011** con el fin de **implantar progresivamente criterios de responsabilidad social** en su estrategia, su planificación y su gestión.

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

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

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

En el marco de este proceso hemos podido identificar algunas de las **buenas prácticas** ya existentes en la empresa, en particular:

- ✓ Implantación de un sistema de gestión de la calidad.
- ✓ Comunicación fluida entre los distintos departamentos de la empresa: administración, ventas, comercial, producción y calidad.
- ✓ Generación de una bolsa de donativos basada en la acumulación de productos que la empresa transforma.
- ✓ Participación en proyectos sectoriales.

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

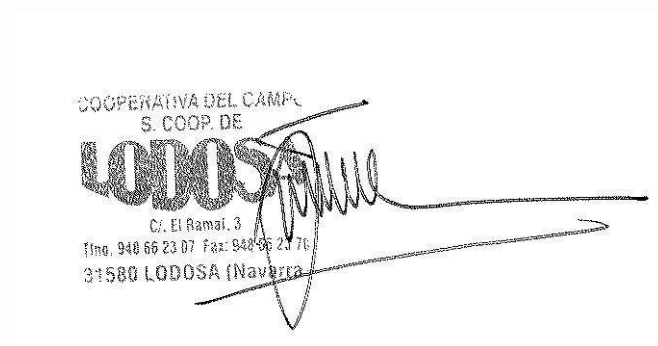
- ✓ Elaboración del plan estratégico.
- ✓ Realización de acciones para estudiar y conocer el grado de satisfacción y compromiso con la empresa de su capital humano.
- ✓ Implantación de un sistema de gestión ambiental específico para la actividad.
- ✓ Realización de una auditoría energética en los procesos productivos.

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.

Domingo Díaz de Rada
Gerente

En Lodosa a 11 de octubre de 2013





EL ALCANCE ESTA MEMORIA

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

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

La información recogida en esta Memoria corresponde a los ejercicios **2011** y **2012** y será actualizada en **2014**, 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, 19, 24 |
| 2 Perfil de la organización (2.1 - 2.10) | ¿Quiénes somos? | 8 |
| 3 Parámetros de la memoria (3.1 -3.8 y 3.10 - 3.12) | El alcance de esta memoria | 6 |
| 4 Gobierno, compromisos y participación (4.1-4.4 y 4.14 -4.15) | ¿Quiénes somos? | 8 |
| | Nuestra misión y visión | 10 |
| | Comprometidos con las personas | 11 |
| 5 Enfoque de la gestión e indicadores por dimensiones | Dimensión económica, ambiental y social: una síntesis, la situación de partida e indicadores | 14-27 |
| | Lo que hacemos bien | 29 |
| | El plan de actuación | 31 |
| | Avanzando en nuestro compromiso | 33 |



¿QUIÉNES SOMOS?

La planta de COOPERATIVA DEL CAMPO se encuentra situada en una zona industrial de Lodosa (Pol. Ind. C/ El Ramal nº3 31580 LODOSA (Navarra) y cuenta con una superficie edificada de 5.150 m² en una parcela de 8.963 m². Cuenta con tres edificaciones principales la más pequeña de ellas que acoge las oficinas, otra que incluye las cámaras frigoríficas y una zona de almacenaje y la tercera dedicada a proceso propiamente productivo (Manipulación, esterilizado, envasado, calderas).

Ambas construcciones se encuentran separadas por un patio sin edificar donde se descarga el producto al llegar del campo. Junto a la puerta principal de la planta se encuentra el separador de sólidos y las acometidas a la red de agua y de gas.

Es una Cooperativa de Agricultores que entregan sus productos y reciben por ellos un precio de liquidación en función de los resultados. Ellos son los dueños y a ellos pertenece el capital social que es nominativo.

Los productos que COOPERATIVA DEL CAMPO elabora son: Espárrago, Pimiento del piquillo, Cardo, Menestra, Borraja, Puerros, Salsa de tomate, Setas de cardo y Pochas.

