Memoria
Sostenibilidad
InnovaRSE
20
22

NAVARRA
INNOVARSE
MEMORIA

TUTTI
food
group

Esta Memoria de Sostenibilidad **2022** de la empresa **TUTTI FOOD GROUP** ha sido elaborada siguiendo la metodología InnovaRSE por REBECA ARNEDO LASHERAS, de **SUSTAINABILITY INNOVATION SL**, 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.

Gobierno de Navarra | Nafarroako Gobernua | AGENDA 2030

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

TUTTI FOOD GROUP

- ✓Poligono Comarca, 2, Calle B-10.
- ✓31191 Esquiroz (Navarra), Spain
- ✓+34 948 326 402
- ✓info@tuttipasta.com

ÍNDICE

Propósito memoria — **5-6**

Información general sobre la empresa — **7-16**

Compromiso de la empresa con la responsabilidad social — **15-24**

Situación de la empresa en las tres dimensiones de la sostenibilidad — **25-36**

Información sobre las actuaciones acometidas y el avance del plan de actuación — **37-40**

Contribución a los ODS — **41-42**

INNOVARSE NAVARRA
MEMORIA

Para Tutti Food Group, y para mí personalmente como representante de esta organización, es un placer tener la oportunidad de presentar por primera vez una memoria de sostenibilidad.

Tutti Food Group es una empresa líder en la industria alimentaria con una historia que se remonta a más de tres décadas. Fundada en 1987 en Navarra, la empresa abre las puertas del primer restaurante rápido de pasta fresca en Pamplona. Con el tiempo, la visión emprendedora y el compromiso con la calidad nos han permitido que Tutti Food Group crezca y diversifique su oferta.

Me complace expresar nuestro firme compromiso con la sostenibilidad. Reconociendo la importancia de este tema a nivel global y su relevancia en nuestro sector de la industria alimentaria.

asumimos la responsabilidad de liderar con el ejemplo y contribuir de manera significativa al bienestar de nuestro planeta, nuestras personas empleadas y de las comunidades en las que operamos.

El año pasado, la empresa llevó a cabo un minucioso diagnóstico de su situación, que nos permitió evaluar nuestro desempeño en las tres dimensiones clave de la sostenibilidad dentro del marco de la metodología InnovaRSE. Este diagnóstico reveló conclusiones significativas. En primer lugar, destacó la existencia de buenas prácticas que merecían ser reconocidas y comunicadas y en segundo lugar, se planteó la necesidad de desarrollar planes de acción para asegurar nuestras prácticas responsasbles y lograr una sostenibilidad real.

En este proceso, hemos comprendido la importancia crucial de la comunicación y transparencia, tratando de promover siempre una imagen fiel de nuestro desempeño y mejora continua en materia de sostenibilidad, proveyendo a nuestros grupos de interés de información veraz sobre nuestro compromiso.

Esta primera memoria de sostenibilidad nos facilita una herramienta para poner en práctica todo lo aprendido asi como reconocer las cosas que hacemos bien, y el largo camino sin fin que empezamos a recorrer en materia de sostenibilidad.

Daniel Palacio
Socio Fundador & Consejero

QUIÉNES SOMOS

Somos una empresa líder en soluciones culinarias de Quinta Gama, comprometida con la calidad, la seguridad alimentaria y el medio ambiente

MISIÓN

En Tutti Food Group tenemos la misión de proporcionar a nuestros clientes platos nutritivos, sanos, sabrosos y equilibrados, siempre con una característica común: la rapidez y facilidad de preparación.

VISIÓN

Nuestra visión es convertirnos en un referente internacional de primer orden en el desarrollo y la elaboración de platos preparados a medida de las necesidades de nuestros clientes.

VALORES

CERCANÍA

Somos cercanos accesibles ofrecemos un servicio en forma de soluciones culinarias a medida, nos adaptamos a las necesidades de nuestros clientes, somos ágiles y versátiles. El cliente siempre nos encuentra a su disposición porque está en el centro de nuestra actividad.

