



F. Moreno Candied Fruits. S.L

Memoria de Sostenibilidad InnovaRSE

[Septiembre 2021]



Esta Memoria de Sostenibilidad *[Año 2020]* de la empresa **F. Moreno Candied Fruits. S.L.** ha sido elaborada -siguiendo la metodología InnovaRSE por **José Manuel Moreno**, 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 Desarrollo Económico y Empresarial del Gobierno de Navarra, quien certifica que esta Memoria se ha realizado utilizando la **Metodología InnovaRSE**.



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

F. Moreno Candied Fruits, S.L
Calle Los Adobes, 4 [Marcilla]
www.franciscomoreno.com
financiero@franciscomoreno.com
948 708 170

ÍNDICE

ÍNDICE _____	3
INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LA EMPRESA Y LA MEMORIA _____	4
COMPROMISO DE LA EMPRESA CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL _____	9
SITUACIÓN DE LA EMPRESA EN LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD _____	11
NUESTRO PLAN DE ACTUACIÓN _____	19
CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE _____	23
NUESTROS PRÓXIMOS PASOS EN RSE _____	24

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LA EMPRESA Y LA MEMORIA

¿QUIÉNES SOMOS?



Francisco Moreno es una empresa de confitería fundada en 1902 en Calahorra, La Rioja.

Desde el año 1902, Francisco Moreno ha sido un referente en la elaboración de frutas confitadas, conservas de fruta y mermeladas, utilizando para ello fruta de alta calidad procedente principalmente de la zona de Calahorra (La Rioja), donde está situada la fábrica.

A lo largo de su trayectoria centenaria, la Marca FRANCISCO MORENO[®] ha adquirido un importante prestigio en el mercado nacional e internacional gracias a un surtido artesanal y de alta calidad compuesto por algo más de 600 artículos, caracterizado por excelentes sabores y texturas. En la actualidad también se comercializa bajo la marca MERAKI DE FRUTA.

El proceso de fabricación de la fruta confitada de Francisco Moreno comienza con la compra de la materia prima al agricultor, para continuar con el pelado, troceado y estabilizado de la fruta, y finalmente ser confitada y encajada. Cabe destacar el Marrón Glacé con su receta centenaria, la fruta bombón, el disco y la tira de naranja por su elevado volumen de ventas. Así mismo destacan las picaduras de fruta utilizadas para las masas de pastelería y la pasta de naranja y limón confitada. Cabe destacar, que la fruta Confitada de Francisco Moreno es la única del mercado aromatizada para potenciar su sabor.

En la actualidad la empresa está inmersa en un proyecto de elaboración de fruta confitada partiendo de fruta congelada en lugar de fruta estabilizada con el objetivo de conservar el sabor original de la fruta, ofertando un producto más natural, sin sulfitos y reduciendo nuestro impacto medioambiental. Estos productos formarán parte de la gama Premium de la compañía.

Las mermeladas, confituras, gelatinas, rellenos y pulpas se elaboran partiendo de pulpa de fruta fresca. La empresa dispone de infinidad de sabores de relleno y el equipo de I+D desarrolla productos acordes a las necesidades de los clientes de F. Moreno. Destacamos la confitura de cacao desarrollada en este ejercicio para una empresa confitera.

Las frutas en almíbar se elaboran partiendo de fruta fresca que es tratada en las instalaciones. Los artículos con mayor venta son los gajos de manzana y los discos de naranja al natural.

La fruta glaseada y escarchada se elabora partiendo de fruta confitada semi-deshidratada en zonas de temperatura controlada. Dicha fruta recibe una cobertura de azúcar glas y o almíbar de escarchar.

En la actualidad, nuestra gama de productos se divide en;

- Productos confitados con o sin azúcar
- Mermeladas, confituras, gelatinas, rellenos y pulpas de frutas
- Fruta en Almíbar ligero.
- Fruta Glaseada, Escarchada



Actualmente la comercialización a las pastelerías se realiza mediante distribuidores. Al sector industrial, la venta se realiza de forma directa. Nuestras frutas confitadas también se pueden adquirir en la gran distribución.

Además de cubrir todo el mercado nacional, exportamos el 25% de nuestra producción a países como Reino Unido, Bélgica, Francia, Líbano, Ucrania, Estonia o Filipinas, entre otros.

La labor de Francisco Moreno se caracteriza por un elevado componente artesanal, manteniendo los procesos tradicionales para lograr una calidad óptima cumpliendo todas las garantías sanitarias.

Tanto los fabricantes industriales, así como los obradores, utilizan nuestro producto como un ingrediente para elaborar entre otros; bizcochos, panettones, hojaldres, tartas, galletas, turrone y roscones de reyes principalmente. No obstante, cada día es más habitual ver en las pastelerías fruta bombón elaborada a base de tiras-discos de naranja, así como dados de diversas frutas.

La demanda de fruta confitada entera y glaseada en España es bastante estacional y su consumo se concentra principalmente en navidades y en San Juan. La fruta confitada troceada, tiene un consumo algo menos estacional. La demanda de productos desde el extranjero rompe parte de esta estacionalidad.

La pasta de fruta, los rellenos, las pulpas, las mermeladas y la fruta en almíbar utilizadas para la elaboración de tartas, bizcochos y galletas, tienen una demanda más lineal a lo largo del ejercicio.

En el mercado de la fruta para chocolatear, cada vez son más los industriales y obradores que adquieren la fruta cortada en piezas similares al bombón. Cabe destacar el importante crecimiento de las ventas de productos cítricos.

