MEMORIA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Septiembre 2016

Criterio 1. ASPECTOS GENERALES

C.1.1. DECLARACIÓN DEL RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN

COMPROMISO DE LA ORGANIZACIÓN

CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

D. **Tomás Fillola Vicente**, con DNI **73154438V**, en calidad de representante de la empresa **Sociedad Cooperativa Ganadera de Caspe**, con C.I.F. **F50121250**, y domicilio en **CR Maella, s/n. 50700 CASPE (Zaragoza)**, según poderes otorgados, declaro que la entidad a la que represento se compromete a aplicar de forma voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, y en sus políticas y procedimientos, los valores y códigos éticos relacionados en el presente documento, que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones.

Asimismo declaro que dicha entidad está al corriente en las obligaciones con Hacienda y con la Seguridad Social, y no se encuentra en ninguno de los supuestos de prohibición para contratar con el sector público o para recibir subvenciones de las Administraciones Públicas.

En Caspe (Zaragoza), a 21 de junio de 2016

Tomás Fillola Vicente

PRINCIPIOS DEL PLAN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE ARAGÓN

1.- TRANSPARENCIA

Ser una organización ejemplar y transparente en el ejercicio de su actividad. Con un cumplimiento inexcusable de la legalidad, que implica la obligación sin excepciones de cumplir con la legislación y la normativa interna que, en cada caso, resulte aplicable a las actividades de la Empresa. Para ello, se promoverá una estructura de Gobierno Corporativo robusto que asegure la profesionalidad e integridad en la toma de decisiones y en sus actuaciones.

2.- SOSTENIBILIDAD

Se incorporarán de forma activa criterios ambientales, sociales y de Buen Gobierno en los procesos, productos y servicios de la empresa, teniendo en cuenta los impactos que genera en la sociedad y, por tanto, en el comunidad en el que opera. Contribuyendo de esta manera a la sostenibilidad de la propia organización y al desarrollo de las sociedades en las que se practican. Se establece un diálogo con los interlocutores y se adquieren compromisos con nuestros grupos de interés.

3.- RESPETO A LAS PERSONAS EMPLEADAS

Se promoverán en todo momento unas relaciones profesionales basadas en el respeto a la dignidad de los demás, colaboración, equidad y comunicación, que propicien un buen ambiente profesional. Se realizarán actuaciones orientadas a:

- Fomentar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

- Promover la seguridad, salud e higiene en el trabajo, conforme a la legislación de prevención de riesgos laborales y las mejores prácticas en la materia.
- Asegurar un ambiente de trabajo libre de acoso en cualquiera de sus manifestaciones (laboral, sexual y/o por razón de sexo).
- Procurar la integración laboral de las personas con discapacidad o minusvalías, eliminando todo tipo de barreras en el ámbito de la empresa para su inserción.
- Promover la aplicación efectiva de la igualdad entre mujeres y hombres, garantizando en el ámbito laboral las mismas oportunidades de ingreso y desarrollo profesional.
- Reconocer los derechos de asociación, sindicación y negociación colectiva.
- Fomentar el desarrollo, formación y promoción profesional de las personas empleadas.
- Vincular la retribución y promoción de las personas empleadas a sus condiciones de mérito y capacidad.

4.- EXCELENCIA EN LA GESTIÓN Y ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Apostamos por la excelencia en la gestión y la mejora continua para prestar los mejores servicios a nuestros clientes en base a una relación de confianza y credibilidad. Las actuaciones con nuestros clientes irán orientadas a:

- Ofrecer a los clientes productos o servicios que se adecúen a sus características y necesidades.
- Claridad en la comercialización de los productos de forma que el cliente entienda su contenido, beneficios, riesgos y costes.
- Buscar la excelencia de los bienes y servicios de la empresa de modo que sus clientes y consumidores obtengan la satisfacción esperada de aquellos.
- Garantizar los productos y servicios de la empresa y atender de forma rápida y eficaz las reclamaciones de consumidores y usuarios

buscando su satisfacción más allá del mero cumplimiento de la normativa vigente.

- No ofrecer beneficios o ventajas a unos clientes en perjuicio de otros.

Así mismo, por ser una garantía para el consumidor, una vía rápida y gratuita de solución de conflictos y una alternativa eficaz al procedimiento judicial, nos comprometemos a adherirnos al Sistema Arbitral de Consumo.

5.- RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Para todas las personas de la empresa y en concreto para aquellos que intervienen en la selección o decisión sobre la contratación de suministros o servicios o la negociación de las tarifas u otras condiciones, se exigirá una relación con los proveedores, ética y responsable, evitando cualquier interferencia que pueda afectar a la imparcialidad en esta materia. En este sentido se promoverá:

- Buscar y seleccionar únicamente proveedores cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana, no incumplan la ley y no pongan en peligro la reputación de la empresa.
- Seleccionar a los proveedores en base a la idoneidad de sus productos o servicios, así como de su precio, condiciones de entrega y calidad, no aceptando ni ofreciendo regalos o comisiones, en metálico o en especie, que puedan alterar las reglas de la libre competencia en la producción y distribución de bienes y servicios.

6.- RESPETO AL MEDIOAMBIENTE

Se fomenta el respeto por el entorno mediante la puesta en marcha de actuaciones referentes al control y consumo responsable de recursos naturales, la minimización del impacto ambiental, o el impulso de las tecnologías limpias, entre otras. Entre las medidas señalar:

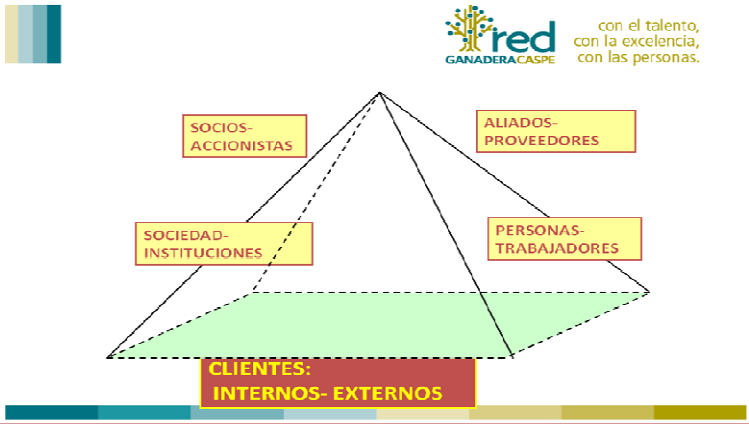
- Acciones encaminados a la prevención y gestión de aspectos medioambientales: la lucha contra la contaminación atmosférica, la contaminación de las aguas, la contaminación del suelo y aguas subterráneas, la contaminación acústica, la prevención y la correcta gestión de residuos, etcétera.
- Medidas de protección de la biodiversidad que aseguren la calidad ambiental, especialmente para actuar sobre la emisión de gases de efecto invernadero.

C.1.2. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

ENFOQUES:

Información de la Organización (G4-3, G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-18, G4-28, G4-30, G4-31):

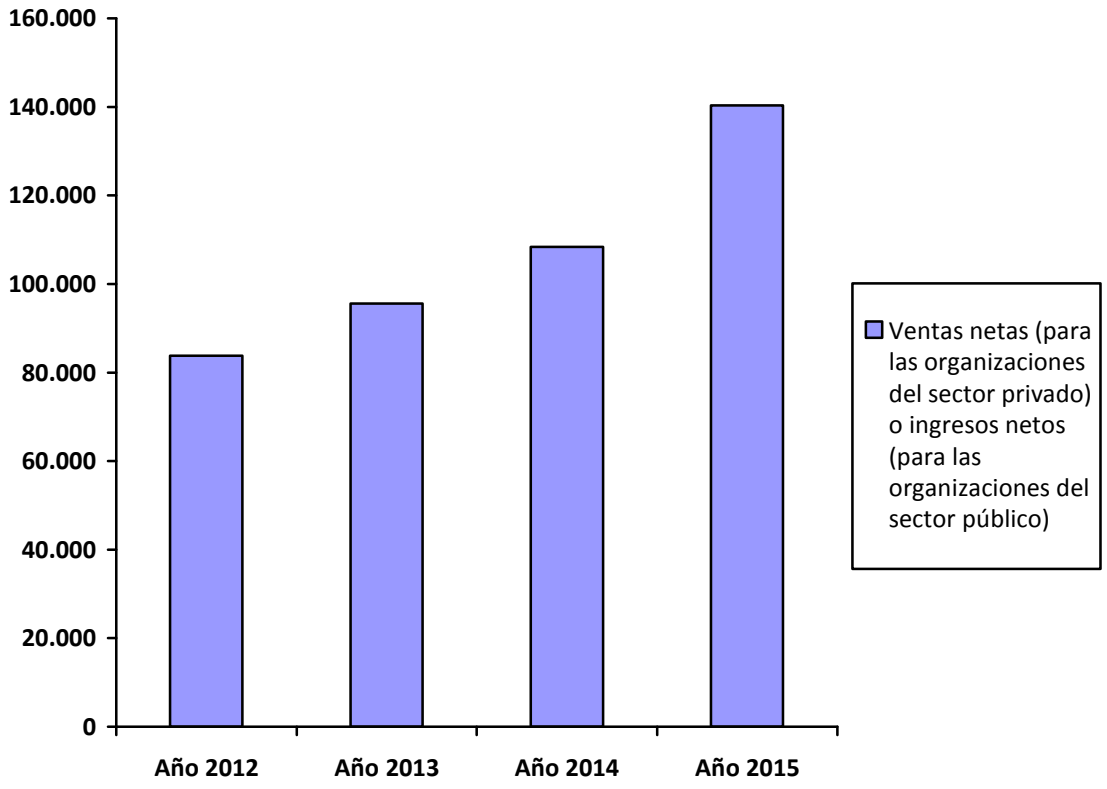
Razón Social:	Sociedad Cooperativa Ganadera de Caspe
Dirección:	CR MAELLA, S/N - 50700 CASPE (Zaragoza)
Dirección web:	*www.ganaderacaspe.com*
Nombre del Alto cargo:	Tomás Fillola Vicente
Datos de contacto con la Organización:	E-mail: general@ganaderacaspe.com Teléfono: 976639039
Fecha de adhesión al programa RSA:	21 de junio de 2016
Sector:	Industria agroalimentaria
Actividad, principales marcas, productos y/o servicios:	1. Fabricación de piensos. 2. Servicios ganaderos y veterinarios. 3. Suministro de cerdos de cebo a mataderos. 4. Servicios económicos y fiscales. 5. Suministro de carburantes.
Desglose de Grupos de Interés: G4-24	Se subdividen en externos e internos EXTERNOS Clientes internos: granjas socias y asociadas de la cooperativa, normalmente de porcino, Clientes externos: Mataderos que adquieren nuestro ganado porcino para ser sacrificado y posteriormente comercializado con todas las garantías sanitarias. Sociedad institucional: contextualizada principalmente en los ayuntamientos de las localidades donde actuamos directamente o a través de granjas socias o asociadas. Asociaciones y entidades: beneficiarios directos de nuestra acción social y medios de comunicación Aliados: Empresas y entidades con las colaboramos en pos de un beneficio mutuo de intercambio de conocimiento y experiencias. Diferenciando entre aliados estratégicos, aliados tecnológicos y aliados operativos. Proveedores: suministradores de materia prima, medicamentos, genética y servicios varios INTERNOS Consejo Rector: Máximo órgano de representación de los socios cooperativistas. Líderes: Se consideran líderes a toda persona que tiene responsabilidad ejecutiva sobre la Misión, Visión y Valores, la Estrategia, los Procesos, grupos de interés externos o grupos de interés internos. Personas: toda persona empleada para la cooperativa bajo contrato laboral o como autónomo.
Criterios que se han seguido para identificar los Grupos de Interés: GA-25	Después de definir la Misión, Visión y Valores de Red Ganadera Caspe aplicamos una herramienta que desarrollamos hace unos años en el equipo de la Cooperativa Ganadera de Cape, esta técnica nos ha ayudado a entender a los grupos de interés (stakeholders) y las relaciones entre sí. Conocedores de que los intereses son distintos según el papel o rol que se juega dentro de la empresa y asumiendo que en muchas ocasiones se