IMPLICACIÓN

Tenemos vocación de mejora continua y de ofrecer la mejor solución culinaria en cada caso con una alineación estrecha entre las áreas de I+D, calidad y seguridad alimentación y producción.

RESPONSABILIDAD

Utilizamos productos de buena calidad, frescos y saludables como fórmula básica sobre la que cimentar nuestras soluciones culinarias en sus diferentes formatos. Estamos comprometidos con la sostenibilidad como eje tranversal que atraviesa todas las áreas de la empresa.

NUESTRA HISTORIA

1987	Primer Fast Food en pamplona
1991	Salto a la elaboración industrial
1994	Patente propia
2004	El reto de la gran distribución
2006	Comienza nuestra etapa exportadora
2007	Certificación IFS
2016	Innovadoras salsas naturales en cubitos IQF
2020	Expansión internacional
2022	Nuevo paradigma

Tutti Food Group está presente en más de 15 países con más de150 referencias comercializadas en los principales retailers europeos.

PRODUCTOS & SERVICIOS

Tutti Food Group hoy en día ofrece diferentes productos y servicios, entre ellos; Retail, donde elaboran platos convenience ultracongelados; Food Service, con platos preparados de Quinta gama, pasta fresca y salsas ultracongeladas; Industria, salsas naturales en cubitos IQF; Infligth, comidas especiales para vuelos.

CERCANIA
Somos cercanos y accesibles, ofrecemos un servicio en forma de soluciones culinarias a medida, nos adaptamos a las necesidades de nuestros clientes, somos ágiles y versátiles. El cliente siempre nos encuentra a su disposición porque está en el centro de nuestra actividad.

IMPLICACIÓN
Tenemos vocación de mejora continua y de ofrecer la mejor solución culinaria en cada caso con una alineación estrecha entre las áreas de I+D, calidad y seguridad alimentación y producción.

RESPONSABILIDAD
Utilizamos productos de buena calidad, frescos y saludables como fórmula básica sobre la que cimentar nuestras soluciones culinarias en sus diferentes formatos. Estamos comprometidos con la sostenibilidad como eje transversal que atraviesa todas las áreas de la empresa.

INFLIGTH

RETAIL

INDUSTRIA

FOOD SERVICE

¿Por qué Tutti Food Group?

Elaboramos 120.000 platos diarios

Exportamos el 50% de nuestra facturación

1987
A tu lado desde 1987

CALIDAD

Nuestros productos están acreditados con el exigente certificado IFS.

Esta norma regula los sistemas de gestión de la calidad en empresas del sector de la alimentación con el objetivo de lograr la máxima seguridad en los procesos de fabricación y manipulación de alimetos.
Contamos con experiencia en la fabricación de diferentes platos que cumplen certificaciones o requisitos especiales (como certificados de pesca responsable). Nos ayudan a ofrecer alimentos a determinados colectivos.

INNOVACIÓN

En Tutti Food Group disponemos de una amplia experiencia como Comaker en el desarrollo de recetas a medida.
Colaboramos con Chefs de prestigio internacional, cooperamos con el reconocido centro culinario Basque Culinary Center y participamos en proyectos de innovación junto con entidades como CNTA y Zabala Innovation Consulting, grandes empresas, las principales universidades de España y otros centros tecnológicos nacionales.

	2020	2021
Cifra de Negocios	9.392.000 €	12.171.000 €
Inversión en I+D+i	332.603 €	248.507 €