Nuestro mercado objetivo tanto en mercado nacional como en el mercado internacional se centra en fabricantes de dulces que elaboran sus productos de manera industrial, obradores de pastelería, la restauración y la gran distribución.

En el año 2.017 la fábrica y sus marcas comerciales fueron adquiridas por nuestra empresa FRANCISCO MORENO CANDIED FRUITS, S.L. Somos una sociedad navarra, cuya sede fiscal se ubica en la localidad de Marcilla, Calle los Adobes, nº 4.

Con la nueva dirección de la compañía, se ha iniciado un proceso de modernización de los sistemas productivos e instalaciones, apostando por la seguridad alimentaria y la sostenibilidad como ejes fundamentales para ganar competitividad en los mercados.

Estratégicamente, la propiedad de FRANCISCO MORENO CANDIED FRUITS, S.L., adquirió en el año 2.019 una empresa elaboradora de chocolate ubicada en Aragón, con la finalidad de buscar sinergias entre ambas compañías para disponer de un amplio abanico de referencias en el mercado y ganar así dimensión, aunque son empresas totalmente autónomas, no vinculadas.

Durante el año 2020 la empresa logró alcanzar un volumen de ventas netas de 2.726.531,23 euros con la venta de 993.829,95 unidades, dando empleo a 33 personas.

La capitalización total asciende a 3.927.160,16 euros, donde;

- 882.460,40 euros corresponden al patrimonio neto de la empresa y
- 3.044.699,76 euros, a deuda total.

Con respecto a la comunicación interna, la empresa tiene establecidas reuniones quincenales entre la Dirección y los responsables de los diferentes departamentos con el fin de comunicar o recoger recomendaciones e indicaciones, así como tiene establecidas reuniones periódicas entre la Dirección y los delegados del personal, para transmitir la situación de la empresa y recoger inquietudes o consultas que este grupo de interés puede tener.

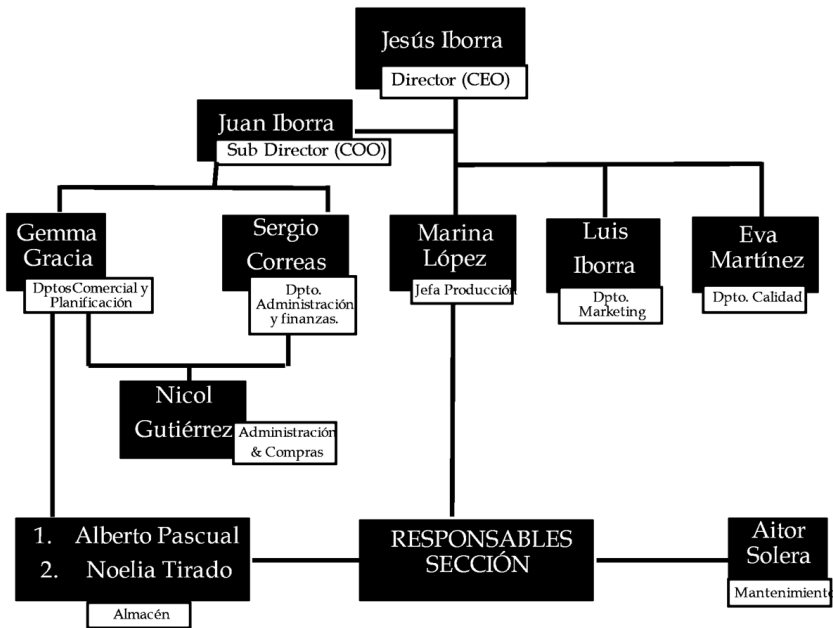
MISIÓN Y VISIÓN FIJADAS

MISIÓN: Elaborar y comercializar dulces de fruta a base de materia prima de primera calidad, de forma sostenible, mimando el producto con el fin de conseguir un sabor y textura natural. Adaptar nuestros productos a la demanda actual del mercado, apostando por un crecimiento sostenible

VISIÓN: Ser el referente nacional en la elaboración y comercialización de dulces de fruta de calidad a precios competitivos, adaptando y desarrollando nuevos productos a demanda de nuestros clientes. Convertirnos en promotores de la alimentación sostenible poniendo en el mercado productos que ayuden a ello, de una forma sostenible y sin renunciar a la calidad y a las características que la fruta aporta.

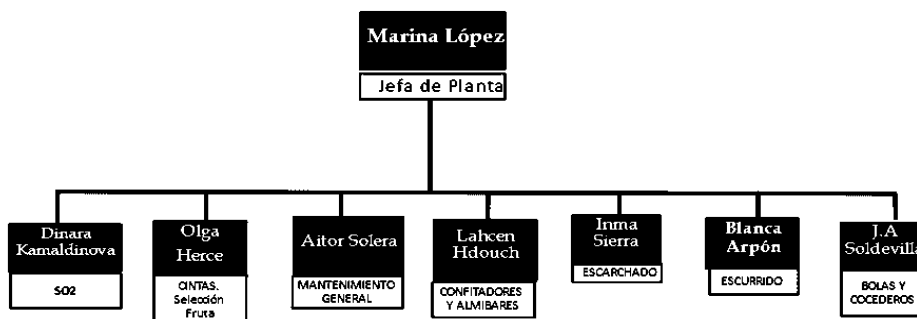
A continuación, se adjunta un breve organigrama de nuestra empresa:

ORGANIGRAMA F. MORENO CANDIED FRUITS



1

ORGANIGRAMA PRODUCCIÓN F. MORENO CANDIED FRUITS



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN NUESTRA EMPRESA

El compromiso de F. MORENO CANDIED FRUITS, S.L. con la responsabilidad social empresarial comenzó en el año 2018, tras un proceso de reflexión por parte de la Dirección, se decidió apostar por implantar criterios de responsabilidad social empresarial en las áreas y actuaciones de la empresa, de forma progresiva y a largo plazo.