La Estructura operativa de la empresa está formada por:

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

Las ventas son en su totalidad en el mercado nacional, principalmente en el Navarra, la C.A.Vasca, Cantabria, Madrid y Barcelona. Grandes superficies, Distribuidores, Tiendas, Restauración, Clientes finales

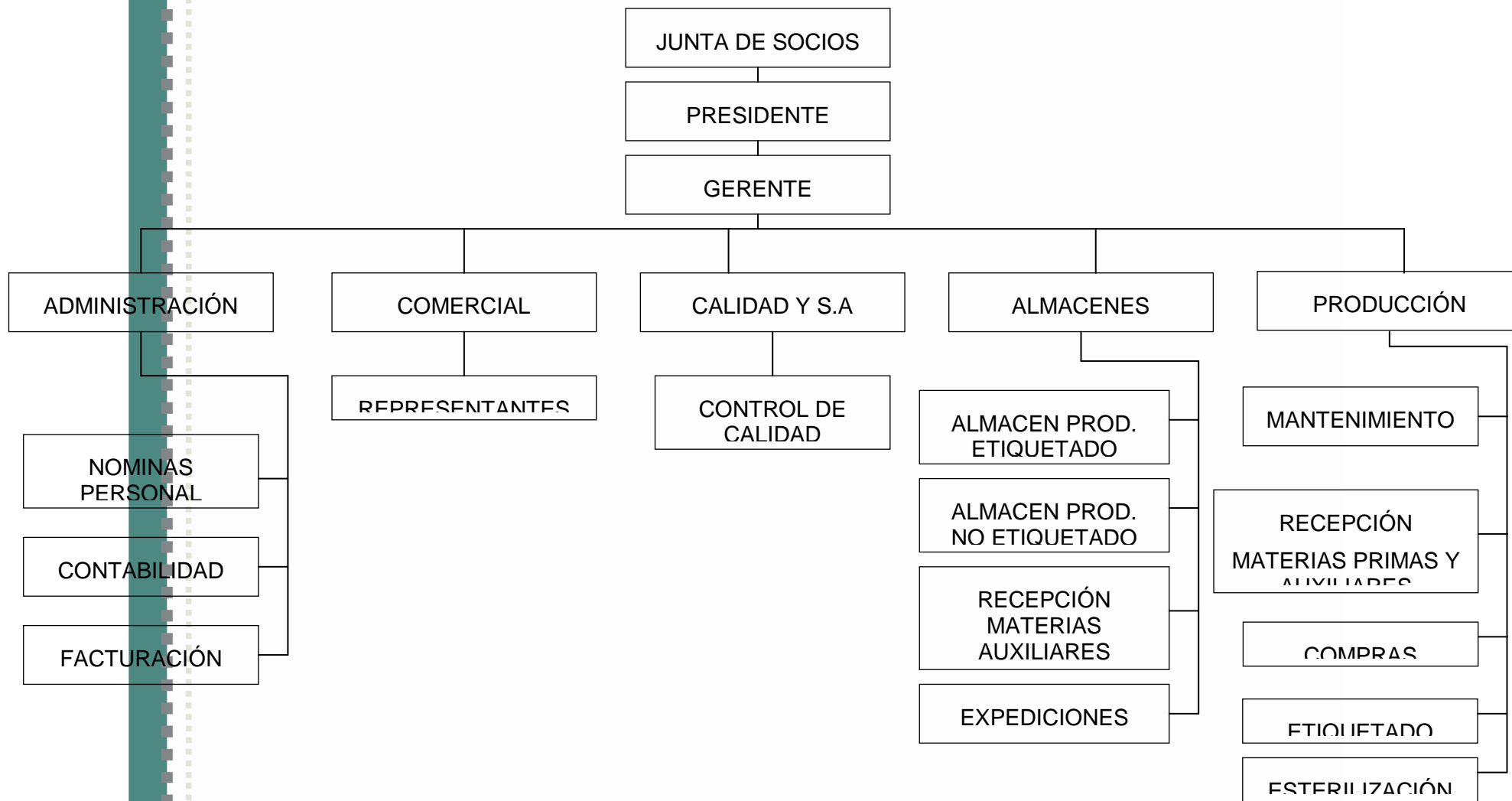
Dimensiones de la organización en la actualidad son:

- número de empleados : 32 de media anual
- ventas netas: 1.192.000 euros
- capitalización total, desglosada en términos de deuda (370.000 euros) y patrimonio neto(1.018.000 euros)

Los mecanismos de comunicación utilizados por la empresa son:

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

ORGANIGRAMA





NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN

La **misión** de *Cooperativa del Campo, S. Coop* es:

Cooperativa Conservera de productos de calidad.