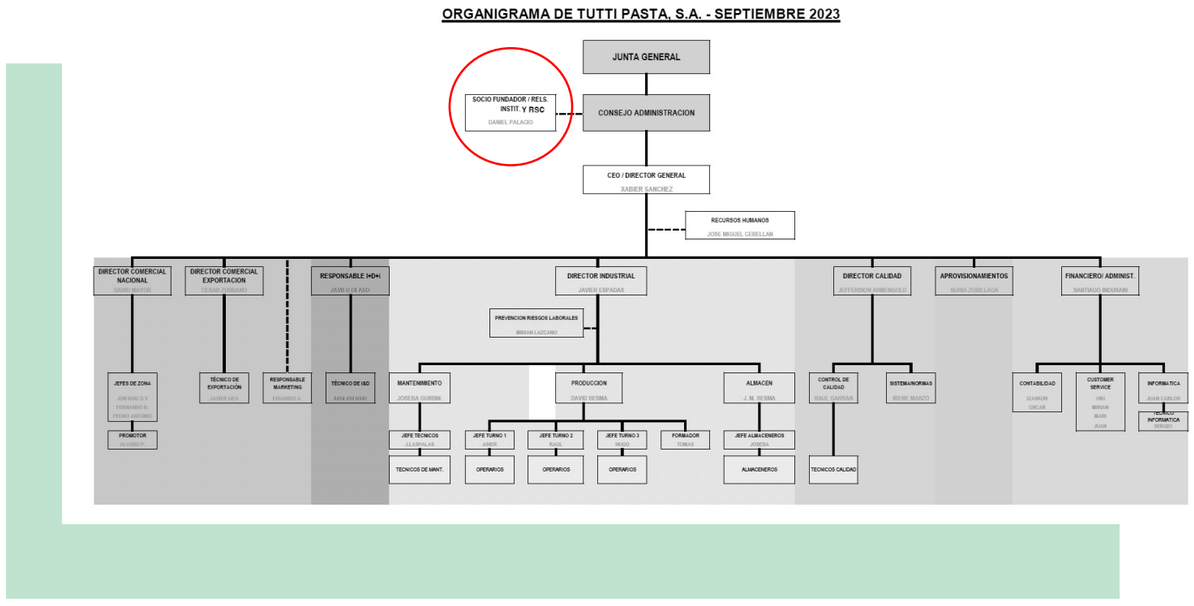
Proyectos

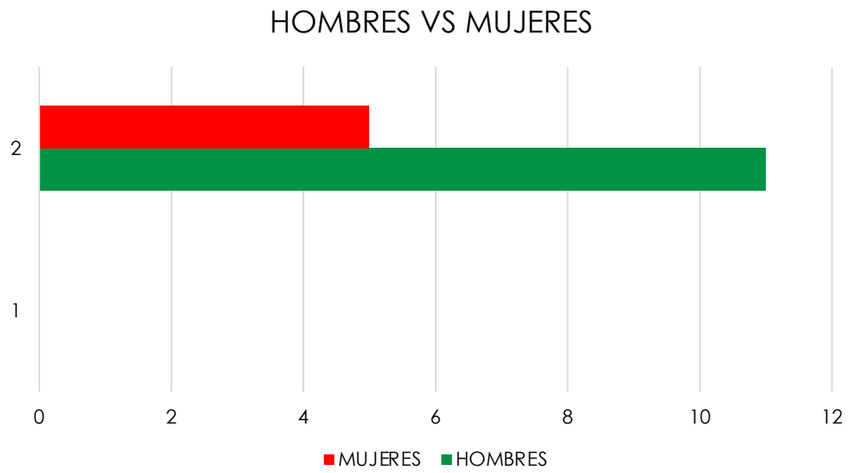
- Proyecto para la mejora de eficiencia energética
- Proyecto para la reducción en un 90% el uso del plástico en envases
- Tuttiveggie: platos preparados y salsas ultracongeladas veganas y sostenibles
- Proyecto Logístico Integrado
- Proyecto Alissec
- Proyecto YPACK
- Proyecto NUTRI+
- Proyecto Proteveg
- Proyecto ICEPAPER
- Proyecto I+D centrado en el desarrollo de cubitos de frutas
- Proyecto triturados de alta calidad
- Proyecto Nutrigenómica
- Proyecto FEDER nueva gama de hamburguesas ultracongeladas
- Proyecto Pescaplat
- Proyectos PRIMICIA de nutrigenética y desarrollo de cubitos de salsa en pellet
- Proyecto Saluplat