Para avanzar con coherencia en este campo es necesario elaborar una estrategia de acción para conocer la situación en la que se parte y el objetivo de dónde se quiere llegar. Para este

fin, contamos con el apoyo del Departamento de Política de Empresa, Proyección Internacional y Trabajo del Gobierno de Navarra. Desde el inicio nos hemos apoyado en su metodología InnovaRSE, una herramienta que de forma paulatina nos ha ayudado en la implantación, realizando desde el año 2018, las tres primeras fases; diagnóstico, plan de actuación y memoria de sostenibilidad.

Durante este proceso, tal y como hemos indicado anteriormente, se han identificado buenas prácticas existentes en la empresa, entre ellas destacamos, la elaboración:

1. Plan Estratégico.
2. Plan de actuación para la recuperación de condensados y
3. Procedimiento de seguimiento a clientela, basado en la norma ISO 9001.

Como también se han detectado áreas y ámbitos de trabajo en los que existe capacidad de mejora, en los que estamos trabajando decididos a progresar:

1. Crear un código de conducta empresarial y desarrollo de reglamento interno acorde.
2. Crear un código de proveedores. Exigencias para su homologación
3. Desarrollar y comunicar una política de RSE.
4. Realizar análisis de ciclo de vida de productos, desde la perspectiva de la eliminación del plástico.
5. Elaboración plan de igualdad.
6. Externalizar al 100% la formación de cajas gourmet, a entidades sin ánimo de lucro que trabajan con colectivos desfavorecidos.

Jesús Iborra Esparza
Gerente FRANCISCO MORENO CANDIED FRUITS, S.L.
En Marcilla, a 17 de agosto de 2021

COMPROMISO DE LA EMPRESA CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Desde que en F. MORENO CANDIED FRUITS, S.L. decidimos incluir criterios de responsabilidad social empresarial en la estrategia empresarial, son varias las actuaciones llevadas a cabo con apoyo de la metodología InnovaRSE del Gobierno de Navarra;

- 1ª fase, se realizó en el año 2018: **DIAGNÓSTICO** de situación de las dimensiones; económica, social y ambiental, en el que se detectaron, tanto las buenas prácticas que se estaban llevando a cabo en nuestra gestión cotidiana, como las diferentes áreas de mejora existentes,
- 2ª fase realizada en el año 2019, **PLAN DE ACTUACIÓN**, en el que se priorizaron diferentes actuaciones para subsanar aquellas áreas en las que teníamos capacidad de mejora y
- este año 2021, presentamos nuestra primera **MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD**, con la que comunicamos a nuestros grupos de interés, la responsabilidad social de nuestra empresa.

A raíz de la incorporación de criterios de responsabilidad social empresarial en nuestra gestión, en F. MORENO CANDIED FRUITS, S.L. hemos apostado por ampliar la calidad de nuestros productos y asegurar al máximo su inocuidad. Para ello, se ha contado con el apoyo de dos grandes aliados; por un lado, el uso de nuevas tecnologías combinadas con el proceso artesano habitual, así como, la implantación de un sistema de gestión de la inocuidad de los elementos basado en la norma ISO 22000:2018, el cual será certificado en febrero 2022.

<file:///C:/Users/usuario/Downloads/POLITICA-CALIDAD-Y-SEGURIDAD-ALIMENTARIA-.pdf>

Firmes en el compromiso adquirido, tras la finalización del Plan de Actuación en septiembre 2019, y a lo largo de estos dos años, hemos realizado un gran esfuerzo para cumplir con los objetivos que nos habíamos impuesto, si bien es cierto que la aparición de la pandemia mundial por la aparición del Covid19 ha ralentizado todas nuestras intenciones.

A día de hoy estamos orgullosos de comunicar que, pese a la incertidumbre e inseguridad vividas en los últimos meses, hemos conseguido realizar las siguientes actuaciones:

1. Crear un código de conducta empresarial y desarrollo de reglamento interno acorde. Redactar documento voluntario en el que se exponen una serie de principios que la empresa se compromete unilateralmente a seguir.
2. Crear un código de proveedores. Exigencias para su homologación. Relacionado con política. Definición de estándares mínimos de comportamiento ético y responsable que deben tener proveedores y subcontratistas.
3. Desarrollar y comunicar una política de RSE. Difusión del trabajo que la empresa está realizando en RSE
4. Externalizar al 100% la formación de cajas gourmet, a entidades sin ánimo de lucro que trabajan con colectivos desfavorecidos. Apoyo a entidades y colectivos desfavorecidos.

Llevamos desde el año 2018 desarrollando un importante proceso de reflexión y acción destinado a implantar progresivamente los criterios de responsabilidad social en su estrategia,

su planificación y su gestión. Incorporándonos así 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.