	juegan varios de estos "en el mismo partido", decidimos ponerlo de manera gráfica para poder explicar sus interacciones. Todavía hoy lo seguimos poniendo en los debates para ser conscientes de la importancia de todos los artífices que intervienen en nuestras cooperativas y mercantiles y el daño que se produce en ocasiones cuando se habla o actúa sin tener en cuenta esta figura. Consideramos que la base son los clientes; si ésta no es grande y bien proporcionada difícilmente podrá sostener una figura de caras de forma equilibrada. En ella deberemos tener en cuenta a los clientes internos (nuestros ganaderos – agricultores) a los cuales facilitamos medios de producción y a los externos a los que vendemos básicamente las producciones generadas por los clientes internos, de las cuales responde la Cooperativa como comercializadora. Las otras cuatro caras deben mantenerse proporcionadas y equilibradas para que la figura se mantenga de pie y sobre su base. Un punto básico del equilibrio es fijarnos en el vértice superior de la figura; en ese punto confluyen y es en el que se representa los puntos de acuerdo de trabajadores, accionistas, proveedores y sociedad. Cuanto más alto y más en el centro esté de la base, de lo importante, de los CLIENTES, mejor futuro tendremos en nuestra organización. Podremos volver a hacer la base más grande, más sólida, para volver hacer crecer las caras de la pirámide cuyas áreas nos marcan nuestra capacidad de crear riqueza para todos los grupos de interés. No es más que una figura geométrica, pero nos ayuda a explicar y a entender muchos aspectos de nuestras organizaciones. 
Alcance del Informe y sus posibles limitaciones, si existen:	Agrupa a las empresas asociadas de RED: **Sociedad Cooperativa Ganadera de Caspe**, Ganar Sociedad Cooperativa, Trasegar 2005, S.L. y Red Ganadera Caspe, S.L.
Como se está difundiendo el Informe Avanza RSA:	Directamente impresa a Socios, empleados y aliados relevantes En página Web a resto grupos interés
Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo:	Premio RSE Aragón modalidad laboral – 2013 Premio Responsabilidad Social Cooperativas - 2014
Periodo cubierto por la información contenida en la memoria:	Años 2012-13-14-15
Ciclo de presentación del Informe Avanza RSA:	Anual

RESULTADOS:

Resultados de las principales magnitudes de la Organización.

Indicador		Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Ventas netas. Miles de euros		83.791	95.570	108.373	140.343	G4-9
Número de empleados con contrato indefinido	Mujeres	14	14	14	15	G4-9
	Hombres	20	21	22	25	
Número de empleados con contrato temporal	Mujeres	1	0	1	3	G4-10
	Hombres	1	1	2	3	
Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno. Euros		28.597	236.291	48.205	22.518	G4-EC4



C.1.3. INTEGRACIÓN EN LA ESTRATEGIA DE LOS RETOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y AMBIENTALES

ENFOQUES:

Principales líneas estratégicas de la Organización (G4-2), que se desarrollan en Proyectos ESTRATÉTICOS:

1. Investigación y Desarrollo en Genética. Dos sub-líneas: Hembras y Machos, diferentes razas y cruces. Viabilidad, fertibilidad, durabilidad, etc.
2. Eficiencia Nutricional. Formulación de piensos. Eficiencia económica y de producción animal. Cumplimiento y mejora de la legislación sanitaria y ambiental.
3. Comercialización. Producto cárnico adaptado a las demandas de los clientes y consumidores. Eficiencia y fluidez en la distribución del animal vivo a matadero
4. Reestructuración líneas de negocio del área administrativa. Dos sub-líneas: sección de crédito y carburantes.
5. Eficiencia en la productividad. Cuatro sub-líneas: Fábrica de piensos, granjas de cerdas madres, viabilidad de lechones y granjas de cebo de cerdos.
6. Innovación. Consolidación departamento Técnico: Tecnología, Innovación y Sistemas. Proyectos tecnológicos y Proyectos Operativos, entre los que destaca el de Responsabilidad Social

RESULTADOS:

Cuadro de Mando Estratégico, que relaciona los Factores Clave de Éxito con las líneas estratégicas:

Factor Clave de Éxito	Línea Estratégica	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
VENTAS miles €	1-2-3-4	83.791	95.570	108.373	140.343	G4-9
EBITDA miles €	1-2-3-4-5-6	1.425	1.500	2.080	1.513	
Incremento cerdos vendidos miles €	2-3	70	43	75	36	
Descuentos mataderos	1-2-3	1,293	1,380	1,271	1,120	
Incremento Pienso Fabricado Tn	2-3	6,4	7,5	22	8,7	
Incremento plazas cebo miles €	2-3	32	29	31	1	
Índice de transformación	1-2-5-6	2,56	2,52	2,46	2,45	
PRODUCTIVIDAD	1-2-5-6	28,6 %	25,9 %	31,0 %	23,7 %	
Margen Bruto	Calculo Productividad	4.570	5.001	5.901	6.046	
Sueldos y Salarios + Servicios Exteriores	Calculo Productividad	3.262	3.707	4.070	4.613	
Comparativa Coste Competencia SIP	1-2-3-4-6	8,0	9,6	9,9	8,9	
Cuota Porcino Nacional	1-2-3-4-6	1,10	1,18	1,22	1,24	

- EBITDA: Beneficios antes de amortizaciones, intereses e impuestos
- PRODUCTIVIDAD: (Margen Bruto – (Sueldos y Salarios + Servicios Exteriores)) / Margen Bruto

Explicación adicional al cuadro de resultados:

- Perspectiva económica: los valores de Ventas y Ebitda nos proporcionan la información relevante sobre la capacidad de la empresa para generar beneficios con seguridad y estabilidad.

- Perspectiva Cliente: La cantidad de cerdos que se suministran a los mataderos nos indica la potencia de las relaciones comerciales que tenemos con nuestros clientes. El descuento en mataderos es un indicador de cumplimiento de expectativas y requisitos de los clientes.
- Perspectiva Interna: La cantidad de plazas de cebo que gestionamos, junto con la producción de pienso nos indica el valor de las operaciones internas que realizamos. El índice de transformación es un indicador de eficiencia en la alimentación del cerdo.
- Perspectiva Crecimiento: La productividad, concebida como rentabilidad sobre "sueldos y salarios + servicios exteriores" nos indica el potencial de crecimiento hecho realidad a través de nuestros empleados y aliados.
- Benchmarking1: Comparamos el coste de producción de cada cerdo con los mejores del sector, según datos proporcionados por SIP, obteniendo ventaja positiva.
- Benchmarking2: La cuota del mercado del porcino representa una comparativa de nuestro posicionamiento en el mercado con respecto a la totalidad del sector.

ACCIONES:

- Formalización del equipo directivo.
- Establecimiento de planes estratégicos plurianuales
- Integración de los planes de Responsabilidad Social en los planes estratégicos

C.1.4. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

ENFOQUES:

Memoria RSE realizada por el Departamento de Sistemas de Gestión en colaboración con el equipo de Tecnología y el equipo EFQM, representando a todas las áreas de empleados de la organización (G4-24, G4-25, G4-26, G4-27):

- Sistemas de Gestión
- Fabrica + Logística
- Veterinaria + Comercialización
- Administración
- Personas + Innovación

RESULTADOS:

Resultados que aplican al análisis de materialidad desarrollado por la organización.

Indicador	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Indicador G4 asociado
Nº de participantes en el proceso de análisis de materialidad	Memoria RSE realizada por el Departamento Medio Ambiental en colaboración con el departamento de Personas. 2 participantes	No se realiza memoria RSE	Memoria RSE realizada por el Departamento de Sistemas de Gestión en colaboración con el equipo EFQM y equipo tecnológico 8 participantes	G4-26 y G4-27. G4-24 Y G4-25. Ver presentación de la organización

ACCIONES:

- Integración áreas técnica con área sistemas de gestión y con el grupo EFQM.

C.1.5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

ENFOQUES:

Sistemática implantada para la participación en la realización de la Memoria de Responsabilidad Social (G4-24, G4-26):

- Personal técnico de todas las áreas de la organización.
- Designación de un jefe de proyecto.
- Formalización del proyecto operativo.
- Reuniones de equipo para designación de tareas y seguimiento de las mismas.

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la participación de los grupos de interés, así como de otros indicadores que la Organización suscriba para medir su evolución.

Indicador	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Indicador G4 asociado
Nº de participantes grupo de interés personas en la confección de la memoria Responsabilidad Social	2	No se realiza memoria RS	8	GA-26 G4-24. Ver presentación de la organización

ACCIONES:

- Ampliación del grupo implicado en la confección de la memoria de Responsabilidad Social

C.1.6. GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN

ENFOQUES:

Órganos de Gobierno existentes en la Organización así como su composición y funciones. (G4-34)

- Consejo Rector. Elegido por la Asamblea, cuyo representante es elegido por el propio órgano en calidad de Presidente. El Consejo Rector designa al Director General y Gerente de la Cooperativa que preside el Equipo Directivo.
- Equipo Directivo. Designado por el Director General, se compone de 4 directivos, que asumen diferentes funciones en el organigrama de la organización: Producción, Comercialización, Administración, Innovación y Personas.

Procesos de evaluación y retribución que aplican a los órganos de Gobierno (G4-44, G4-51).

- Personas, que incluye la evaluación del liderazgo

RESULTADOS:

Resultados que aplican al Gobierno de la Organización, así como de otros indicadores que la Organización suscriba para medir su evolución.
Información de los últimos cuatro años.

- Consejo Rector

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Composición de los Órganos de Dirección – CONSEJO RECTOR - PRESIDENTE					G4-38
Antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno	1 año	2 años	3 años	4 años	
sexo	Varón	Varón	Varón	Varón	
Composición de los Órganos de Dirección – CONSEJO RECTOR - CONSEJEROS					
Antigüedad media en el ejercicio en el órgano de gobierno	13 años	14 años	15 años	9 años	
% Mujeres	0%	0%	0%	17%	

- Equipo Directivo

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Composición de los Órganos de Dirección – EQUIPO DIRECTIVO - PRESIDENTE					G4-38
antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno	22 años	23 años	24 años	25 años	
sexo	Varón	Varón	Varón	Varón	
Composición de los Órganos de Dirección – EQUIPO DIRECTIVO - DIRECTIVOS					
antigüedad media en el ejercicio en el órgano de gobierno	6 años	7 años	8 años	9 años	
% Mujeres	25%	25%	25%	25%	

ACCIONES:

En el año 2015 se ha renovado el Consejo Rector dando entrada a una mujer y abriendo un canal de participación a jóvenes, con más amplia participación femenina y como próxima generación que deberá sustituir a la actual en los órganos de gestión del Consejo Rector

C.1.7. EXISTENCIA DE PLANES DE RSC, ACTUACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

ENFOQUES:

Retos asumidos por la Organización, así como una rendición de cuentas del estado de cada uno de ellos.

- Acción Social: La Cooperativa Ganadera de Caspe, destina una parte de sus beneficios a la Sociedad, a través de su Acción Social. Nuestro compromiso con la Sociedad, lo llevamos como Cooperativa en el ADN de nuestra empresa, enfocado directamente a la empresa familiar en el ámbito rural. Por ello, diseñamos y ejecutamos proyectos orientados a mejorar la sociedad en la que operamos, prestando atención especial a acciones para arraigar a las personas en el territorio. Proyectos operativos
- Gestión Ambiental: Reducción de emisiones CO2, Eficiencia energética y Reducción de residuos, tanto peligrosos como no peligrosos son los tres ejes medioambientales por los que pivota nuestra gestión ambiental.

RESULTADOS:

Resultados que aplican al enfoque asumido por la Organización en el ámbito de la Responsabilidad Social.