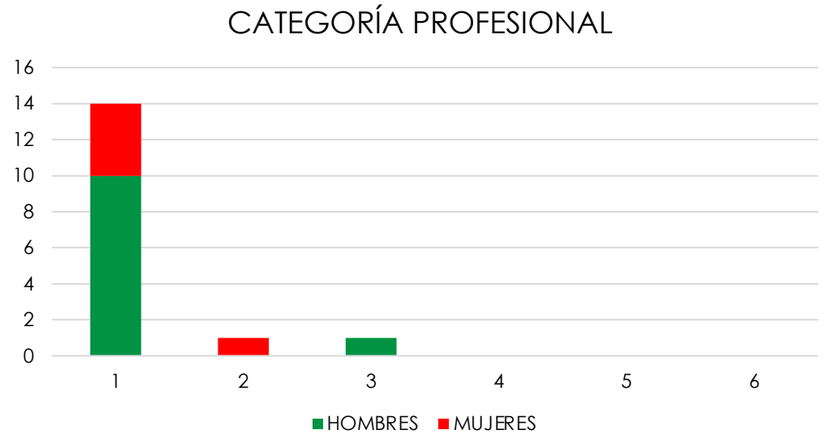
EL VALOR DE LAS PERSONAS

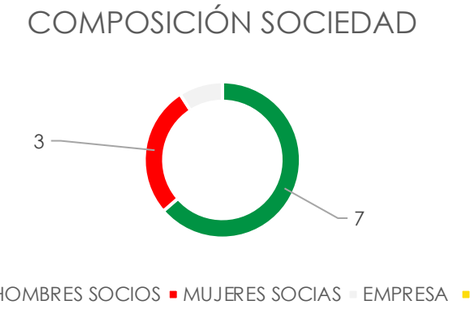
En Tutti Food Group, entendemos profundamente que el valor de las personas es la base de nuestra sostenibilidad a largo plazo. Nuestra visión de sostenibilidad se centra en garantizar el bienestar de todas las personas involucradas en nuestra cadena de valor, promoviendo prácticas laborales justas, apoyando el desarrollo profesional y personal de nuestras personsas empleadas.
Valorar a las personas no solo es un principio ético, sino también un impulsor esencial para impulsar la innovación y la excelencia en nuestras operaciones, lo que nos permite abordar los desafíos medioambientales y sociales con determinación y resiliencia.

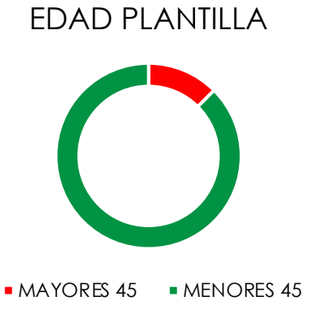
En Tutti Food Group, la sostenibilidad y el valor de las personas van de la mano, forjando un camino hacia un futuro más equitativo, saludable y próspero para todos y todas.











WE ARE FRESH &
SUSTAINABLE FOOD

COMPROMISO RESPONSABILIDAD SOCIAL

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

1. ANTECEDENTES

En Tutti Pasta, creemos firmemente en la importancia de trabajar de manera responsable y sostenible para contribuir al bienestar de nuestro planeta y las generaciones futuras.

Nos comprometemos a llevar a cabo nuestras actividades de manera ética y consciente del impacto ambiental y social que generan tratando de trabajar para generar un impacto positivo en todos nuestros grupos de interés.

A través de esta política, nos esforzamos por afianzar nuestro compromiso en términos de sostenibilidad.

2. OBJETIVO

A través de la presente Política de Sostenibilidad, se busca asentar unos principios y adquirir unos compromisos en materia de sostenibilidad en Tutti Food Group en relación con nuestros grupos de interés.

Estos compromisos, tienen como objetivo principal idear los platos preparados sostenibles del futuro, garantizando que las actividades que desarrollemos para cumplir nuestro propósito:

- sean acordes con la calidad y seguridad alimentaria
- piensen en el combatir el cambio climático y la transformación de la economía hacia la circularidad
- generar valor local a través de la cooperación y la colaboración
- aseguren la satisfacción de personas trabajadoras
- sean innovadoras

3. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Esta política de sostenibilidad abarca todas las etapas de nuestros procesos, desde el diseño de platos, la adquisición y selección de entidades proveedoras, fabricación y comercialización de platos preparados.