El compromiso del equipo directivo de F. MORENO CANDIED FRUITS con la responsabilidad social empresarial, fue formulado a través del documento Compromiso de la Dirección, y se dio a conocer a toda la empresa mediante: reuniones de equipo, tablón de anuncios y comunicación verbal. En él se incluyen criterios de sostenibilidad en su triple dimensión; económica, ambiental y social.

El proceso está definido para su consecución a largo plazo, y los objetivos establecidos para su logro son:

- Diseñar un conjunto de medidas, tendentes a alcanzar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y a eliminar la discriminación por razón de sexo.
- Externalizar al 100% la formación de cajas gourmet, a entidades sin ánimo de lucro o centros especiales de empleo y centros de inserción social que trabajan con colectivos desfavorecidos.

El compromiso abarca también la colaboración y comunicación de nuestros logros y resultados a nuestros Grupos de Interés más relevantes:

- Propiedad, accionistas y miembros del Consejo de Administración, haciéndoles partícipes en todo momento de la estrategia de responsabilidad social empresarial establecida, mediante las reuniones periódicas establecidas,
- personas trabajadoras, motivándoles día a día y haciéndoles partícipes del importante papel que desempeñan en la consecución de los objetivos de sostenibilidad establecidos por la empresa, así como en la propia continuidad de la misma, y, por último, pero no menos importantes,
- clientela, realizando un seguimiento exhaustivo de la relación con ellos, con el fin de anticiparnos a posibles discrepancias con ellos y garantizar su fidelización. En esta relación, es de vital importancia el seguimiento realizado a los distribuidores, así como las mediciones de satisfacción que se realizan de forma frecuente a toda la clientela.

SITUACIÓN DE LA EMPRESA EN LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD

En F. MORENO CANDIED FRUITS, S.L. realizamos nuestro primer diagnóstico de situación en materia de responsabilidad social empresarial en el año 2.018, por ello, todos los datos cuantitativos a los que se hace alusión en los indicadores de esta memoria, se refieren al:

- ejercicio 2.017, ejercicio el cual se encontraba totalmente cerrado a la fecha de elaboración de dicho diagnóstico y,
- ejercicio 2.020, ejercicio cerrado para la actualización, a fecha de redacción de memoria de sostenibilidad.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

En cuanto a la dimensión económica, recalcar que la empresa que gestiona las instalaciones, cuentas de cliente y marcas es reciente. El primer ejercicio económico fue en 2.017, al hacerse cargo la nueva sociedad. Desde el inicio, se dispone de un plan estratégico muy bien elaborado, teniendo en cuenta conceptos como las necesidades financieras, a corto y medio plazo, en un periodo a 5 años. Para la realización del diagnóstico, los consultores tuvieron la oportunidad de consultarlo; analizando el posicionamiento de la empresa en el mercado nacional y europeo, analizando sus competencias, etc.

Las marcas son muy valoradas por el mercado, por lo que se está muy acostumbrado a trabajar con clientes recurrentes. Esta situación hace que la empresa se centre más en la fidelización, aunque paralelamente desarrolle actuaciones para la apertura de nuevos mercados. Se dan alianzas con otros proveedores especializados para el diseño de nuevos productos y mejoras en procesos de fabricación muy propios de la actividad.

Se ha reestructurando el área comercial, con el objetivo de ampliar nuevos clientes. Para ello, se ha considerado necesario mejorar el concepto de gestión para la diferenciación, así como se ha recomendado certificar la seguridad alimentaria de los procesos y productos elaborados, a fin de entrar en mercados exigentes.

Así se pondrá en marcha procedimientos y actuaciones encaminados a la mejora continua.

Con el desarrollo del diagnóstico, se pretendía realizar una reflexión sobre las áreas de gestión económicas. Y en general se transmite solidez y un equipo de dirección bien sincronizado, formando parte de él, la familia Iborra.

Contamos con apoyos externos que garanticen unas correctas prácticas de gestión y su dirección conoce su proceso productivo a la perfección, así como los análisis que sobre este se deben de realizar.

ALGUNOS INDICADORES RELACIONADOS CON LA DIMENSIÓN

COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND GRI	UD.DES.	UD.DES.
Económico general	Margen neto o de explotación	Relacionar el Beneficio antes de aplicar impuestos entre la Facturación anual o volumen de negocio		9,54 % (2017)	-1,549% (2020)
Gestión de capital	Ventas netas	Este indicador quiere indicar la cifra de negocio de la organización, expresada como habitualmente ya se hace en otros documentos como las cuentas anuales. No obstante, se debe subrayar que las ventas netas eliminan de sus ingresos descuentos, rappels... que la empresa hace a la clientela, para dar una cifra más real del valor neto de sus ingresos.	EC1	3.235.601,43 € (2017)	2.726.531,23 € (2020)
Gestión de capital	Aumento o disminución de las ganancias retenidas al final del período	El objetivo de este indicador consiste en identificar la evolución de las Ganancias Retenidas (Beneficios – Dividendos = Ganancias Retenidas) de la organización durante un período en concreto, que puede ser respecto al año anterior o de un año base diferente. No obstante, es recomendable hacer una comparación explícita de la evolución de la ganancia retenida en los últimos tres años, como mínimo.	EC1	39.011,42 € (2017)	44.150,86 € (2020)
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.		8,4 % (2017)	26,530 % (2020)
Económico general	Margen bruto o de contribución	Volumen de compras anual / Facturación		76,5 % (2017)	51,620 % (2020)

DIMENSIÓN AMBIENTAL

En relación al comportamiento en cuestiones de la gestión ambiental de la empresa, hay que destacar el gran esfuerzo realizado en controlar los indicadores más relevantes en función de los impactos ambientales generados por la actividad. Estos son principalmente; el uso de recursos energéticos y la producción de residuos no peligrosos, así como el consumo de agua y el vertido. Impactos gestionados bajo el sistema de control actual, encaminado a buscar mejoras en los mismos para conseguir una optimización de los costes derivados y que redunden en competitividad real. No se dispone de un sistema de gestión ambiental certificado e implantado, pero, aun así, se aprecian gestos y buenas prácticas, buscando la sostenibilidad de sus procesos y poniendo en valor sus condicionantes ambientales. Destacan las iniciativas para la optimización de residuos orgánicos y los proyectos en diseño en la búsqueda de soluciones a depuración.