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Acción Social Global. Número de acciones de carácter social. La segmentación se puede ver en el Criterio 6 SOCIAL	28	29	37	30	G4-SO1
Gestión Ambiental Global. Emisiones CO2 por Ton pienso producida. Consumos y residuos se puede ver en el Criterio 7 MEDIOAMBIENTE	2,14	2,1	2	2	G4-EN15

ACCIONES:

- El fomento de la participación de los empleados en temas de acción social, como puede ser en proyectos de voluntariado, colaboración con asociaciones...
- En la selección y evaluación de proveedores establecimiento de criterios de valoración de su impacto socio-ambiental y sus prácticas sociales y medioambientales en su actividad.
- Establecimiento de un plan normalizado de igualdad de oportunidades y garantizar la no discriminación de forma general.

Criterio 2. CLIENTES

C.2.1. SATISFACCIÓN DE CLIENTE

ENFOQUES:

Proceso implantado para conocer la satisfacción de los clientes e identificar las mejoras de servicio.

- Proceso Comercialización

Se realizan encuestas anuales a nuestros clientes para conocer su sentimiento hacia nosotros así como si tienen alguna sugerencia.
Nuestro equipo de comercialización es el principal medio para conocer la satisfacción de nuestros clientes ya que hace el trato directo y continuo con ellos y nos transmite sus inquietudes para poder valorarlas y si es posible, adaptarlas a nuestro trabajo. Aspectos que valoramos: Índice General, Atención al Cliente, Imagen General, Producto Animal, Servicios Técnicos, Servicios Farmacéuticos, Servicios Genéticos y Producto Pienso
El propio equipo veterinario que visita a todos los ganaderos, asesora insitu el tipo de producto que más le conviene para el estado de sus animales dentro de toda la gama que ofrece la empresa, si precisa algún tipo de medicación y el tiempo que tiene que estar usando el producto que se le suministra. Este proceso veterinario, tanto a producto madres como a producto cebo, se orienta a la satisfacción del cliente final o matadero.
El proceso comercialización del porcino se centra en las actividades de control de cebaderos, planificación ventas, logística animal vivo, etc. siendo de enlace proactivo entre las necesidades y expectativas de los mataderos y los cebaderos.

RESULTADOS:

Se exponen los resultados relativos a la satisfacción del cliente:

Indicador – Índice sobre 1	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes – INDICE GENERAL					G4-PR5
Cliente Interno Granja	0,99	0,98	0,99	0,99	
Cliente Interno Cebadero	0,99	0,99	0,99	0,99	
Cliente Externo	0,95	0,96	0,96	0,94	

Indicador – Índice sobre 1	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes – ATENCIÓN CLIENTE					G4-PR5
Cliente Interno Granja	0,98	1,00	0,98	1,00	
Cliente Interno Cebadero	1,00	0,99	0,99	0,99	
Cliente Externo	0,90	0,95	1,00	0,95	

Indicador – Índice sobre 1	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes – IMAGEN GENERAL					G4-PR5
Cliente Interno Granja	0,97	0,98	1,00	0,98	
Cliente Interno Cebadero	0,97	1,00	1,00	1,00	
Cliente Externo	1,00	1,00	1,00	1,00	

Indicador – Índice sobre 1	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes – PRODUCTO ANIMAL					G4-PR5
Cliente Interno Granja	0,97	1,00	0,98	1,00	
Cliente Interno Cebadero	1,00	0,98	0,98	0,97	
Cliente Externo	0,93	0,93	0,87	0,87	

Indicador – Índice sobre 1	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes – SERVICIOS TÉCNICOS					G4-PR5
Cliente Interno Granja	1,00	0,96	1,00	1,00	
Cliente Interno Cebadero	1,00	1,00	1,00	1,00	

Indicador – Índice sobre 1	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes – SERVICIOS FARMACIA					G4-PR5
Cliente Interno Granja	1,00	1,00	1,00	1,00	
Cliente Interno Cebadero	1,00	0,98	0,98	0,98	

Indicador – Índice sobre 1	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes – SERVICIOS GENÉTICA					G4-PR5
Cliente Interno Granja	1,00	0,93	1,00	0,97	
Cliente Interno Cebadero	1,00	0,98	1,00	0,98	

Indicador – Índice sobre 1	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes – PRODUCTO PIENSO					G4-PR5
Cliente Interno Granja	1,00	1,00	0,98	0,98	
Cliente Interno Cebadero	0,98	0,97	0,98	1,00	

ACCIONES:

- Se completa la entrevista con encuestas directas a los clientes externos

C.2.2. INNOVACIÓN EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

ENFOQUES:

Procesos y proyectos implantados en la Organización para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y mercado.

- Cartera de proyectos tecnológicos
- Proceso Fábrica
- Proceso Producción Porcina
- Proceso Gestión Innovación
- Proceso Ingeniería
- Proceso Innovación
- Proceso Nutrición
- Proceso Acción Social

Se dispone de un departamento de Ejecución de la Innovación el cual tiene una serie de proyectos tecnológicos temporalizados con indicadores que valoran el grado de implementación y éxito
El tipo de actuación que desarrolla este equipo viene influenciado para estar preparados para los cambios que se prevén en el mercado y/o en la normativa, para poder solventar las inquietudes que nos han comunicado nuestros clientes sobre el servicio que ofrecemos (mejoras en calidad de producto, en servicio, en equipamiento...)
Igualmente se dispone de un proceso de gestión de la innovación, que ha establecido un sistema de generación de Ideas, que se extiende a toda la organización y que se basa en delimitaciones de la Línea Base y del aprovechamiento de las Fuentes de Vigilancia.

RESULTADOS:

Resultados de innovación en los productos y servicios:

Indicador	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Nº de productos nuevos puestos en el mercado	1 Precebo LT Granulado	1 Cerdas Recría 60 Granulado 2 Cerdas Recría 110 Granulado	1 Presentación granulado en Destete	G4-PR1
Nº de servicios nuevos puestos en el mercado. Administrativos y veterinarios.	1 Formación en gestión a los ganaderos	1 Pólizas a los cebaderos 2 Préstamos participativos	1 Asesoría fiscal y contable 2 Servicio de Innovación	

ACCIONES:

- Durante el transcurso del año 2015 se ha puesto en marcha el departamento de Tecnología e Innovación y se han implantado los procesos de Innovación y de Gestión de la Innovación.

C.2.3. CALIDAD DEL SERVICIO

ENFOQUES:

Procesos implantados en la Organización para la comercialización, distribución de los productos / servicios y el servicio postventa ofrecido a sus clientes.

- Proceso Comercialización
- Proceso Producción Porcina
- Proceso Acción Social
- Proceso Calidad

Se dispone de un equipo técnico comercial que visita a nuestros clientes y habla con ellos en continuo diálogo para comprender las necesidades y buscar la manera de aplicarlas al negocio de la empresa.
Se hacen reuniones mensuales con un portavoz de cada departamento donde el equipo comercialización puede transmitirnos las sugerencias de los clientes y poder debatirlas en un grupo interdisciplinar.
En el proceso comercialización se analizan riesgos, oportunidades, indicadores, objetivos, estando todo ello claramente orientado al cliente.
Se dispone de un proceso normalizado "calidad", gestionado por el departamento de calidad que analiza todos los productos suministrados y en caso de detectar alguna especificación fuera de la etiqueta informa al equipo veterinario el cual es el medio para la comunicación con los clientes que pudieran verse afectados.
También este equipo veterinario recoge las quejas/sugerencias de los clientes y, aquellas que no puede solucionar ellos, las traslada al departamento de calidad el cual les da una respuesta.
Se dispone de un registro de todas las incidencias, tanto internas como provenientes de los clientes.

RESULTADOS:

Resultados en la calidad del servicio

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Nº de reclamaciones de clientes	0	0	0	0	G4-PR8
Nº Sugerencias Cliente interno G.	3	4	3	3	
Nº Sugerencias Cliente interno C.	3	6	5	5	
Nº Sugerencias Cliente externo	3	2	2	3	
Nº Sugerencias Totales	9	12	10	11	
Importe de multas	0	0	0	0	G4-PR9

ACCIONES:

- Mejora de la técnica de entrevista personal con los clientes para generar un clima de confianza que dé lugar a que nos trasmita sus opiniones y sugerencias sin ningún temor al conflicto

C.2.4. TRANSPARENCIA INFORMATIVA SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO

ENFOQUES:

Procesos implantados en la Organización para asegurar y facilitar información transparente sobre los productos y servicios.

- Proceso Comercialización
- Proceso Producción Porcina
- Proceso Acción Social

Todos nuestros productos fabricados disponen de la información detallada en la etiqueta que siempre acompaña al producto que se entrega al cliente y en las fichas del producto.
Nuestro equipo veterinario es el principal "comercial" ya que visita a todos los granjeros informando del tipo de pienso que se le suministra y la idoneidad del mismo para el estado actual de sus animales.
Sobre el producto animal, el departamento de comercialización suministra a los mataderos toda la información obligatoria y requerida en forma de documentos que acreditan que los animales se entregan en forma segura y con la calidad contrastada.

RESULTADOS:

Publicaciones habituales donde se transmite la información pertinente sobre nuestros productos y servicios:

- Publicación anual de la cuenta de resultados
- Publicación anual de la memoria de actividades
- Publicación anual del Cash Flow Social

ACCIONES:

- Reestructuración página web donde se aprecia una mayor transparencia de la información

- Publicación anual de la memoria de responsabilidad social

Criterio 3. PERSONAS

C.3.1. SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS EMPLEADAS

ENFOQUES DE GESTIÓN:

La gestión de las personas se planifica y controla desde el departamento "Personas" y a través del proceso "gestión de personas" con el apoyo de la responsable de Prevención de Riesgos Laborales para los temas de Salud y Seguridad Laboral y Formación. Se cuenta con la colaboración de una asesoría laboral para el asesoramiento en temas de contratación, nóminas y legislación laboral

RESULTADOS:

Desde el año 2008 se realiza una encuesta bienal de percepción de la satisfacción del empleado. La última versión de la misma implantada en el año 2013 (sobre el año 2012) y posteriormente repreguntada en el año 2015 (sobre el año 2014), se les pregunta sobre su grado de acuerdo en lo relativos a varios aspectos relacionados con su grado de satisfacción con respecto a distintos temas, manteniendo y asegurando el anonimato en todo momento:

- Gestión de empleados
- Formación y desarrollo profesional
- Responsabilidad y desarrollo personal
- Comunicación interna
- Consideración hacia los empleados

A las personas se les pregunta sobre su opinión y grado de acuerdo según la siguiente escala:

1. Estoy totalmente en desacuerdo
2. Estoy parcialmente en desacuerdo
3. Estoy parcialmente de acuerdo
4. Estoy totalmente de acuerdo

Finalmente se realiza un informe por el departamento de gestión de personas que se comunica, por orden, a dirección general, directores de departamentos y resto de personas y sirve de base para la mejora de las estrategias, políticas y planes de gestión.

ENCUESTA SOBRE GESTIÓN DE PERSONAS - Resultados (sobre 4)

Indicador	Año 2008	Año 2010	Año 2012	Año 2014
% de personas de plantilla que participan en las encuestas de satisfacción	65%	69%	76%	89%
Indicador	**Año 2008**	**Año 2010**	**Año 2012**	**Año 2014**
Selección y promoción			3,1	3,1
Organigrama general			3,7	3,5
Organigrama de área			3,4	3,4
GESTION EMPLEADOS	3,1	3,2	3,4	3,3
Indicador	**Año 2008**	**Año 2010**	**Año 2012**	**Año 2014**
Formación			3,6	3,5
Desarrollo profesional			3,4	3,3
Herramientas			3,7	3,3
DESARROLLO PROFESIONAL	3,1	3,3	3,6	3,4
Indicador	**Año 2008**	**Año 2010**	**Año 2012**	**Año 2014**
Oportunidades			3,2	3,3
Apoyo recibido			3,5	3,2
Responsabilidades asumidas			3,6	3,4
DESARROLLO PERSONAL	3,1	3,3	3,4	3,3
Indicador	**Año 2008**	**Año 2010**	**Año 2012**	**Año 2014**
Manifestar Opinión			3,1	3
Información compartida			3,2	3,2
Compartir información			3,4	3,3
COMUNICACIÓN	3,1	3,3	3,3	3,2
Indicador	**Año 2008**	**Año 2010**	**Año 2012**	**Año 2014**
Reconocimiento			3,2	3,1
Atención			3,5	3,5
Seguridad y salud			3,7	3,7
CONSIDERACIÓN	3,1	3,3	3,5	3,4

ACCIONES:

- Los planes de desarrollo individual de las personas se planifican y acometen en entrevistas coordinadas o dirigidas por el director de personas en base a entrevistas individuales de evaluación del desempeño y competencias de los empleados y de sus líderes. Estas entrevistas se desarrollan en un ambiente de confianza, debate abierto, sin temor al desacuerdo que acaba finalmente con un consenso de desarrollo individual entendido y comprendido por las partes. Todos los trabajadores, incluidos sus representantes, tienen la potestad de opinar e incidir sobre el método establecido y de proponer las mejoras que consideren convenientes.