4. COMPROMISOS

A continuación, recogemos los compromisos de sostenibilidad con enfoque triple vertiente de nuestra organización

Política de sostenibilidad
Septiembre 2023. Rev.00

- INNOVACIÓN | seguir teniendo una organización innovadora de manera continua
- CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA | garantizar la seguridad alimentaria como pilar de nuestra organización.
- CAMBIO CLIMÁTICO | compromiso sólido para combatir el cambio climático
- ECONOMÍA CIRCULAR | reducir emisiones y residuos para transformarnos hacia una economía circular
- PERSONAS | establecer un modelo que piense en las personas de forma prioritaria
- COOPERACIÓN Y COLABORACIÓN | crear relaciones satisfactorias y duraderas con personas trabajadoras y grupos de interés.

5. DESARROLLO

El desarrollo de esta política de sostenibilidad se realizará a través de planes de acción específicos que respetarán los principios y compromisos establecidos en las políticas, el seguimiento y certificación de sistemas de gestión y plan de igualdad.

6. COMUNICACIÓN

Aseguramos la rendición de cuentas a los distintos grupos de interés, mediante la emisión de memorias de sostenibilidad periódicas que recojan la información necesaria que permita el seguimiento de los compromisos adquiridos en materia de sostenibilidad.

7. SEGUIMIENTO Y SUPERVISIÓN

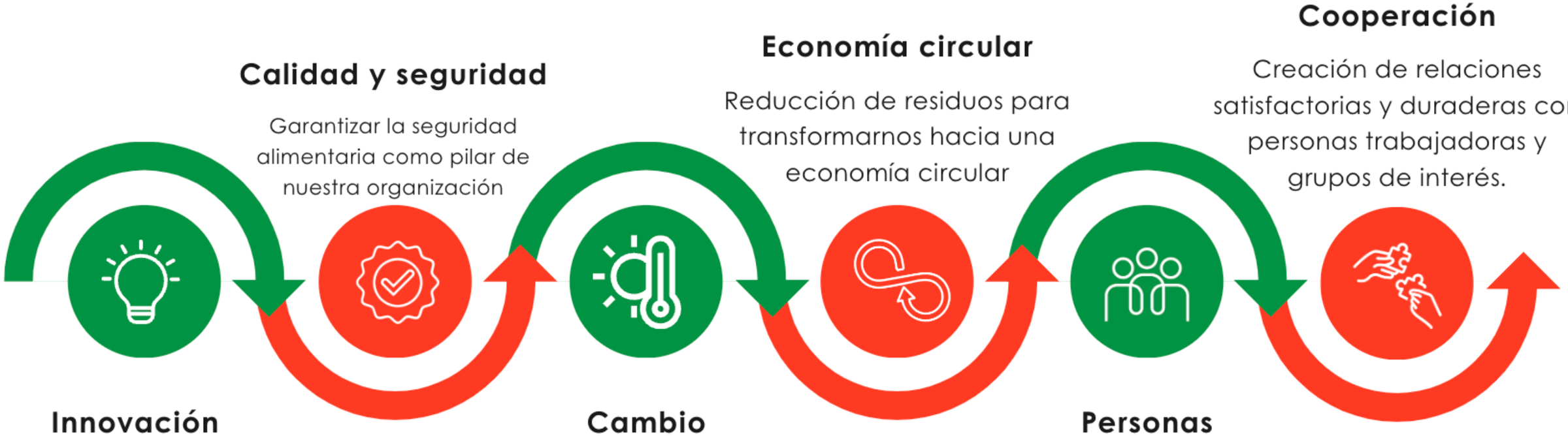
El seguimiento de la Política compete a la Dirección de Tutti Food Group que revisará la misma en periodos anuales para su mejora continua.