Los indicadores que reflejan valor 0, por ejemplo, el % de energía ahorrada fruto de mejoras, fueron seleccionados, ya que durante 2.018 se introdujeron mejoras, donde se utilizó este indicador para evaluar su amortización.

ALGUNOS INDICADORES RELACIONADOS CON LA DIMENSIÓN

COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND GRI	UD.DES.	UD.DES.
Gestión del agua	% total de agua reciclada o reutilizada para el funcionamiento de la actividad	La organización ha de poner de manifiesto si tiene implantado algún sistema de reutilización de sus aguas residuales de manera que el consumo anual de agua de la red se vea disminuido. En caso afirmativo, debe medir el porcentaje de agua reciclada o reutilizada para el funcionamiento de la actividad.	EN10	0 %m3 (2017)	20 %m3 (2020)
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 258.485,56 (Kwh) Gasoil 0 (l) Gas 325.264 (m3) (2017)	Eléctrica 255.651 (kWh) Gasoil 0 (l) Gas 257.464 (m3) (2020)

Política y gestión ambiental	Gastos e inversiones ambientales totales desglosadas por tipos	La organización ha de indicar la cantidad económica referida a los gastos e 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.	EN30	0 € (2017)	93.245,93 € (2020)
Producción y gestión de residuos	Control y seguimiento de la cantidad de residuos anuales generados, desglosados por tipología y tipo de tratamiento	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 y destino de tratamiento.	EN22 EN24	0 Tn RP's 300 TN Rnp's (2017)	0 Tn RP's 6 TN Rnp's (carton plástico y chatarra) 23 TN Rnp's (basura) 85 TN Rnp's (restos orgánico) (2020)
Gestión de energía	% de energía ahorrada fruto de las medidas adoptadas en materia de ahorro, eficiencia y aprovechamiento de recursos energéticos	Se trata de saber si la organización lleva un control de la energía ahorrada fruto de aquellas acciones adoptadas para mejorar la gestión de energía (ahorro, eficiencia energética, aprovechamiento de recursos energéticos, etc.). En caso afirmativo, se ha de expresar el resultado en porcentaje de energía ahorrada.	EN5 EN7	0 % (2017)	16 % Ahorro Gas (2020)

DIMENSIÓN SOCIAL

En este ámbito nos hemos encontrado inmersos en los últimos años en una reestructuración muy importante, que afecta a todas las áreas de la empresa.

Tenemos contratado un Servicio de prevención ajeno para la gestión de la prevención de riesgos. El coordinador interno de la empresa tiene formación en prevención de riesgos. Se tienen definidas las funciones y responsabilidades en materia preventiva, así como un sistema de revisión y mejora con asignación de recursos.

La empresa ha realizado inversiones para garantizar el cumplimiento de la normativa y la adecuación de los puestos. Se realizan evaluaciones y valoraciones de los riesgos de estas salen las adecuaciones que la empresa realiza en los puestos de trabajo. Muchas de las mejoras vienen por sugerencias del propio personal.

Disponemos de un plan estratégico definido que aborda todas las áreas de la empresa, tiene definidas áreas de actuación en las que destaca su interés por fomentar la participación del personal en la toma de decisiones y promover la comunicación interna del personal.

Un objetivo de la empresa es fomentar un buen clima laboral por lo que se está trabajando sobre esto.

No existe plan de igualdad, pero la dirección está muy concienciada con la igualdad y está realizando cambios estructurales para equiparar los puestos y dar más reconocimiento a la mujer en puestos en los que está sobre presentada.

Dentro de las áreas de actuación del plan estratégico tiene definido el apoyo a la conciliación de la vida familiar y laboral.

Tenemos implantado un sistema ISO 9000, por lo que toda el área de clientela la controla y revisa regularmente.

El incremento y fidelización de la clientela es uno de los objetivos más importantes a cumplir dentro del plan estratégico, por lo que destina recursos tanto materiales como humanos para un correcto funcionamiento de esta área, a la garantía de los servicios prestados y al servicio técnico y de asistencia establecido para ello.

Priorizamos el consumo local y regional, por eso dentro del plan estratégico se contemplan puntos de esta área específicos.