B.3.2. IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y NO DISCRIMINACIÓN

ENFOQUES DE GESTIÓN:

El comportamiento ético, la no discriminación, el respeto de la igualdad entre personas y la seguridad en el trabajo son parte fundamental del compromiso aceptado hacia nuestros empleados.
Estos principios se reflejan en la gestión cotidiana de la compañía.
Todas las vacantes y nuevos puestos son publicados en los tablones de anuncios de las instalaciones para que todo el mundo sea conocedor de las mismas y puedan optar a ellas.
En la descripción del nuevo puesto sólo se solicita formación que encaje en el perfil, no se discrimina por sexo, ni ningún otro motivo..
Los salarios están fijados de acuerdo a la experiencia adquirida y antigüedad, es completamente independiente de las características personales del trabajador.
Toda la formación que ofrece la empresa es para todos los trabajadores de la empresa, sin distinción de las características personales del trabajador.
La distribución de mandos técnicos es mayoritariamente femenina así como la distribución del personal técnico cualificado.
En los procesos de selección y promoción, se valora exclusivamente la capacitación profesional y experiencia en el puesto, independientemente del sexo o edad de la persona.

RESULTADOS:

En el recuento general del personal hay un número próximo a la paridad entre hombres y mujeres aunque es cierto que hay determinados sectores de la plantilla donde no hay tanta paridad. En todo caso, a la hora de definir el puesto de trabajo a desarrollar sólo se especifican habilidades y niveles de formación o experiencia, no se valoran las características físicas o personales de los postulantes.

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Composición de Órganos de Gobierno y Dirección de la organización. Consejo Rector					G4-LA 12. a
% Hombres	100	100	100	86	
% Mujeres	0	0	0	14	
% menos de 30	0	0	0	0	
% entre 30 y 50	28,5	28,5	28,5	43	
% más de 50	71,5	71,5	71,5	57	

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Composición de Órganos de Gobierno y Dirección de la organización. Equipo Directivo					G4-LA 12. a
% Hombres	80	80	80	80	
% Mujeres	20	20	20	20	
% menos de 30	0	0	0	0	
% entre 30 y 50	80	80	80	60	
% más de 50	20	20	20	40	

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Composición de la plantilla					G4-LA 12. b
% Hombres	58.3 %	61.1%	61.5%	60.9%	
% Mujeres	41.7%	38.9%	38.5%	39.1%	
% menos de 30	11.1%	8.3%	10.3%	13.0%	
% entre 30 y 50	75.0%	80.6%	69.2%	67.4%	
% más de 50	13.9%	11.1%	20.5%	19.6%	
% otros grupos minoritarios	5.6%	5.6%	5.1%	4.3%	

ACCIONES:

- La definición, comunicación y puesta en marcha de un doble código de conducta: para la empresa y para los empleados, estos últimos desde la perspectiva de la triple actitud: entorno laboral, imagen corporativa y orientación al cliente.

- Compromiso Nº 3

C.3.3. CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y LABORAL.

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Tradicionalmente se ha mantenido la siguiente Política de conciliación de vida personal, familiar y laboral:

- Flexibilidad horaria y lugar: Se mantiene una política de facilitación de la flexibilidad horaria, aceptación de excedencias y la posibilidad de realizar las tareas desde la casa del empleado. Se prima el cumplimiento de objeticos y los resultados alcanzados sobre la presencia física en el puesto de trabajo.

- Servicio de apoyo: La empresa no es inmune a la vida familiar y personal de los empleados, entendemos que la empresa, debido a su disposición de disponibilidad de medios, conocimiento y relaciones, puede ayudar y orientar a sus trabajadores a encauzar su vida particular conforme se van cumpliendo las diferentes etapas vitales y a solventar las dificultades que surgen con el vivir. El servicio de apoyo, siempre voluntario, en asesoramiento e información, tanto personal y familiar, como legal, financiero y fiscal.

Se pueden ofrecer las siguientes actuaciones para la conciliación:

- Reducción de jornada
- Teletrabajo
- Flexibilidad horaria
- Jornada intensiva
- Jornada partida

Se dispone de un Departamento de Personas con un análisis particular (y reservado) de cada caso individual para estudiar y valorar que medida puede ser la que mejor encaje para la conciliación. En las encuestas de satisfacción, este aspecto es uno de los que se valoran con mayor

RESULTADOS:

El alcance de estas medidas de conciliación contempla al 100% de la plantilla y son adoptadas después de la detección por dos vías diferentes:

- Vía directa: es el propio empelado el que, bien a través del departamento de personas, o bien directamente a dirección general, expone su situación y solicita un determinado tipo de flexibilidad, apoyo o ayuda. Para estos aspectos la accesibilidad de la dirección es total.

- Vía indirecta: dos maneras
  - A través del ejercicio de un liderazgo compartido que implica un incremento de la confianza y de la transparencia entre responsable jerárquico y empleado.
  - A través de una comunicación vertical eficiente en ambos sentidos, donde la evaluación del desempeño juega un papel primordial en la detección de las situaciones graves familiares y personales.

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Nº empleados que tuvieron derecho a un permiso por maternidad o paternidad.					G4- LA 3 a.
Mujeres	13.3%			5.6%	
Hombres			4.2%	3.6%	
Nº empleados que ejercieron su derecho a un permiso por maternidad o paternidad.					G4- LA 3 b.
Mujeres	13.3%			5.6%	
Hombres			4.2%	3.6%	
Nº empleados que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su derecho a un permiso por maternidad o paternidad.					G4- LA 3 c.
Mujeres	100%			100%	
Hombres			100%	100%	
% de la plantilla que hace uso de las medidas de conciliación laboral existentes.					G4- LA
Mujeres	26.7%	28.6%	26.7%	33.3%	
Hombres	5.0%	4.5%	4.2%	3.6%	
% de la plantilla que se ha acogido a una reducción de la jornada laboral.					
Mujeres	13.3%	14.3%	13.3%	11.1%	
Hombres					
% de la plantilla que dispone de jornada flexible en su puesto de trabajo.					
Mujeres	6.7%	7.1%	13.3%	16.7%	
Hombres	5.0%	4.5%	4.2%	3.6%	
% de la plantilla que hace uso de medidas de Teletrabajo.					
Mujeres	6.7%	7.1%	6.7%	5.6%	
Hombres	5.0%	4.5%	4.2%	3.6%	

ACCIONES:

- Desde 2012 que surgió un proyecto de transformación social a través de la empresa, que supera el concepto de conciliación para alcanzar el de la integración, se ha seguido trabajando en esas líneas bases hasta la actualidad.

- Se ha comprobado que es necesario el potenciar la gestión de las personas desde una perspectiva de excelencia haciendo hincapié en las relaciones de confianza que históricamente se habían mantenido entre empresa y trabajadores. Pero para ello no era suficiente la "buena voluntad", se precisa de un proyecto sólidamente fundamentado en los cimientos de la psicología del trabajo y de las organizaciones.

- Nuestro proyecto "La empresa como agente de transformación social" se hizo realidad el año 2013 y se le otorgó el premio aragonés de Responsabilidad Social Empresarial en la modalidad Acción, Categoría Laboral.

C.3. 4 FORMACIÓN Y FOMENTO DE LA EMPLEABILIDAD

ENFOQUES DE GESTIÓN:

La orientación de nuestra organización es, fundamentalmente, hacia la formación personalizada, "interna" y "externa en la propia empresa". Sus principales características son, establecidas en el proceso Personas:

- La formación se realiza en las propias instalaciones de la organización
- Se realizan en forma de talleres participativos con formación teórico-práctica. Es una forma que las enseñanzas y conocimientos adquiridos se pongan en práctica.

Se realiza una evaluación de las necesidades formativas en base a la Evaluación de Riesgos, nuevos equipos, nuevas tecnologías, nuevos procedimientos...
Se dispone de hojas donde los trabajadores pueden dejar por escrito sus preferencias de formación para poder valorarlas y, en caso de que la valoración sea positiva, ofrecérsela al trabajador.
En la reunión mensual de portavoces se pueden transmitir todas las necesidades y propuestas de formación que se precisen
A principios de año se establece un Plan de Formación inicial que se revisa trimestralmente para añadir actividades de formación en caso de detección de nuevas necesidades. Este plan puede ampliarse por propuestas de las personas empleadas en los canales formalmente establecidos

RESULTADOS:

La formación y el aprendizaje se convierten en desarrollo continuo de la persona en su profesión, se desarrollan habilidades y capacidades específicas válidas para la empresa, vinculando aprendizaje con aplicación supervisada de lo aprendido. La formación cubre dos tipos de necesidades:

- Las específicas de los puestos de trabajo, habituales y tradicionales en los planes de formación de las áreas de recursos humanos
- La que implica desarrollo de las personas y consiste en la adquisición de habilidades y capacidades por parte de directivos y empleados (Dirección, Estrategia y Procesos) que impulsan el rendimiento e incrementan la productividad y la competitividad.

Indicador		Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Promedio de horas de formación recibida por las personas durante cada ciclo anual						G4-LA 9
Toda la plantilla	Hombres	5.0	8.3	2.4	3.3	
	Mujeres	11.5	20.1	11.4	10.4	
Desglose por categoría Altos directivos	Hombres		20.6		0.9	
	Mujeres		10		10.3	
Técnicos	Hombres		8.3		0.15	
	Mujeres	20	23.7	17.6	12.4	
Administración	Hombres					
	Mujeres	15	17.8	15.4	20.7	
Personal base	Hombres	7.5	2.1	3.6	4.5	
	Mujeres					

ACCIONES:

- La formación proporcionada por personal interno, presenta la ventaja de aprovechar el conocimiento interno de la organización para su transmisión y comunicación, que a su vez se incrementa y mejora por la responsabilidad añadida que supone la formación a otras personas.

- La formación proporcionada por profesionales externos, contratados específicamente para impartirla en la propia empresa, impide la homogeneización del pensamiento y de la gestión, potenciando la apertura a nuevos o diferentes modelos y formas de hacer las cosas, tanto para los directivos como para los empleados. Se alienta el espíritu crítico y autocrítico.

C.3. 5 SEGURIDAD Y SALUD

ENFOQUES DE GESTIÓN:

La forma de entender la gestión de las personas como fuente de transformación social implica una gestión de los riesgos psico-laborales al mismo nivel de importancia que los riesgos derivados de la inseguridad en el trabajo y de la higiene y salud física de los trabajadores.
Diferenciamos entre dos tipos de riesgos psico-sociales, en función de su procedencia:

- Laborales y profesionales: de fácil detección y corrección mediante la aplicación de las técnicas habituales en la Gestión de Personas: Encuestas específicas, Liderazgo, Evaluación del Desempeño, Comunicación, etc. Cualquier situación de riesgo psicosocial es fácilmente detectable en la aplicación de las técnicas mencionadas cuando se realizan o supervisan como es el caso, por un profesional de la conducta humana.
- Personales y familiares: de más complicada y delicada detección y, sobre todo, corrección. So solución total no suele estar al alcance de la empresa, pero una actitud empática y asertiva ante el empleado con este tipo de riesgos, puede producir efectos positivos. Aunque damos por hecho que la vida personal y familiar no es de incumbencia de la empresa, ponemos a disposición de nuestros empleados el servicio de psicología para que de forma confidencial puedan, si así lo desean, contar con un profesional que les pueda orientar y ayudar.