Empresa comprometida con las denominaciones de origen y calidad.

Empresa que generando valor para sus socios agricultores, es capaz de ser competitiva en un mercado tan complicado.

La **visión** de *Cooperativa del Campo, S. Coop* es:

Maximizar la liquidación al socio.

Controlar al desarrollo de la economía local.

Satisfacer la demanda de los clientes de conserva con marchamo de calidad.

Mantener el status conseguido en mas de 50 años, siendo referencia entre las conserveras de la zona.



COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS

Durante la elaboración de nuestro Diagnóstico y Plan de Actuación RSE, hemos podido analizar la importancia esencial que para *Cooperativa del Campo, S. Coop* tiene nuestra relación con los trabajadores, los proveedores y los clientes, así como *Consumidores, Propietarios, Generaciones Futuras y Consejos Reguladores, etc.*

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, en *Cooperativa del Campo, S. Coop.* resaltar el impacto que los grupos de interés más relevantes tienen sobre la actividad de la empresa:

Propietarios:

Según el volumen de aportación de producto. Están condicionados a lo que los socios producen en campo. Total y siempre con espera de resultados óptimos.

Clientes y consumidores:

La influencia de este grupo de interés en la actualidad es Total. Sin ellos no tiene sentido el concepto de empresa. Se considera que disponen de una clientela muy buena y fidelizada.

El cliente funciona si el consumidor está satisfecho.

Proveedores:

Se diferencian dos tipos de proveedores:

A) Materias primas. Eslabón fundamental.

B) Servicios y consumibles: Se aprecia la especialización hacia el sector y su cercanía y entendimiento del sector productivo. Se valora la especialización de los proveedores de la zona hacia el sector. Son muy competitivos

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:

Se siguen unas pautas para reunirse las diferentes áreas de la empresa para las diferentes campañas. Cada campaña se considera como un ejercicio. Pero se sigue una sistemática basada en la ISO 9001. Se mantienen reuniones con las diferentes áreas de las empresas periódicamente.

Colaboran diferentes áreas. Se disponen de accesos restringidos al programa de gestión para velar por la seguridad de información privilegiada y su uso. Se realizan copias de seguridad. Disponen de tres grupos de programas, Gestión, Nominas y Contabilidad. Solo disponen de acceso las personas que utilizan los programas. Únicamente el gerente tiene acceso total. La LOPD está implantada. Se disponen de varios niveles de acceso al sistema informático. No se dispone de cláusulas de responsabilidad especificada en contrato.

Se informa a entidades financieras, socios cooperativistas y miembros del consejo de los resultados económicos.

No tiene definido plan estratégico, se planifican los objetivos en el sistema de gestión por campañas. Tienen implantada la ISO 9001 y certificada en IFS. Estos objetivos son comunicados a nivel de mandos intermedios no a toda la plantilla, no lo ven necesario, antes lo realizan pero no había mucho interés por parte de la plantilla.

En cuanto a la comunicación con la plantilla, no hay una sistemática establecida, si hay algo que comunicar se pone en conocimiento del responsable o a dirección directamente.

Como área de mejora en este aspecto destacar la Elaboración de un Plan de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.



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

En cuanto a la valoración global de la dimensión económica, hay que indicar que la empresa, dispone de una buena situación económica en la actualidad, basándonos en lo que conlleva su comportamiento en torno a la responsabilidad social.

Dispone de proveedores y clientes de confianza, son apoyos indiscutibles para la propia empresa, identificados prácticamente desde el inicio de la actividad.