ALGUNOS INDICADORES RELACIONADOS CON LA DIMENSIÓN

COMPROMISO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	IND GRI	UD.DES.	UD.DES.
Estabilidad de la plantilla	Media de permanencia en la empresa	Indicar la media de permanencia en la empresa que se obtiene haciendo una media de la antigüedad en la empresa de todo el personal.	LA2	7,4 años (2017)	9,08 años (2020)
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	* Ver tabla inferior (2017)	* Ver tabla inferior (2020)
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 1.000	LA7	1 % (2017)	(4/33,769) x 1000 = 118,45 (2020)

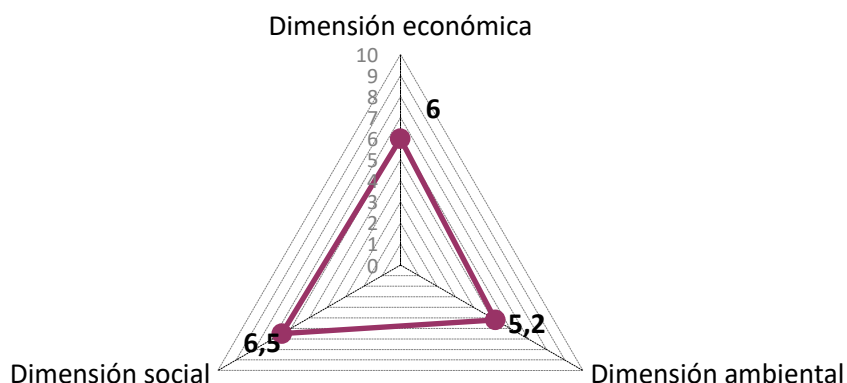
Satisfacción de la clientela	Quejas recibidas por parte de la clientela	Indicar el número de quejas recibidas por parte de la clientela durante el año, donde se determina la existencia en su origen de responsabilidad de la organización por cualquier naturaleza. Incluye tanto quejas fruto del incumplimiento de regulaciones como de códigos voluntarios.	PR4 PR5	nº quejas 38 (2017)	nº quejas: 23 (2020)
Estabilidad de la plantilla	Rotación media de la plantilla	Indicar la rotación media de la plantilla desglosada por grupos de edad, sexo y región, especificando el personal discapacitado. El índice de rotación expresa un valor porcentual de personal que circula en la organización en relación al promedio de personal durante un cierto tiempo. Índice de rotación de personal = $\frac{[(\text{altas}+\text{bajas})/2] \times 100}{\text{promedio personal (suma de personal existente al inicio y al final de año, dividido entre 2)}}$.	LA2	Ind. Rot. Pax. (%) 40 % (2017)	Ind. Rot. Pax. $\frac{[(29 + 32)/2] \times 100}{33,76} = 90,3436019$ (2020)

Igualdad de oportunidades:

Personal desglosado según categoría profesional

Cat. Prof.	Hombres		Mujeres		Personas con discapacidad		> 45 años		De programas de integración		Total
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
ENCARGADO SECCION	1	2,56	2	5,13	0		2	5,13	0		
ESPECIALISTA	0	0	1	2,56	0		1	2,56	0		
TECNICO	1	2,56	1	2,56	0		0		0		
OFICIAL 1ª	2	5,13	0		0		1	2,56	0		
JEFE 1ª ADMVO.	1	2,56	1	2,56	0		1	2,56	0		
AUXILIAR	4	10,26	25	64,10	0		19	48,72	0		
Total	9	23,07	30	76,91	0	0	24	61,53	0	0	

REPRESENTACIÓN GRÁFICA GLOBAL



En cuanto al equilibrio en las tres dimensiones, se aprecia equidad, observando una desviación a la baja sobre la media, en cuanto a la dimensión ambiental. Como explicación, cabe destacar las puntuaciones bajas obtenidas al no disponer de un plan de formación ambiental y un vertido que cuenta con un contaminante peculiar, que dificulta la degradación aerobia.

Se prevé que esta situación mejore drásticamente, al ir impulsando actuaciones con triple enfoque que facilite que el próximo análisis, estas temáticas queden más reforzadas.

En cuanto al ámbito social y económico, disponen de un correcto equilibrio en cuanto a desempeño.

Gracias a la elaboración del Diagnóstico RSE, pudimos conocer en qué aspectos de su gestión F. MORENO CANDIED FRUITS, S.L. ya estaba actuando conforme a los criterios de la Responsabilidad Social Empresarial.



Son lo que denominamos **BUENAS PRÁCTICAS RSE**, de las que nos sentimos especialmente orgullosos:

En el **ÁREA ECONÓMICA** destacan:

1. La empresa dispone de un Plan Estratégico. Este plan estratégico definido ayuda a la empresa a establecer objetivos y a recogerlos junto con los métodos de actuación para conseguirlos, le ayuda a decidir cómo y cuándo actuar, así como a comprender y unificar ideas. El contenido del plan ha sido difundido entre el personal de la empresa a diferentes niveles.

Grupos de interés sobre los que se incide: Propietarios, accionistas, trabajadores y clientes.

2. La empresa tiene establecida una política de retribución por conceptos salariales. La retribución de todo el personal incluido el Director General de la empresa, se basa en el convenio aplicable en la empresa.

Grupos de interés sobre los que se incide: Propietarios, accionistas y trabajadores.

En el **ÁREA AMBIENTAL** destaca:

3. La empresa dispone de un plan de actuación para la recuperación de condensados. La empresa tiene diseñados dentro de su plan estratégico una serie de actuaciones relacionadas con la recuperación de condensados, dado que utilizan vapor en el proceso, para disminuir el consumo energético.

Grupos de interés sobre los que se incide: Propietarios, accionistas y sociedad.