Se dispone de un contrato con un Servicio de Prevención Ajeno, y la empresa dispone de una persona responsable de gestionar la Seguridad y Salud supervisando la Planificación de Actividad Preventiva que recoge todos los puntos débiles detectados en prevención y que se revisan periódicamente.
Todos los trabajadores disponen de la información de los riesgos de sus puestos y además de otra información de seguridad relacionado con su puesto de trabajo: Manual de EPI's, Manuales de Trabajo Seguro según su puesto,
Se dispone de una planificación para la revisión de todos los equipos de fábrica.

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la actividad

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
% de trabajadores de la plantilla que tiene representación en los comités formales de Seguridad y salud	n/a	n/a	n/a	n/a	G4-LA 5 b
Nº total de accidentes con lesiones	0	0	0	1	G4-LA 6 a
Nº total de bajas por enfermedad profesional y enfermedad común	3	3	4	5	
Nº de días no trabajados por accidentes o enfermedades profesionales	0	0	0	6	
Absentismo, % días perdidos respecto al total de días de trabajo previstos.	0.4%	1.2%	0.7%	0.7%	
Nº de víctimas mortales	0	0	0	0	

ACCIONES:

- En cuanto a la seguridad física de los trabajadores, la empresa tiene como premisa, lugar de trabajo seguro gente segura, por lo que no escatima en recursos para solucionar cualquier fallo en los equipos, herramientas o lugares de trabajo para que en todo momento el ambiente de trabajo sea completamente libre de riesgos y la probabilidad de que un accidente ocurra sea la mínima posible.

Criterio 4. PROVEEDORES

C.4.1. COMPRAS RESPONSABLES

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Procesos desarrollados en la Organización encaminadas a impulsar, fomentar y propiciar las compras responsables.

- Compras Materias Primas
- Producción Porcina
- Fabrica

Se dispone de una homologación de proveedores de acuerdo con la Marca de Alimentación Animal Certificada
Anualmente se realiza una evaluación de proveedores con valores numéricos, aquellos que estén por debajo de 5, quedan fuera del proceso de homologación
En cada proceso y proyecto tecnológico y estratégico se analiza la contribución de cada aliado al mismo.

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la actividad

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
% de presupuesto de compras en los lugares con operaciones significativas se destina a proveedores locales	27.2%	40.6%	35.4%	33.3%	G4-EC 9

ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, que apoyen la gestión de compras responsables.

- Compromiso Nº2

C.4. 2 CLASIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES Y HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Procesos o proyectos desarrollados en la Organización para la clasificación, evaluación y Homologación de los proveedores.

- Compras Materias Primas
- Producción Porcina
- Fábrica
- Proyecto operativo mantenimiento
- Proyectos tecnológicos

Se dispone de un subproceso de evaluación de proveedores, incluido en el proceso compras y además, se realiza anualmente una reevaluación del proveedor en el cual interviene el Responsable de Compras, de Calidad y Transporte/Logística para valorarlo desde varios puntos de vista. Si alguno de ellos valora al proveedor por debajo de 5, se tiene que volver a homologar al proveedor para tener relaciones comerciales con ellos de nuevo.
Se evalúa a los aliados de los procesos y proyectos tecnológicos y estratégicos en su compromiso y orientación al cliente

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la actividad.

Indicador PROVEEDORES MATERIA PRIMA	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Atención	6,3	6,6	6,9	6,7	G4-LA 15
Precio	5,6	6,7	6,9	6,4	
Transporte	7,5	7,5	7,5	7,6	
Calidad	6,5	6,7	6,8	6,4	
Indicador PROVEEDORES FARMACIA	**Año 2012**	**Año 2013**	**Año 2014**	**Año 2015**	**Indicador G4 asociado**
Atención	7,8	8	7,9	7,9	G4-LA 15
Precio	7,9	7,8	8,1	8,1	
Transporte	8,2	7,7	8,1	8	
Calidad	7,9	7,8	7,9	7,9	

ACCIONES:

- Informe anual de análisis de proveedores

C.4. 3 INTERACCIÓN CON LOS PROVEEDORES

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Procesos o proyectos desarrollados en la Organización para impulsar y gestionar la interacción con los proveedores.

- Colaboración e implicación en procesos, proyectos operativos, proyectos tecnológicos y proyectos estratégicos.

El seguimiento de los proveedores en cada proceso y proyecto se evalúa con dos parámetros:

- Orientación al Cliente
- Orientación a Resultados

En función del proceso o proyecto la frecuencia de la evaluación puede ser: mensual, trimestral o anual

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la actividad.

Indicador	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Nº de proyectos ESTRATÉGICOS abiertos con equipos mixtos con proveedores	4	5	6
Nº de proyectos TECNOLÓGICOS abiertos con equipos mixtos con proveedores	---	---	6
Nº de proyectos OPERATIVOS abiertos con equipos mixtos con proveedores	---	---	1
Nº de PROCESOS abiertos con equipos mixtos con proveedores	---	---	Objetivo 2016

ACCIONES:

- Mayor implicación de los proveedores y aliados en el desarrollo y cumplimiento de objetivos de los proyectos estratégicos, tecnológicos y procesos

Criterio 5. SOCIAL

C.5.1. IMPACTO SOCIAL

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Procesos desarrollados en la Organización para gestionar los impactos sociales vinculados a la actividad.

- Proceso "Acción Social"

Hay una planificación de las acciones sociales dentro del marco del proceso normalizado "Acción Social". La empresa dispone de 4 sectores a los que destina la acción social:

- La mujer en el medio rural
- Los niños y el deporte
- Los desfavorecidos
- Costumbres

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la actividad

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Nº de acciones de carácter social	28	29	37	30	G4-SO1
Acciones dirigidas al ciclismo de base	1	1	1	1	
Acciones dirigidas a la mujer caspolina	9	11	11	7	
Acciones dirigidas al deporte de niños	1	1	3	7	
Acciones dirigidas sectores desfavorecidos	3	6	9	9	
Miles de euros gastados en acción social	13,2	9	14	13,3	

ACCIONES:

- Potenciación del apoyo a sectores desfavorecidos. Como no podría ser de otra forma una parte de nuestra Acción Social está destinada a las personas de nuestras Comarcas que más nos necesitan, no nos podemos olvidar de ellos, ni de nuestros mayores, ni tampoco de las personas disminuidas. Nuestro esfuerzo ha ido a apoyar iniciativas como las del Alzheimer, así como colaborar con AFEDACC a la hora de editar el libro sobre el Alzheimer, para dar un paso más en su labor de concienciación y sensibilización social entorno a la enfermedad de Alzheimer y llegar, de este modo, a muchos y variados segmentos de población.

- Otra contribución destacable en esta línea ha sido la contribución al Centro de Disminuidos, ayudando con material escolar necesario para el desarrollo de su actividad.

C.5.2. ALINEACIÓN DE PROYECTOS SOCIALES CON LA ESTRATEGIA

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Procesos o proyectos desarrollados en la Organización para alinear los proyectos sociales con la estrategia.

- Proceso "Acción Social"
- Proyecto OPERATIVO "Responsabilidad Socia"

En los planes y proyectos estratégicos hay un presupuesto anual destinado a fines sociales ya sea a asociaciones en concreto con las que ya se haya pactado la acción social o para otro tipo de asociaciones o actuaciones que, sin estar planificadas, nos parecen interesantes participar por su contenido en el desarrollo local de nuestra comunidad.
A fin de año se recogen todos los resultados y se analizan para ver la idoneidad de las ayudas para prorrogarlas para el siguiente año o mejor destinarlas a otras organizaciones.

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la actividad

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
% EBIDTA destinado a Acción social: iniciativas sociales elegidas por la empresa, alineadas con sus intereses corporativos y la mejora de su reputación*	0,93	0,60	0,67	0,88	G4-SO1

ACCIONES:

- Línea Estratégica Innovación. Consolidación departamento Técnico: Tecnología, Innovación y Sistemas. Proyectos tecnológicos y Proyectos Operativos, entre los que destaca el de Responsabilidad Social

C.5.3. TRANSPARENCIA CON EL ENTORNO

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Procesos o proyectos desarrollados en la Organización para garantizar la transparencia en la información financiera y no financiera a los grupos de interés.

- Proceso Personas
- Proceso Contabilidad
- Proceso Facturación
- Proceso Acción Social
- Proyecto OPERATIVO "Responsabilidad Socia"
- Proyectos TECNOLÓGICOS de impacto ambiental y eficiencia energética

Anualmente se realiza un Foro de los Trabajadores donde entre otros temas, se tratan de todas las acciones que la empresa está realizando.
Periódicamente se realiza una memoria con la recopilación de todas las acciones sociales realizadas y se entrega a los trabajadores, proveedores, aliados, asociaciones y administraciones públicas.
Todas las actuaciones quedan anunciadas y publicadas posteriormente en nuestra página web y facebook.

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la actividad

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
COMPLIANCE. Cumplimiento legal Valor monetario de multas y/o sanciones por incumplimiento legal: (ambiental / fiscal / laboral/ penal, etc.	0	0	0	0	G4-SO8; PR9
Nº Incidencias detectadas en evaluaciones internas de cumplimiento legal	0	0	0	0	

ACCIONES:

- Formalización de los procesos que garantizan la transparencia en la información financiera y no financiera a los grupos de interés.

- Compromiso Nº 1

C.5.4. CANALES DE COMUNICACIÓN

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Procesos o proyectos desarrollados en la Organización para la gestión de la comunicación en el ámbito social.

- Proceso Personas
- Proceso Acción Social
- Proyecto OPERATIVO Responsabilidad Social

Se realiza periódicamente un folleto que recopila todas las acciones sociales realizadas por la empresa y que se entrega a todos los trabajadores, proveedores, aliados, asociaciones y administraciones públicas.
Muchas de las actividades sociales se hacen a asociaciones de ámbito local - Todas las actividades se publican en nuestra página web y en el facebook con fotografías y comentarios animando a la gente a que dejen su opinión en estos medios.
Los resultados se analizan y sirven para tomar decisiones de mejora, dentro del proceso, del grupo de portavoces y del equipo directivo

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la actividad

Indicador	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Número de apariciones por mes de la compañía e medios de información: revistas, periódicos, radio, TV, etc, pagada por nuestros medios	3,7	2,6	1,8	G4- SO1
Número de apariciones por mes de la compañía e medios de información: revistas, periódicos, radio, TV, etc, NO pagada	4,3	3,4	2	
Número de visitas en facebook	13.596	20.878	35.985	

ACCIONES:

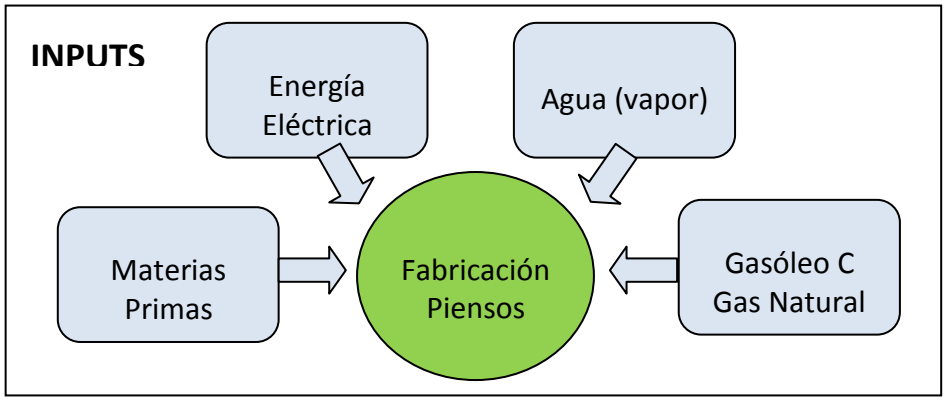
- Transparencia informática de carácter financiero y no financiero, a través de la página web
- Incorporación activa a las redes sociales