Al tratarse de empresa Agroalimentaria que trabaja para el mercado Nacional, hay que indicar que la situación económica actual no ha desvirtuado sus planes a largo plazo, ya que se sigue reinvertiendo en el proceso productivo y en las mejoras de inmuebles e inmovilizados. Al tratarse de una empresa cooperativa transformadora, la solvencia económica es algo importantísimo.

Antes de hacer reparto de dividendos entres los socios cooperativistas, se liquidan todas las deudas de campaña y se dejan fondos en previsión de la próxima campaña para disminuir las necesidades de financiación externa mediante créditos de campaña que este tipo de empresas suelen necesitar.

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

- ✓ Amortizaciones al tratarse de empresa que trabaja únicamente en campañas. Si se adquiere una maquinaria para la fabricación de un producto, únicamente produce unos pocos meses al año.
- ✓ La empresa planifica las inversiones que va a acometer mediante un seguimiento periódico del plan de inversiones. Al tratarse de ejercicios de apenas tres meses de duración en producción, las amortizaciones son a largo plazo de lo que es habitual en la industria.
- ✓ Necesidades de financiación: Actualmente la financiación externa es todo un reto. Las entidades bancarias ponen cada vez mas problemas a nivel general.
- ✓ Financiación del circulante: Al tratarse de empresas que trabajan en campaña, se fabrica lo que el campo ofrece. Esto hace que sea muy difícil el ajuste de stock y al disponer de producto fabricado almacenado, es necesario financiar el circulante.

Sin embargo, también contamos con importantes apoyos, como:

- ✓ Proveedores: Al tratarse de una cooperativa, sus principales proveedores son los agricultores socios de la misma. Esta situación genera una confianza muy positiva.
- ✓ Asociación sectorial CONSEBRO: La empresa pertenece a la asociación desde hace mas de 30 años. Existe una relación íntima y se apoya en el diseño de estrategia y a nivel de vigilancia estratégica y de mercado. (tratando a Consebro como un proveedor)

- ✓ Trabajadores: Al tratarse de una cooperativa, en muchos casos, sus trabajadores son los propios cooperativistas. Esta situación genera una confianza muy positiva y genera confianza a nivel de consejo de administración.

El análisis que hemos realizado nos ha permitido detectar también algunas necesidades que tendremos que intentar cubrir en el futuro, como es el caso de:

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



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 2012 |
|------------------------------|---|---|-----|----------------------------|
| Marketing responsable | Incidentes por el incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntarios | Identificación y registro por parte de la empresa de los incidentes derivados por el incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntarios relacionados con los impactos de los productos y de los servicios en el ámbito de la información y el etiquetaje o la salud y la seguridad durante su ciclo de vida. | | Nº incidentes ¹ |
| Económico general | Margen neto o de explotación | Relacionar el Beneficio antes de aplicar impuestos entre la Facturación anual o volumen de negocio | | 0.3 % |
| Económico general | Margen bruto o de contribución | Volumen de compras anual / Facturación | | 62 % |
| Económico general | Productividad del empleo | Facturación / Plantilla total | | 78.132 €/pax. |
| 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. | | 28 % |



DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS

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

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

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



DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA

En cuanto a la dimensión ambiental, la empresa goza de una gestión correcta en cuanto al medio ambiente, aplicación de normativas y trabajo continuo para disminuir sus impactos ambientales. Realizaron un esfuerzo importante a raíz del plan de actuación ambiental del sector en el año 2.006 y ahora es necesario mejorar la gestión.

No ha sido objeto de sanción en ninguna ocasión y se llevan al día todas las obligaciones legales de la mano de los técnicos de la Asociación, los cuales apoyan a la empresa en el día a día en cuanto al seguimiento y la actualización.

Según la empresa, se trata de saber conjugar la producción de productos de campaña, con los sistemas de transformación que menos impactos ocasionen sobre el medio y optimicen al máximo los costes y consumos.