En el **ÁREA SOCIAL** destaca:

1. La empresa tiene implantado un sistema ISO 9000, por lo que toda el área de clientela la controla y revisa regularmente. Para la empresa el incremento y fidelización de la clientela es uno de los objetivos más importantes a cumplir dentro del plan estratégico, por lo que destina recursos tanto materiales como humanos para un correcto funcionamiento de esta área, a la garantía de los servicios prestados y al servicio técnico y de asistencia establecido para ello.

Grupos de interés sobre los que se incide: Propietarios y clientela.

NUESTRO PLAN DE ACTUACIÓN

F. MORENO CANDIED FRUITS, S.L. elaboró en **2.019**, 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. La duración total prevista desde su realización era de 24 meses, con fecha prevista de finalización, septiembre 2021.

La aparición de la pandemia mundial producida por el Covid19, ha ralentizado todos nuestros procesos internos, incluidas las actuaciones de la RSE.

El confinamiento, el cierre de la hostelería y los cambios en el consumo de los clientes al ser privados de libertad, hicieron que en el año 2.020 tuviéramos que reducir nuestra producción “a mínimos” en las campañas más importantes, como, Semana Santa, festividades regionales como Sant Joan o las Navidades.

Ha sido un año especialmente duro ya que gran parte de nuestra producción está destinada como ingrediente en productos que se consumen en todo tipo de celebraciones familiares y/o religiosas; cumpleaños, bautizos, comuniones, eventos, etc... y también está muy relacionado con productos orientados al turismo en cada comunidad.

Toda nuestra actividad en cierta forma se ha visto afectada porque vivimos del turismo y de que la sociedad celebre festividades, y es esto justamente, lo que no se ha permitido.

Para la definición del Plan de Actuación tuvimos muy en cuenta la perspectiva de los diferentes grupos de interés, especialmente de los más relevantes que incluyen: Propietarios, Accionistas y Miembros del Consejo de Administración, Plantilla y Clientela. 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, por cada dimensión dichas Áreas de Mejora, sus objetivos más relevantes y el momento del proceso en que nos encontramos en la fecha de redacción de esta Memoria de Sostenibilidad, visualizado a través de los indicadores:

En el **ÁREA ECONÓMICA**:

1. Crear un **código de conducta empresarial** y desarrollo de reglamento interno acorde. Redactar documento voluntario en el que se exponen una serie de principios que la empresa se compromete unilateralmente a seguir.

Grupos de interés sobre los que se incide: Propiedad, plantilla de la empresa y clientela.

Situación actual: Pendiente de realización en los próximos meses.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO					
Indicador asociado	Valor inicio	Valor esperado	Fecha final prevista	Valor alcanzado	Nueva fecha final
Nº propuestas aportadas por Comité de Ética	0	>10	Septiembre 2020	0	Abril 2022
Redactado borrador del código	No	Si	Diciembre 2020	No	Julio 2022
Contenido código validado	No	Si	Enero 2021	No	Septiembre 2022

2. **Crear un código de proveedores.** Exigencias para su homologación. Relacionado con política. Documento con definición de estándares mínimos de comportamiento ético y responsable que deben ser tener proveedores y subcontratistas acorde al código ético de la empresa.

Grupos de interés sobre los que se incide: Proveedores y propietarios.

Situación actual: Procedimiento modificado y en uso, incluyendo requisitos de comportamiento ético acorde con la política redactada. Esta modificación ha venido acompañada con un aumento de exigencias en seguridad alimentaria en dicho procedimiento, derivada de la implantación del sistema de gestión de la seguridad alimentaria basado en la norma ISO 22000, implantado en la empresa.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO					
Indicador asociado	Valor inicio	Valor esperado	Fecha final prevista	Valor alcanzado	Nueva fecha final
Nº de códigos de ejemplo consultados	0 códigos	3 códigos	Febrero 2021	3 códigos	-
Desarrollar un condicionado que regule los mecanismos asumir por proveedores antes incumplimientos	No	Si	Julio 2021	No	Julio 2022
Contenido código validado	No	Si	Julio 2021	No	Septiembre 2022

En el **ÁREA AMBIENTAL:**

1. Desarrollar y comunicar una **Política RSE**. La empresa fue adquirida recientemente y requiere apostar por una estrategia que busque crear valor a largo plazo. Para ello, se quiere apostar por la sostenibilidad, apoyándose en la Responsabilidad Social Empresarial como metodología de trabajo y comunicación.

Grupos de interés sobre los que se incide: Propiedad, plantilla de la empresa y clientela.

Situación actual: Documento redactado bajo el título Política de RSE, validado por la Dirección y por abogado de empresa. Entregado a todo el personal y expuesto a modo de consulta para toda persona interesada, tanto en la sala principal de reuniones como en la sala comedor general, donde está el tablón de comunicados oficiales.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO					
Indicador asociado	Valor inicio	Valor esperado	Fecha final prevista	Valor alcanzado	Nueva fecha final
Nº de valores validados	0 valores	4 valores	Octubre 2019	4 valores	-
Política redactada y validada/no validada	No	Si	Noviembre 2019	Si	-
Nº Acciones de comunicación política	0 acciones	4 acciones	Diciembre 2019	Si	Diciembre 2021

- Realizar **análisis de ciclo de vida de productos**, desde la perspectiva de la eliminación del plástico. Ante el desarrollo de la directiva de usos de plástico, la empresa se va plantear un análisis en búsqueda de sustitutos al uso de plástico en su gama gourmet y en el desarrollo de nuevos productos.

Grupos de interés sobre los que se incide: Propiedad, sociedad, clientes y consumidores.