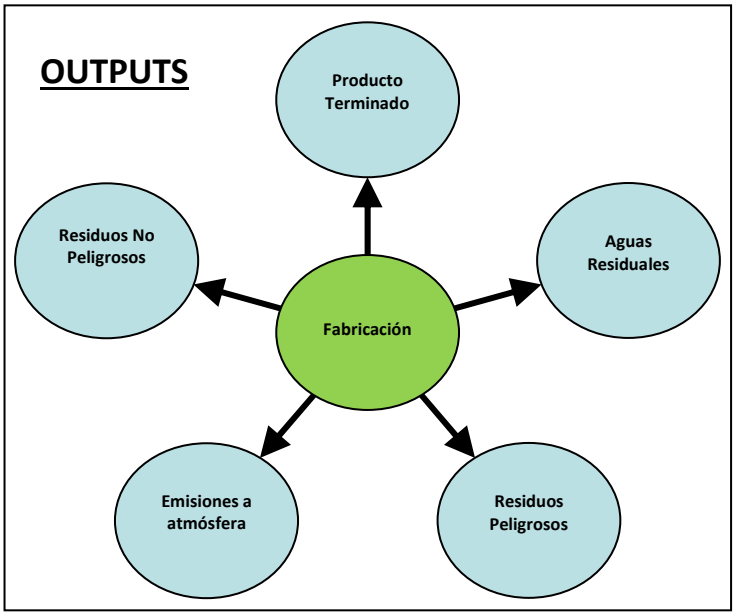
Criterio 6. MEDIOAMBIENTAL

C.6.1. IMPACTO AMBIENTAL

ENFOQUES DE GESTIÓN:

La empresa lleva controlando los impactos ambientales más significativos derivados de su actividad de forma procedimentada desde 2007 según los parámetros requeridos de notificación por Registro de Emisiones y Fuentes Contaminantes, PRTR-Aragón. En estas fechas, además, Cooperativa Ganadera de Caspe está registrada como Pequeño Productor de Residuos Peligrosos con nº de registro AR/PP-7085, lo cual conlleva al control y registro formal de la producción y destino de los mismos.
Es a partir de enero de 2011, cuando tras el aumento de sus instalaciones, y por tanto de su producción, por resolución del Instituto Aragonés de Gestión Ambiental, se otorga la Autorización Ambiental Integrada y quedan finalmente definidos las emisiones, vertidos, residuos y consumos tanto los máximos permitidos como los esperados. A partir de esa fecha, dichos impactos son medidos y registrados a través de las OCA's correspondientes a cada caso.
En las siguientes imágenes se muestran los impactos ambientales significativos derivados de la actividad de la empresa.





RESULTADOS:

A partir de la legislación ambiental existente y según el estudio histórico de datos recogidos por la empresa, se determinaron los valores de los principales indicadores y objetivos anuales a seguir, dichos objetivos son establecidos anualmente y revisados semestralmente a lo largo de ese año para así promover la mejora continua. Los principales indicadores así como sus objeticos están documentados en el modelo de gestión de la empresa.

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Consumo electricidad: (Kw/T producto)	26.6	28.39	27.82	27.51	G4-EN3
Consumo gas: (MkWh)	n/a	n/a	3352.35	4203.49	
Consumos combustibles fósiles por tipología: (MkWh)	3853.44	4154.1	1200.54	706.5	
Consumo combustibles fósiles en transporte (kg CO2 eq)	2787117	331610	372423	380918	G4-EN30
Consumo agua: m3 en oficina	Sin dato	140	392	269	G4-EN9
Consumo de agua: litros/ T de producto	39	49.5	40.1	48	
Consumo papel: T papel y cartón	5.3	5.78	5.5	7	G4-EN1
Residuos peligrosos (T) gestionados/producidos	3.37	2.02	1.94	2.21	G4-EN23
Residuos no peligrosos (T) gestionados/producidos	43.0	34.5	31.5	43.0	

La disminución del consumo de combustibles fósiles en el año 2015 se corresponde a una actuación de mejora energética al instalar una caldera de gas para la reducción de consumo de dicho producto. Mientras que el aumento de consumo de combustibles fósiles en transporte es debido al crecimiento de la empresa: se amplía la capacidad de producción y también el número de explotaciones ganaderas a las que repartir el producto fabricado.

La variación de cantidad de residuos no peligrosos a lo largo de los años es debido al mayor control que se ha realizado sobre los residuos, así como las diversas obras de ampliación que han generado residuos específicos que no provienen de nuestro proceso productivo (chatarra, residuos inertes…)

La empresa como productora y comercializadora de piensos medicamentosos (30% del total de piensos) y comercializadora de productos zoosanitarios tiene 2 procesos generadores de residuos peligrosos:

- Incorporación de premezclas medicamentosas incorporadas en determinados piensos: aparición de posibles restos de productos químicos y envases contaminados.
- Venta de productos sanitarios: presencia de productos químicos y envases contaminados.

La gestión de dichos residuos es llevada a cabo por una empresa externa autorizada que ofrecen los servicios de retirada y transporte de los residuos peligrosos generados, así como la entrega de los contenedores homologados vacíos, la documentación y gestión exigidas por la legislación vigente y el consiguiente seguro de responsabilidad civil. Todos los residuos peligrosos generados son etiquetados y almacenados correctamente, en almacén cubierto, pavimentado y destinado a tal efecto en contenedores homologados para este fin.
Las instalaciones disponen de sistemas de control de fugas y derrames, soleras y cubetos de retención estancos sin conexión directa a la red de desagüe en las zonas de posibilidad de vertido accidental de aguas hidrocarburadas y posibles derrames de grasas de descargas, se cuenta en la zona de mayor probabilidad de ocurrencia de dos decantadores y separadores de agua Clase I según DIN 1999.

ACCIONES:

- Sustitución en todos los casos posibles de compra de productos envasados en sacos de 25Kg por productos a granel o ensacados en big-bag reutilizable.
- Recogida selectiva de papel, cartón, madera y plástico para su valorización.
- Reutilización por la empresa suministradora de los tóner de las impresoras.
- Reaprovechamiento de los palets por una empresa cercana.
- Implantación de un procedimiento de revalorización de materias primas y producto terminado para la disminución de materia orgánica llevada a vertedero municipal.
- Priorizar el uso de gas natural en contra del gasóleo C como combustible para las calderas.
- Aislamiento de tuberías y conducciones “calientes” para reducir las pérdidas de calor.
- Instalación purgadores automáticos en las calderas.
- Actualmente, sistema de gestión energética para ahorro de consumo de agua, gas, electricidad y gasóleo.

C.6.2. ESTRATEGIA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Procesos o proyectos desarrollados en la Organización para gestionar la Estrategia de la Organización frente al Cambio Climático.

- Proceso Medioambiente
- Proceso Ingeniería
- Proceso Nutrición

Los trabajadores son conocedores de los proyectos que realiza la empresa para la reducción del impacto medioambiental, ya que ellos mismos están implicados en mayor o menor medida en ellos.
En las reuniones mensuales con los portavoces de cada departamento se informa del estado de los indicadores que valoran los planes de eficiencia energética.
La cartera de proyectos tecnológicos y sus principales resultados se dan a conocer tanto interna como externamente en la página web y otros mecanismos de difusión, como por ejemplo la memoria anual.

RESULTADOS:

La empresa en la actualidad posee 9 focos de emisión diligenciados, seis de ellos del Grupo B y epígrafe 2.13.3 (focos 3, 4, 5, 6, 7 y 8), uno del Grupo B y epígrafe 2.1.2 (foco 2) y dos del Grupo C y epígrafe 3.1.1 (focos 1 y 9), sobre los que son realizados anualmente autocontroles o controles reglamentaros (ECA, Bureau Veritas), según la legislación correspondiente y bajo los límites que marca la Autorización Ambiental Integrada que afecta a la empresa.
A partir de los datos de las mediciones realizadas por ECA, anualmente se registran los datos de emisiones de contaminantes a la atmósfera consecuencia del proceso productivo de Cooperativa.

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Emisiones Kg CO2 / T producto	2.14	2.10	2.00	2.00	G4-EN15
Emisiones globales. Kg CO2	1101830.4	110183.4	327876.5	335022.2	
Cantidad de emisiones por unidad de producto fabricado/ horas trabajadas	0.0015	0.0014	0.0004	0.00003	G4-EN18

El aumento de emisiones globales de Kg de CO2 de forma progresiva con los años es debido al aumento de producto fabricado, se puede observar que se mejora la eficiencia del proceso con los años ya que al relativizarlos según ton de pienso fabricado por horas trabajadas el valor obtenido se reduce con los años. Esto es debido a las mejoras de eficiencia energética que se han ido acoplando al proceso de fabricación.

ACCIONES:

Como se ha comentado la Cooperativa Ganadera de Caspe participa en la EEACCEL del Gobierno de Aragón, elaborando Planes de Acción para la reducción de GEI en base a las siguientes líneas de actuación:

- Línea 5.3.1.1. Reducción del consumo energético. Uso racional de la energía, siendo el factor del consumo energético un criterio en la toma de decisiones. Objetivo: Fomentar el uso racional y eficiente de la energía.

- Línea 7.3.1.2. Desarrollo de buenas prácticas de ahorro y eficiencia energética, mediante tecnología y buenos usos, en el ámbito de la iluminación, climatización y el asilamiento de edificios. Objetivo: Mejorar la eficiencia energética en los procesos de construcción y uso de los edificios.

- Línea 8.3.1.1.11. Incorporación de políticas ambientales en las estrategias o políticas empresariales. Objetivo: Disminuir las emisiones por unidad de producto industrial y producir bienes industriales con bajo coste ambiental y con criterios de calidad en un marco de competitividad.

- Línea 8.3.1.1.10. Apuesta por los proveedores locales, ligado a una menor emisión de gases de efecto invernadero. Objetivo: Disminuir las emisiones por unidad de producto industrial.

C.6.3. GESTIÓN AMBIENTAL

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Procesos o proyectos desarrollados en la Organización para la gestión sostenible de edificios, equipos y materiales.

- Proyecto OPERATIVO Mantenimiento
- Proyecto TECNOLÓGICO Eficiencia Energética
- Proceso Gestión ambiental

Todos los trabajadores están concienciados en la segregación de residuos, se dispone de contenedores para el reciclado selectivo de papel y plástico. Los palets se valorizan gestionándolo con una empresa cercana que se encarga de la venta y reciclaje de dichos productos, la chatarra también se separa y se gestiona independientemente.
Se están incorporando instrumentación que disminuye el consumo eléctrico de los equipos para reducir el coste energético.
Aquellos productos que por fallos de fabricación han salido no aptos para su comercialización, pueden volver a usarse siempre que cumplan con los requisitos indicados en la Guía de Valorización, reduciendo así la cantidad de residuos que se generan.

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la actividad

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
Inversiones realizadas en bienes del activo material destinadas a la protección del medio ambiente (miles €)	Sin dato	Sin dato	70.449	78.26	G4-EN31
Inversiones realizadas destinadas a eficiencia energética (miles €)	Sin dato	Sin dato	0	33.05	

ACCIONES:

- Edificio nuevo de oficinas centrales construido en el año 2012 incorpora todas las tecnologías de eficiencia energética y reducción de consumos y residuos.

- Modernización de bienes de equipo en fábrica que incrementan la productividad con menor gasto energético

C.6.4. COMUNICACIÓN AMBIENTAL

ENFOQUES DE GESTIÓN:

Procesos o proyectos desarrollados en la Organización para gestionar la comunicación Ambiental, tanto externa como interna.

- Cartera de proyectos TECNOLÓGICOS
- Proceso Personas
- Autorización Ambiental Integrada según resolución de 26 de enero de 2011 del Instituto Aragonés de Gestión Ambiental.