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

- ✓ Carga burocrática: El día a día en cuanto a la carga burocrática de la gestión y autoevaluación OCA para la verificación de las condiciones de vertido. Supone una carga de trabajo extra y al trabajar por campañas resulta más complicado.
- ✓ Poca capacidad de maniobra en relación a disminución de ratios en relación a envases y embalajes puestos en el mercado. Envases y embalajes.
- ✓ Certificación ambiental: No lo ven como una herramienta óptima, ya que no es valorada por los clientes frente al precio. Sistemas de gestión.

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

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

Junto a todo ello, el diagnóstico realizado nos ha llevado a identificar algunas necesidades que tendremos que solventar en los próximos años. Entre las más relevantes:

- ✓ Mayor valoración de la gestión ambiental por clientes frente al precio.
- ✓ Facilidades de gestión: En lo relativo a vertidos, es muy complicada la gestión para una empresa que funciona por campañas. Podría ser más sencillo y no imponer el llevar al día un autocontrol cuando hay temporadas que no se trabaja, por lo tanto no hay impacto producido por el vertido.



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 2012 |
|--|---|---|------------|--|
| 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. | | Tn RP's /Kilos transformados. TnRII's/Kilos transformados. Ver detalle (A) |
| Gestión de energía | Control y seguimiento del consumo directo e indirecto anual de energía, desglosado en fuentes primarias | Por una parte, se pretenden saber de todas las fuentes de energía que son utilizadas para el funcionamiento de la organización (en la producción, en el transporte de mercancías, en los desplazamientos de los comerciales...) cuál es su consumo anual. Por otra parte, interesa evidenciar si la organización realiza un seguimiento de estos consumos anuales, para así, a partir de un análisis, en los casos que sean necesarios, establecer medidas de mejora. | EN3 EN4 | Eléctrica 139.595 Kwh gas natural 35.121 m3 |
| 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. | | 0€ |
| 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. | | Gasto ambiental/ 5832 Gastos totales. 353.359 1.6% |
| Optimización de la gestión de residuos. | % de residuos destinados a valorización como mermas de producción. | Se trata de disponer 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. | | % de mermas producidas/residuo orgánico generado. Ver detalle(B) |

(A) Producción y gestión de residuos Año 2012

| | | | | |
|-----------------|------------|---------|--------------------|--------------|
| Residuo vegetal | Espárrago | 84 tn | Gestor | Trasa |
| | Pimiento | 156 tn | " " | " |
| | Otros Ptos | 28 tn | " " | " |
| Cartón | | 1.1 tn | Gestor | Recuplas |
| Plástico | | 0.7 tn | " " | " " |
| Hierro | | 0.18 tn | Gestor | Ch.Machorras |
| Madera | | 0.5 tn | Calefacción socios | |
| Aceites usados | | 0.01tn | Mayoral | |

(B) Optimización de la gestión de residuos Año 2012

| | | | |
|-----------|-------------------------------|-------------------------|---------------------|
| Espárrago | 84 tn residuos (15 tn tallos) | Residuos/ Materia prima | 49 % |
| Pimiento | 156 tn residuos | Residuos/ Materia prima | 60 % |
| Otros | 28 tn residuos | Residuos/ Materia prima | 65 % (media varios) |



DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS

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

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

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



DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA

En cuanto al área social, de forma global se observa que este tipo de empresa por sus peculiaridades está siempre cerca de los recursos locales y es un punto fuerte. La gestión de personas vemos dificultades en cuanto al cumplimiento con la igualdad de género, ya que por tradición a lo largo de los años existen puestos ya definidos como femeninos y masculinos (manipulación de cargas), influenciados por la segregación horizontal del mercado de trabajo, son fuente de empleo para colectivos como la inmigración y el género femenino, debido a las peculiaridades de las campañas.