Situación actual: Pendiente de realización en los próximos meses.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO					
Indicador asociado	Valor inicio	Valor esperado	Fecha final prevista	Valor alcanzado	Nueva fecha final
Nº de referencias sobre uso de plásticos identificados	0 referencias	3 referencias	Abril 2020	0 referencias	Mayo 2022
Nº de soluciones sustitutivas analizadas	0 referencias	3 referencias	Junio 2020	0 referencias	Junio 2022
Nº de productos en los que se integra en nueva materia satisfactoriamente	0 productos	3 productos	Julio 2021	0 productos	Septiembre 2022

En el **ÁREA SOCIAL:**

- Elaboración plan de igualdad.** Conjunto de medidas adoptadas por la empresa nacidas de la realización de un diagnóstico de situación, tendentes a alcanzar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y a eliminar la discriminación por razón de sexo.

Grupos de interés sobre los que se incide: Propietarios, Sociedad y plantilla.

Situación actual: Pendiente de realización en los próximos meses. Se ha rebajado la pretensión de la actuación y en lugar de establecer como objetivo la elaboración de un plan de igualdad, se realizarán y entregarán a la plantilla, documentos y procedimientos internos que velen por garantizar la igualdad de oportunidad en la empresa, entre ellos; protocolo de acoso sexual y por razón de sexo, protocolo de uso del lenguaje y compromiso de la Dirección en este ámbito.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO					
Indicador asociado	Valor inicio	Valor esperado	Fecha final prevista	Valor alcanzado	Nueva fecha final
Constitución Comisión	No	Si		No	-
Documento diagnóstico	No	Si	Enero 2021	No	-
Documento plan acciones	No	Si	Septiembre 2021	Si	-

2. **Outsourcing, subcontratación de terceros para las cajas gourmet.** Externalizar al 100% la formación de cajas gourmet, a entidades sin ánimo de lucro o centros especiales de empleo y centros de inserción social que trabajan con colectivos desfavorecidos.

Grupos de interés sobre los que se incide: Propietarios, plantilla y Sociedad.

Situación actual: Contrato con empresa de inserción laboral para la subcontratación de este servicio.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO					
Indicador asociado	Valor inicio	Valor esperado	Fecha final prevista	Valor alcanzado	Nueva fecha final
Listado de entidades	No	Si	Enero 2020	Si	-
Contrato firmado	No	Si	Junio 2020	Si	-

CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

INDICADOR	ASPECTO VINCULADO	CONTRIBUCIÓN A ODS (Agenda Navarra 2030)	UD.DES. inicial	UD.DES. actual
Resultados netos	E-03	8.10	9,54 % (2017)	-1,549% (2020)
Gestión de energía	A-02	07.31 07.35	Eléctrica 258.485,56 (Kwh) Gasoil 0 (l) Gas 325.264 (m3) (2017)	Eléctrica 255.651 (kWh) Gasoil 0 (l) Gas 257.464 (m3) (2020)
Cantidad de residuos producidos	A-03	12.10	0Tn RP's 300 TN Rnp's (2017)	0 Tn RP's 6 TN Rnp's (carton plástico y chatarra) 23 TN Rnp's (basura) 85 TN Rnp's (restos orgánico) (2020)

En cuanto a la comparación de los indicadores disponibles en el año 2.017, en relación a los indicadores ODS, actualizados este año 2.021, sobre el ejercicio 2.020, se ha podido realizar una comparativa únicamente en los indicadores mostrados en la tabla anterior, ya que los indicadores fijados anteriormente, no todos correspondía con los clasificados como ODS.

En cuanto a la mejora en análisis, cabe destacar el indicador de producción de residuos, ya que actualmente, se dispone de la capacidad de discrepar por tipologías. Siendo esto síntoma de una mejora en gestión integrada en la compañía. Como comentario general, indicamos que el ejercicio 2.020 fue un ejercicio atípico por la pandemia Covid 19, por lo que se observan unas bajadas en los consumos, que corresponde a una bajada de la actividad real en planta.

NUESTROS PRÓXIMOS PASOS EN RSE

Nuestra firme intención es continuar avanzando en la realización e implantación de actuaciones que garanticen nuestro compromiso con la responsabilidad social empresarial.

Por ello, una vez superados los meses de incertidumbre e inseguridad que generó la aparición de la pandemia producida por el Covid19, hemos retomado nuestras intenciones de continuidad en RSE con más fuerza, dado que consideramos la responsabilidad social empresa otorga a nuestra empresa una implicación y motivación extra para nuestra plantilla y una mejora en nuestra imagen de marca, lo que repercute en una mayor lealtad de nuestros clientes.

Durante este próximo año, retomaremos todas las actuaciones que tuvimos que dejar paralizadas:

1. Crear un **código de conducta empresarial** y desarrollo de reglamento interno acorde.
2. **Crear un código de proveedores.** Exigencias para su homologación.
3. Realizar un **análisis de ciclo de vida de productos**, desde la perspectiva de la eliminación del plástico.

Además, preocupados por inocuidad alimentaria de todos nuestros productos, aunque no estaba previsto en el momento de elaboración del Plan de Actuación, certificaremos nuestro sistema de gestión de la seguridad alimentaria basado en la norma ISO 22000. Esta área de mejora no fue priorizada en el Plan de Actuación del año 2.019, pero transcurrido este periodo se ha considerado necesaria su realización con el fin de garantizar la máxima transparencia y generar confianza hacia el consumidor.



INNOVARSE
NAVARRA