Todos los trabajadores están informados ya que con su implicación se consigue el éxito en la reducción del impacto medioambiental y por consiguiente el coste energético. En la reunión anual de los trabajadores "Foro de los trabajadores" se informa de todas las actuaciones llevadas a cabo a lo largo del año.
A los socios, a través del Consejo Rector, se les da una total información de la gestión e impacto ambiental
Los clientes tienen acceso a la información relevante medio ambiental de su interés, bien de forma general a través de la información de los proyectos tecnológicos de carácter ambiental o de forma particular a través de nuestro departamento de comercialización
Es de conocimiento público la Autorización Ambiental Integrada de la organización

RESULTADOS:

Resultados que aplican a la actividad

Indicador	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Indicador G4 asociado
nº de comunicados externos relevantes en el ámbito ambiental (denuncias, requerimientos, etc.)	1 *	0	0	0	GA-EN29
Número de mediciones reglamentarias	3	2	3	1	
Número de mediciones adicionales (Autocontrol – No reglamentarias)	7	4	5	7	

(*) Comunicado del INAGA sobre distancias de las mediciones realizadas a los focos de emisión. Asunto corregido y cerrado.

ACCIONES:

- Realización de informes anuales de recopilación de todos los datos ambientales.
- Mediciones periódicas para comprobar niveles de emisiones, ruido, vertido…
- Charlas en grupos de trabajo de interés medioambiental.

BUENAS PRÁCTICAS

BUENA PRÁCTICA 1

CONSEJO RECTOR

- Se permite el acceso a jóvenes en algunas reuniones del Consejo Rector para que vayan participando en los órganos de gobierno con voz, aunque, de momento, sin voto.
- Concienciación de los socios ganaderos de la necesidad de gestionar sus granjas como auténticos negocios, que lo son. Con mentalidad empresarial para asegurar el éxito y la continuidad de la empresa familiar.
- Planes anuales de formación a los socios y, especialmente, a miembros del Consejo Rector, incluidos socios jóvenes con potencial.
- Asesor independiente del Consejo Rector que permite una gestión autónoma y contrastada

BUENA PRÁCTICA 2

CASH FLOW SOCIAL

El Cash Flow Social definido según nuestros criterios mide la participación de la sociedad en los recursos generados por la actividad empresarial de una determinada organización, siendo la suma de cinco elementos:

- Sueldos y salarios
- Retorno a empresarios
- Inversiones en activos
- Devolución de la deuda
- Impuestos y donaciones

Sueldos y salarios: corresponden a los costes sociales y a las cantidades económicas que reciben los empleados y autónomos dependientes de una determinada compañía y que como miembros activos de una comunidad aportarán sus ingresos económicos a la sociedad en forma de consumo, ahorro, inversiones, donaciones...

Retorno a empresarios: corresponden a los beneficios económicos de una organización. Estos beneficios pueden quedar en la propia compañía para incrementar los fondos propios de la organización y, por tanto, situarla en mejor posición para afrontar el futuro o repartirse entre los propietarios de la organización, en este caso son revertidos igualmente a la sociedad en forma de consumo, ahorro, inversiones, donaciones...

Inversiones en activos: mide la magnitud por la cual una determinada entidad empresarial realiza inversiones en inmuebles, bienes de equipo, bienes intangibles, I+D+i, etc. Es una aportación a la sociedad porque rentabiliza y aprovecha el talento de las personas, la renovación de bienes obsoletos o desfasados y la innovación de procesos y productos, tanto propia como la disponible en el mercado.

Devolución de la deuda: surge de la necesidad empresarial de solicitar recursos financieros para desarrollar su actividad, ya sea en inmovilizado o en circulante, y como aprovechamiento de los ahorros de la comunidad. La devolución de la deuda implica el acierto de ese préstamo financiero, y la no devolución significa no solo el error del préstamo sino el coste de oportunidad social que implica el no habérselo prestado a otra organización.

Impuestos y donaciones: el Estado recauda el impuesto legalmente establecido sobre el beneficio empresarial. De esta forma los diferentes gobiernos públicos: europeo, nacional, autonómico, provincial, comarcal y municipal aplican parte de los recursos económicos que genera una actividad empresarial para distribuirlos según sus principios democráticos, básicamente en educación, sanidad, pensiones, infraestructuras, etc. Adicionalmente las organizaciones pueden colaborar directamente con proyectos de responsabilidad social mediante donaciones y, en el caso particular de las sociedades cooperativas, a través del Fondo de Educación y Promoción.

Conclusión 1: La suma de los cinco elementos del Cash Flow Social mide del aporte real de una determinada organización a la sociedad.
Conclusión 2: El equilibrio relativo entre los cinco elementos del Cash Flow Social mide como distribuye una determinada organización su aportación a la sociedad.

REGULACIÓN
La distribución del Cash Flow Social tiene tres tipos de regulaciones, dos de carácter externo y una de carácter interno:
Regulación externa: a través de la ley y el mercado. Los elementos de regulación son:

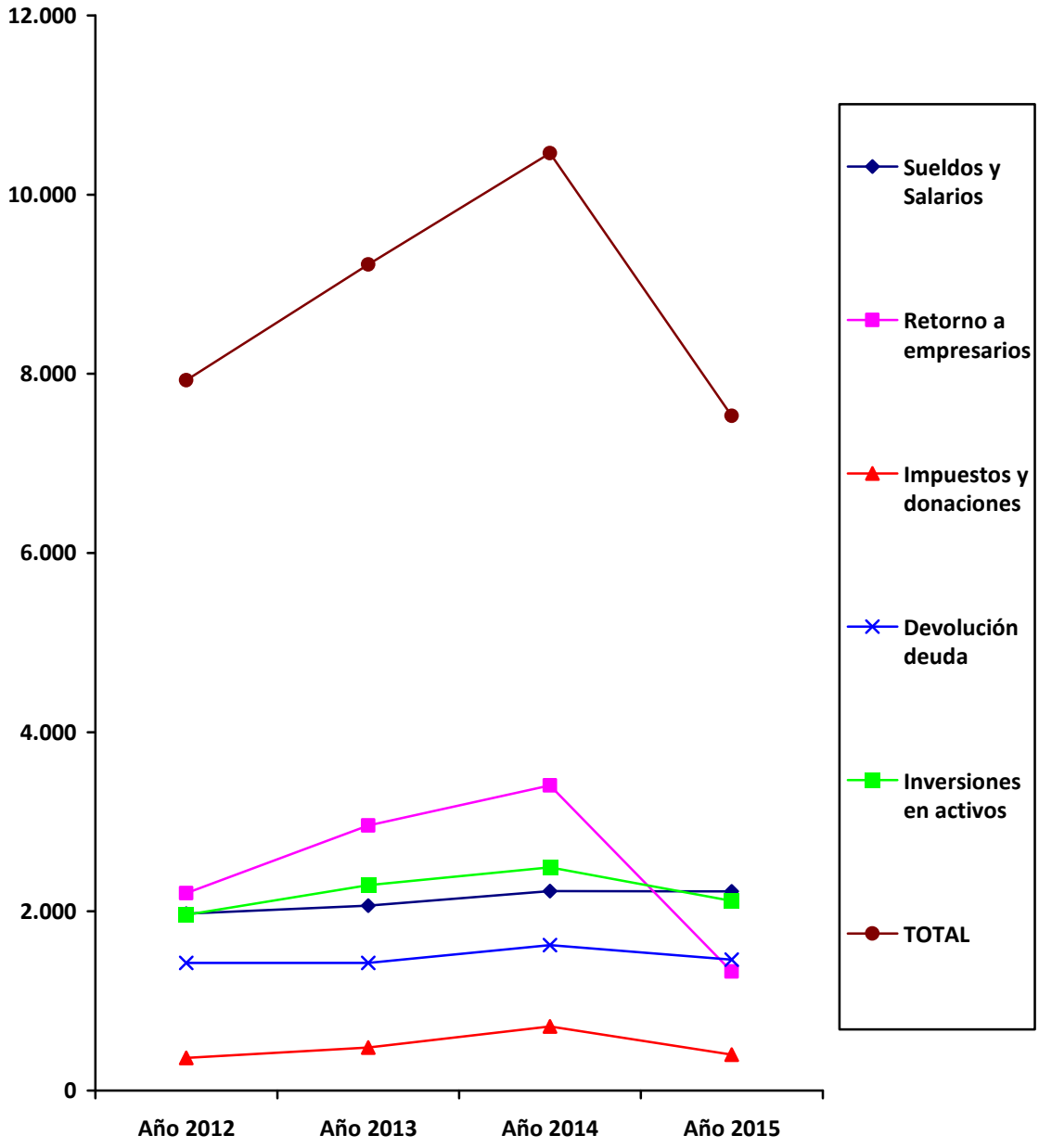
- Sueldos y salarios: Se regula por la ley laboral, por los convenios colectivos y por la oferta y demanda de empleo en el mercado laboral con criterios de eficiencia
- Retorno a propietarios: Se regula por las relaciones entre gobierno ejecutivo y corporativo de la organización, estando sujeto a las leyes societarias y es determinado por decisiones empresariales.
- Inversiones en activos: Se regula por las leyes mercantiles y el mercado de productos y servicios con criterios de eficiencia.
- Devolución de la deuda: Se regula por las leyes financieras y el mercado financiero con criterios de eficiencia.
- Impuestos devengados: Se regula por las leyes tributarias.

Es decir, una vez cumplida la función principal de la compañía, que es la de generar el máximo Cash Flow Social posible, tiene un parcela limitada de distribución de ese Cash Flow entre los diferentes agentes, bien porque esté regulado por la ley o por el mercado.
Conclusión 3: la distribución del Cash Flow Social está regulada por la ley y el mercado.
Regulación interna: a través de los Valores de una organización. Pudiera ser que la ley y el mercado no fueran suficientes para regular la distribución justa y adecuada el Cash Flow Social por los motivos que fuesen, por ello es importante para una organización el establecimiento de una serie de Valores que se materialicen en códigos éticos de conducta interna y transparencia para los socios, directivos, empleados, colaboradores y proveedores de la organización.
Conclusión 4: Los Valores garantizan la distribución ética del Cash Flow Social.

COROLARIOS
Corolario 1: La deslocalización de una determinada organización afecta directa y negativamente a su aportación a la sociedad, lo cual se ve claramente reflejado en un fuerte descenso de su Cash Flow Social.

Corolario 2: El porcentaje del Cash Flow Social sobre la facturación total de una compañía depende del sector y del modelo de negocio elegido. Por lo general el porcentaje de Cash Flow Social es mayor en organizaciones con procesos tecnológicos y fabriles que en organizaciones que contemplen tan solo procesos comerciales.

Unidad: Miles de euros	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Sueldos y Salarios	1.974	2.064	2.227	2.224
Retorno a empresarios	2.204	2.958	3.405	1.327
Impuestos y donaciones	366	482	715	402
Devolución deuda	1.426	1.426	1.624	1.461
Inversiones en activos	1.960	2.291	2.491	2.118
TOTAL	**7.929**	**9.220**	**10.462**	**7.532**



BUENA PRÁCTICA 3

DOBLE EVALUACIÓN DE ALIADOS:

- COMPROMISO: El aliado dice lo que va a hacer y lo hace. El aliado es responsable y valora adecuadamente los compromisos que asume. El aliado mantiene los compromisos que asume. El aliado tiene el cumplimiento de sus compromisos como un símbolo de identidad.
- RESULTADOS: El aliado consigue los resultados convenidos. El aliado hace lo posible para que las cosas salgan bien. El aliado cumple y cumple a tiempo sus compromisos. El aliado no da excusas por no cumplir.

BUENA PRÁCTICA 4

ACCIÓN SOCIAL

La Cooperativa Ganadera de Caspe, destina una parte de sus Resultados a la Sociedad, a través de su Acción Social. Nuestro compromiso con la Sociedad, lo llevamos como Cooperativa en el ADN de nuestra empresa, enfocado directamente a la empresa familiar en el ámbito rural.