También en la dimensión social, hemos descubierto algunas dificultades para adoptar una gestión en la que la responsabilidad social sea un eje transversal. En particular:

- ✓ La gestión de la Igualdad de género. Plan de igualdad, enfocado a temas de ergonomía, por puesto en los que se requiere esfuerzo físico. Existe una mentalidad en las empresas en que hay ciertos puestos que ya están asignados a ciertas personas por sus habilidades a la hora de realizar el trabajo.
- ✓ Contratación de colectivos discapacitados. Integración de colectivos desfavorecidos, dado los perfiles de los puestos.

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

- ✓ Consultoras: Implantación sistemas de gestión.
- ✓ Denominaciones de origen. Diferenciación de producto.

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

- ✓ Conciliación de la vida laboral y personal, protocolo de actuación, se trabaja en este aspecto las peticiones que llegan a dirección se estudian y se actúa en función de las necesidades del personal, en general se facilita en la medida de lo posible.
- ✓ Elaborar plan estratégico.



DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES

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

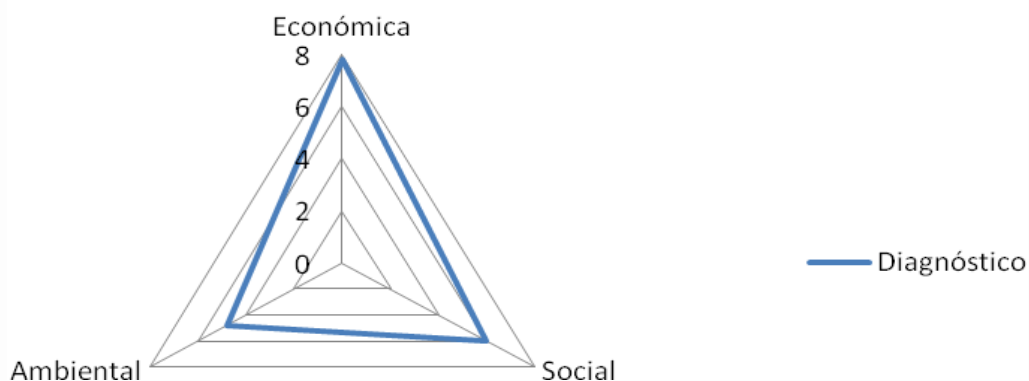
| ÁREA DE ANÁLISIS | INDICADOR | Observaciones | GRI | Valor 2012 |
|--|--|--|-----------------------------------|---|
| Formación | Horas de formación por persona | Indicar el número medio de horas de formación por trabajador/a. Desglosado por categoría y por tipo de formación (promoción, prevención de riesgos laborales, medio ambiente, derechos humanos y otros). | LA10 LA11 HR3 HR8 SO3 | h/pax. Ver detalle(C) |
| Igualdad de oportunidades | Personal según categoría profesional | Desglosar las personas de la organización según la categoría profesional, se especificará el porcentaje de mujeres, hombres, personas con discapacidad, mayores de 45 años, personas procedentes de programas de integración u otros para cada categoría. | LA13 | Hombres 33% mujeres 67% discapac 3% > 45 años 58% emigrantes 12% |
| Seguridad e higiene en el trabajo | Índice de incidencia | Indicar el valor del índice de incidencia de la organización, que equivale al número de personal con baja por cada millar de personal expuesto. Índice de incidencia = (Nº de accidentes con baja / total de la plantilla) x 100000. | LA7 | 0% |
| Satisfacción de la clientela | Quejas recibidas por parte de la clientela | Indicar el número de quejas recibidas por parte de la clientela durante el año, donde se determina la existencia en su origen de responsabilidad de la organización por cualquier naturaleza. Incluye tanto quejas fruto del incumplimiento de regulaciones como de códigos voluntarios. | PR4 PR5 | 2 quejas |
| Comunicación local | Personal que conforma la plantilla | Indicar el porcentaje o número de trabajadores/as en plantilla originarios del entorno local, con respecto al total. | 10 | 88 % |

| | | |
|-----------------------------|------------------------------|----------|
| (C) Formación 2012 | 7 horas por trabajador medio | |
| Medio Ambiente | Jefe Fabricación | 12 horas |
| Prevención de riesgos | Personal de Mantenimiento | 28 horas |
| | Personal Fijo | 64 horas |
| Ofimática | Admon | 35 horas |
| RR HH | Admon | 18 horas |
| Comercio Electrónico | Dirección y Admon | 80 horas |



PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Diagnóstico



La situación general de la empresa en relación al concepto de RSE es muy positiva. De forma natural y por inercia dispone de relaciones económicas vinculadas a su entorno más cercano. Al tratarse de una cooperativa transformadora, la prioridad para abastecimiento de materias primas corre a cargo de sus propios accionistas (el cooperativista).

De este modo, el beneficio económico de la transformación se destina al aseguramiento de la actividad y reparto de beneficios entre sus propios socios cooperativistas.

Respecto a la dimensión social, la gestión de la prevención de riesgos laborales, es decir, la seguridad de su capital humano esta avanzada y se lleva al día un sistema de gestión, implantado desde hace años. Se aprecia una integración positiva de colectivos desfavorecidos como el genero femenino y la inmigración, ya que forman una parte importante de la platilla.

La dimensión ambiental esta algo desproporcionada respecto a la dimensión económica y social. Se hace muy difícil llevar un control exhaustivo sobre los impactos ambientales en empresas que trabajan únicamente en campañas. Cada producto es diferente y los impactos producidos son diferentes.



LO QUE HACEMOS BIEN

Gracias a la elaboración del Diagnóstico RSE, pudimos conocer en qué aspectos de su gestión **Cooperativa del Campo, S. Coop** 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 conocimiento exhaustivo desde gerencia, sobre los productos que transforman, sus características y bondades.

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

Generación de una bolsa de donativos basada en la acumulación de productos que la empresa transforma.

Se trata de disponer de unas existencias de producto para poder colaborar en diferentes actividades. La empresa no busca actuaciones en las que colabora. Recibe peticiones, las analiza y colabora descontando producto de la bolsa de existencias generada. Normalmente estas actuaciones se realizan con sus propios proveedores buscando una relación con el sector primario.

Grupos de interés a los que afecta: *Comunidad Local, sector agroalimentario, sociedad*

Nuestras buenas prácticas en la dimensión ambiental

Participación de proyectos sectoriales.

La empresa ha participado en el proyecto ENECO. En concreto se estudiaron formulas de mejora ambiental desde el concepto de ecología industrial. Se identificaron propuesta muy interesantes como la puesta en marcha de una depuradora conjunta. También se ha colaborado en el proyecto EFACUA, proyecto para la mejora de la eficiencia en el uso del agua por parte de la industria agroalimentaria en los entornos rurales. En concreto se participo en la realización de un anteproyecto que estudio en grado de detalle la puesta en marcha de la depuradora conjunta planteada en el proyecto ENECO.

Grupos de interés a los que afecta: *Comunidad Local, sector agroalimentario, accionariado, socios cooperativistas.*

Implantado un sistema de gestión de la calidad

La empresa tiene un sistema de gestión de calidad implantado, pero no certificado, basado en la norma ISO 9001 a través del cual tiene marcados objetivos que son trasladados a los mandos intermedios y que se revisan anualmente.

Actualmente la empresa esta certificada en IFS.

A través de este sistema la empresa mide la satisfacción de la clientela y tiene estructurado un sistema de fidelización de la misma, cuyos resultados se revisan y se mejoran mediante la puesta en marcha de acciones de mejora derivadas de dichos resultados.

Grupos de interés a los que afecta: Clientela, trabajadores/as, propietarios



EL PLAN DE ACTUACIÓN

Cooperativa del Campo, S. Coop 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, Clientes, Consumidores, Proveedores y trabajadores*, 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

Determinar una estrategia para poder considerar los costes indirectos como directos. Ejemplo energía y agua. Dar un repaso a consumibles en estimaciones.

Actualmente en la empresa se dan dos campañas clave, espárrago y pimiento. Lo que se pretende es determinar unas acciones de medición y supervisión de los consumos en cada campaña para poder asignar a un producto y otro unos costes y otros.

En este aspecto la empresa esta trabajando, desde el 2012 se establecieron indicadores que se van actualizando periódicamente.