Por ello, diseñamos y ejecutamos proyectos orientados a mejorar la sociedad en la que operamos, prestando atención especial a acciones para localizar a las personas en el territorio.

El año 2012 tuvo tenido especialmente relevancia en las costumbres de nuestra tierra.

Colaboramos con ocasión de la conmemoración del "Sexto Centenario Compromiso de Cape" realizadas del 28 de junio al 1 de julio. Sabemos la importancia que para Cape, y para todo Aragón tiene la difusión de este acontecimiento histórico, uno de los más grandes de la historia y del patrimonio histórico y las raíces de Aragón.

A su vez el Proyecto del Órgano para la colegiata ha sido un apoyo también a la historia, y el empeño de personas con iniciativa y esfuerzo que ponen su trabajo en hacer cosas para recuperar la memoria histórica de nuestra Comarca.

Desde el año 2014 se potencia las donaciones al sector de la educación especial, concretamente al colegio público Gloria Fuertes de Andorra con ayudas en forma de material didáctico, como pizarras electrónicas y, en el año 2016, se ha colaborado con la aportación de una nueva aula multisensoral y de relajación.

BUENA PRÁCTICA 5

USO DE GAS NATURAL FRENTE A GASÓLEO C

Se ha procedido al cambio de combustible para la generación de vapor de quemador de ga´soleo C a gas natural, no sólo más rentable económicamente sino que el gas natural es el combustible fósil con menor impacto medioambiental de todos los utilizados, tanto en la etapa de extracción, elaboración y transporte, como en la fase de utilización. Menores emisiones de gases contaminantes (SO_2, CO_2, NO_x y CH_4) por unidad de energía producida. Además también se han instalado sondas de O_2 en quemadores de las calderas que aumentan la eficiencia de la combustión, reduciendo el consumo del mismo.

BUENA PRÁCTICA 6

POTENCIACIÓN DE LA BIOMASA POR LOS CLIENTES

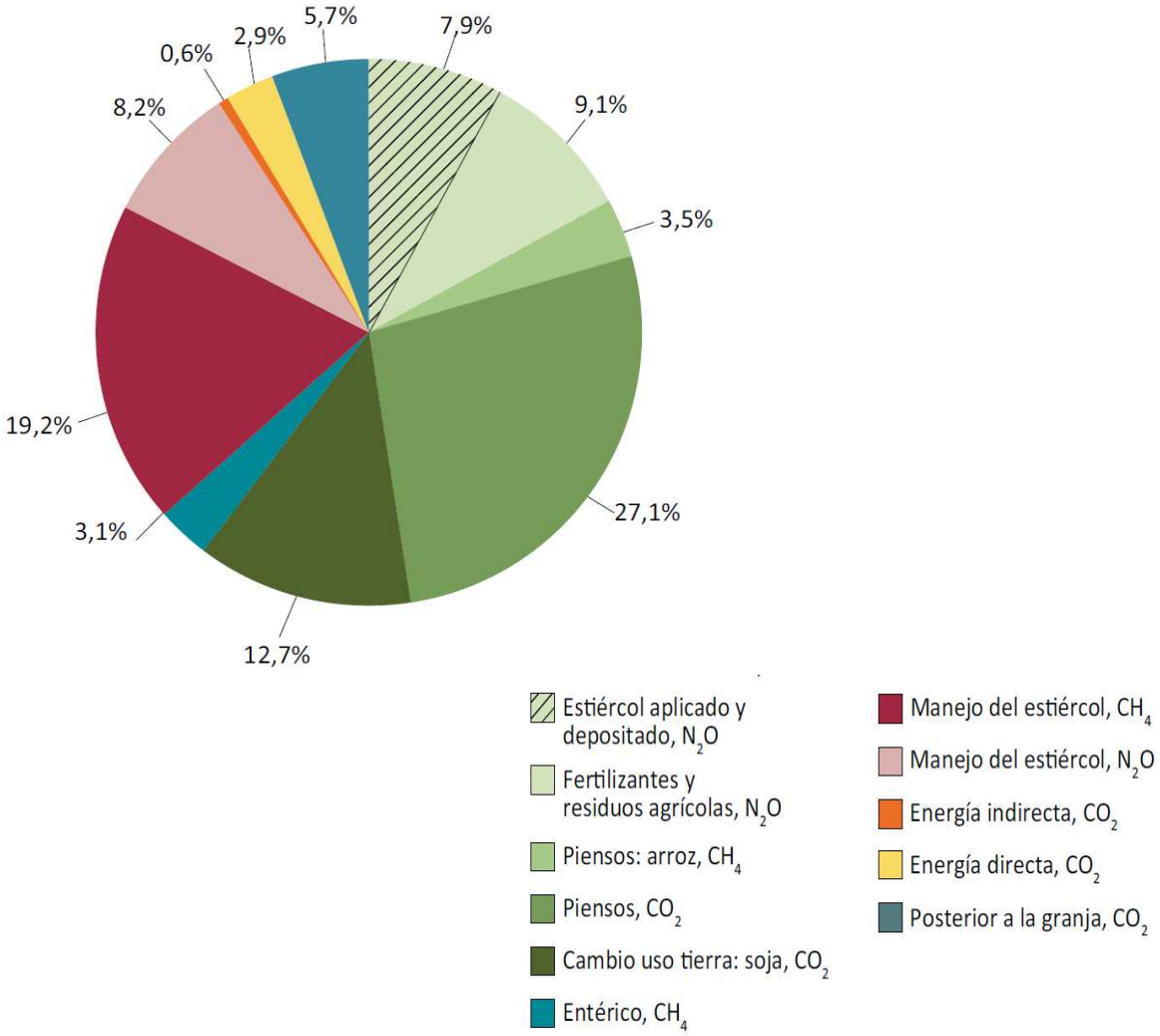
Cooperativa Ganadera de Caspe lleva más de una década facilitando el uso de biomasa en las explotaciones de nuestros socios y clientes. En la actualidad se está trabajando en un proyecto sobre las posibilidades de uso de distintos productos y sus combinaciones de este combustible alternativo.

BUENA PRÁCTICA 7

MEDICIÓN DEL IMPACTO A TRAVÉS DE LA HUELLA DEL CARBONO

Una manera de medir el impacto en el medioambiente que produce el sector en que nos encontramos de producción de carne de porcino, es conocer lo que denominamos "la huella del carbono", es decir, la distribución de las emisiones.

1 Kg de carne = 4,5 Kg CO_2 eqv



Las acciones en innovación para el control de la huella de carbono incluidas en el plan tecnológico son las siguientes:

- Estudio sobre la fibra en el pienso: la cerda reproductora, mejora bienestar animal y aumento de la productividad a través de la fibra en nutrición.
- Aplicación de la camelina en el pienso.
- Monitorización de cebaderos
- Mejora del bienestar en lechones mediante control de la sanidad
- Monitoreo de desafíos al sistema inmune a través de respuesta vacunal en cerdas reproductoras.
- Efecto sobre estatus sanitario y productividad de reproductoras y lechones a través de aditivos potenciadores de la salud intestinal
- Influencia de sexo y peso al nacimiento y destete en rendimientos productivos del lechón
- Efecto de la desmineralización del agua sobre consumo de la misma.

BUENA PRÁCTICA 8

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Numerosos son los factores que afectan al rendimiento y a la productividad de los procesos de producción existentes, dificultando obtener la configuración óptima de estos. Con este proyecto se pretende conseguir los siguientes objetivos: aumento de la productividad, reducción del tiempo de producción, eliminación de los cuellos de botella, certeza de los recursos físicos y humanos necesarios, máxima utilización de los recursos, certeza de la capacidad de producción y respuesta, configuración óptima de tiempo y velocidades en cada uno de los procesos, óptima distribución física,...

OBJETIVOS TÉCNICOS:

- Controlar numéricamente los procesos de fabricación--> Elaboración de indicadores.
- Comportamiento de la fábrica en general y en particular para tipos de productos y materias primas. Punto óptimo de funcionamiento y fabricación de productos más ineficiente.
- Control y medición del coste energético en tiempo real. Distribución de costes energéticos. Mayores puntos de consumo. Detección de ineficiencias en tiempo real. Indicadores energéticos: facilitan conocer el rendimiento energético de la maquinaria y lo más importante, su funcionamiento.
- Variaciones en funcionamientos para realizar diseño de experimentos lo que implica una posible mejora del proceso, ya que habrá indicadores energéticos de consumo y se podrán cruzas estadísticamente con los de producción
- Control de energía reactiva

OBJETIVO ECONÓMICO:

- Control estricto de los costes productivos mediante los indicadores definidos. Un valor importante es la posibilidad de comparativa con esos indicadores lo que implica más control. Además se podría realizar en tiempo real con la producción que se va elaborando.

BUENA PRÁCTICA 9

RED GANADERA CASPE

Red Ganadera Caspe es un ejemplo de Red Participada, concepto de sociedad empresarial que surge de la experiencia del cooperativismo como aglutinadora de Pymes cooperativas y sociedades mercantiles. Este modelo unifica la inversión y gestión alrededor de una empresa líder (en éste caso la Cooperativa Ganadera de Caspe), impulsando el I+D+i como herramienta de diferenciación y valor añadido en productos y servicios.

Se aumenta la eficiencia y competitividad transfiriendo de forma solidaria el conocimiento de la cooperativa central al resto de las empresas, las cuales mantienen el control de la propiedad, delegando la gestión técnica y económica.

BENEFICIOS SOCIALES:

- Incremento de la viabilidad, al mejorar la eficiencia de la gestión, de las empresas familiares rurales.
- Mantener el patrimonio empresarial en el poder de las familias rurales
- Oportunidad para las nuevas generaciones de tener un modo de vida en sus poblaciones rurales de origen, de forma independiente y estable.

BUENA PRÁCTICA 10

DESARROLLO DE LA TRIPLE ACTITUD

Entorno Laboral

EL1. Apoya y ayuda activamente a sus compañeros
EL2. Posee buena predisposición para interesarse por las necesidades de los otros
EL3. Coopera y colabora activamente con sus compañeros como equipo
EL4. Se le considera una persona en la que se puede confiar porque cumple sus compromisos con buenos resultados.
EL5. Se muestra atento y bien dispuesto ante los requerimientos de los demás como equipo

Imagen Corporativa

IC1. Trabaja respetando los valores organizacionales y las buenas prácticas profesionales
IC2. Interactúa con las personas mostrando respeto y consideración
IC3. Establece relaciones de confianza laboral con sus compañeros basadas en la honestidad
IC4. Se guía por medio de las normas y métodos de trabajo organizacionales por propia voluntad.
IC5. Actúa de manera coherente con lo que dice, respetando los valores organizacionales.

Orientación al Cliente (Interno y externo final)

OC1. Escucha las demandas de los clientes, así como sus problemas y responde de manera adecuada en tiempo y forma.
OC2. Mantiene y se esfuerza en conseguir relaciones mutuamente beneficiosas con los clientes.
OC3. Actúa orientado al incremento de la satisfacción de los clientes.
OC4. Establece soluciones adecuadas aportando un valor agregado a los clientes.
OC5. Comprende y se mantiene atento a las necesidades y expectativas de los clientes

COMPROMISOS ADQUIRIDOS

Se adquieren los siguientes compromisos derivados del diagnóstico de la Responsabilidad Social que ha propiciado la redacción de la memoria de responsabilidad social.
Estos compromisos se incluyen en el proyecto operativo de la responsabilidad social dentro de la línea estratégica "INNOVACIÓN"

COMPROMISO 1

El fomento de la participación de los empleados en temas de acción social, como puede ser en proyectos de voluntariado, colaboración con asociaciones…

COMPROMISO 2

En la selección y evaluación de proveedores establecer criterios de valoración de su impacto socioambiental y sus prácticas sociales y medioambientales en su actividad

COMPROMISO 3

Establecer un plan normalizado de igualdad de oportunidades y garantizar la no discriminación de forma general