Crear una sistemática para la evaluación de proveedores.

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

La empresa ya tiene la sistemática establecida y por consiguiente evaluados los proveedores.

Áreas de mejora en la dimensión ambiental

Realización de una auditoría energética, evaluación y confección de plan de actuación energética.

La empresa pretende realizar esta actuación con el objetivo de conocer mejor donde se dan los consumos energéticos para disponer de una mejor información para la elaboración de escandallos de producción y para disminuir los costes energéticos. Consiguiendo estos objetivos se disminuirán las emisiones directas e indirectas de la empresa.

En este aspecto la empresa ya ha realizado la auditoría energética.

Regularizar una planificación de autocontroles en calderas. Sería formalizar el contrato las mediciones con frecuencias determinadas para garantizar el cumplimiento legal y las necesidades de la empresa.

Se trata de revisar todos los autocontroles necesarios para garantizar el cumplimiento legal en cuanto a la normativa de emisiones atmosféricas y las revisiones que se realizan para el correcto mantenimiento de los focos de contaminación de la empresa. Con un correcto estado de estos equipos se garantizara un consumo óptimo y unas emisiones acordes y normales.

Actualmente se está planificando la implantación de esta área de mejora.

Áreas de mejora en la dimensión social

Determinar un sistema para controlar el absentismo laboral y crear su histórico.

La empresa en su afán por conseguir una política de accidentes "0", va a crear un histórico de absentismo laboral para su control y tratamiento.

Ya se ha creado un sistema para controlar el absentismo, ya realizado el del año 2012, creando el 2013.

Determinar el valor de los productos que se donan a proyectos y actuaciones sociales.

La empresa actualmente invierte en proyectos sociales pero no lleva ningún control al respecto, el objetivo es cuantificarlo y comunicarlo a sus grupos de interés.

La empresa ha establecido un sistema de control de las donaciones a lo proyectos sociales en los que participa, se controla con quien se colabora, le tipo de colaboración que se realiza y los destinatarios.



AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO

Las Áreas de Mejora en las que *Cooperativa del Campo, S. Coop* 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 |
|--|-----------------------------|---------------|----------------|
| Realización Auditoria Energética. | Realizado o no | No | Si |
| Identificación de tareas de mantenimiento y mediciones que se realizan y deben de realizar. | Nº de tareas | 0 | 3 |
| Elaboración de una tabla de consumos. | Nº puntos controlados | 0 | 3 |
| Adaptar el sistema de homologación de proveedores | Nº de proveedores a evaluar | 0 | 50 |
| Crear histórico de absentismo laboral | Procedimiento establecido | No | Si |
| Detectar la reinversión que la empresa hace en actuaciones encaminadas a beneficios sociales en el personal de la empresa. | Nº Actuaciones | 0 | 10 |



LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN

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

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

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

- **Mejorar la comunicación interna en las reuniones de dirección, estableciendo como un punto del orden del día la revisión de las medidas de RSE y su estado actual**
- **Diseñar una página Web como un medio más de comunicación con apartado específico dedicado a la RSE.**
- **Utilizar las redes sociales como mecanismo de comunicación con los grupos de interés.**
- **Documentar la política de la empresa incluyendo en ella temas relacionados con RSE, aspectos ambientales, compromisos propios y hacerla pública.**
- **A través de la prensa local, comunicar a nuestro entorno las actividades que la empresa está llevando a cabo en relación a la RSE**
- **Comunicación con el trabajador. A través del tablón de anuncios poner en conocimiento de este grupo de interés las actividades que la empresa está llevando a cabo en relación a la RSE**
- **Usar la revista de CONSEBRO “Naturalmente Unidos” como una herramienta de comunicación sectorial y medios especializados.**

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:

Cooperativa del Campo, S. Coop.
C/ El Ramal, 3 (Avda. La Ribera, 37) –
31.580 - Lodosa
www.conservadelodosa.com

ddiazcooplodosa@consebro.com
948662307



INNOVARSE
NAVARRA