8. APROBACIÓN Y VIGENCIA

Esta política de sostenibilidad ha sido aprobada por el Consejo de administración de Tutti Food Group y entrará en vigor a partir de la fecha de aprobación Septiembre de 2023.

Será revisada anualmente para mantenerse alineada con los nuevos desafíos y oportunidades en el camino hacia la sostenibilidad.

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD



Innovación

Objetivo es seguir teniendo una organización innovadora de manera continua

Calidad y seguridad

Garantizar la seguridad alimentaria como pilar de nuestra organización

Cambio climático

Compromiso sólido para combatir el cambio climático

Economía circular

Reducción de residuos para transformarnos hacia una economía circular

Personas

Establecemos un modelo que piensa en las personas

Cooperación

Creación de relaciones satisfactorias y duraderas con personas trabajadoras y grupos de interés.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En 2022, dimos inicio a nuestra travesía en el ámbito de la responsabilidad social empresarial. Este camino nos ha brindado un enfoque sistemático para identificar áreas de mejora que aborden las tres facetas de la sostenibilidad. Además, nos ha impulsado hacia la mejora constante de estas áreas identificadas.

Hoy en día, disponemos de una poderosa herramienta de gestión que, al igual que en otros aspectos de nuestra organización, como calidad, medio ambiente y seguridad laboral, nos abre las puertas a un proceso de mejora continua. Esperamos que esta búsqueda constante de mejora nos acompañe a lo largo de todo nuestro recorrido empresarial.

El sistema de gestión InnovaRSE tiene como objetivo la implantación y desarrollo de la responsabilidad social (RS) en la estrategia y gestión de las organizaciones y entidades, en las tres dimensiones de la sostenibilidad. InnovaRSE se concibe como un proceso de reflexión y mejora continua.
Las empresas integradas en el sistema adquieren el derecho a utilizar el sello, una vez que el Gobierno de Navarra ha revisado y aprobado el informe de la etapa correspondiente.**

*** Informacion extraida de la web de InnovaRSE: https://innovarsenavarra.es/sistema-innovarse/*

ITINERARIO INNOVARSE TUTTI FOOD GROUP

La metodología InnovaRSE del Gobierno de Navarra, nos ha facilitado un itinerario para la RS. Comenzamos en 2022 y seguimos las actuaciones hasta la actualidad

LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD

La RSE está ligada al concepto de sostenibilidad en su triple dimensión: social, económica y ambiental. Así, trata de incorporar estas variables a la planificación y la gestión de la empresa, con lo que se incrementan y enriquecen los factores que habitualmente se utilizan para la toma de decisiones.

Tutti Food Group realizó en 2022 un diagnóstico de RSE para cada una de las tres dimensiones de la sostenibilidad: la económica, la ambiental y la social. Este análisis supuso un magnífico punto de partida para conocer en qué medida estábamos contemplando criterios de responsabilidad social en nuestra gestión empresarial y, también, en qué aspectos necesitábamos mejorar de forma prioritaria.

Para la elaboración del Diagnóstico, se analizaron criterios para cada una de las tres dimensiones con parámetros cualitativos y cuantitativos. Los cualitativos han sido útiles como elementos de aprendizaje y reflexión sobre la situación de la RSE en la empresa, mientras que los parámetros cuantitativos nos han ayudado a complementar el análisis con algunos datos y cifras útiles para poder evaluar tendencias y realizar comparativas en el medio y largo plazo.

En las páginas siguientes detallamos las principales conclusiones alcanzadas en dicho Diagnóstico, lo que nos permitió definir algunos de los aspectos sobre los que, de hecho, ya hemos comenzado a mejorar desde entonces y los indicadores que complementan la información sobre el diagnóstico.

Desempeño de la triple dimensión

Dentro de nuestro compromiso con la sostenibilidad real, realizamos una medición del desempeño de nuestra triple dimensión identificando indicadores en las dimensiones económica, ambiental y social.

	2021
Desempeño Económico	
Nº de incidentes de corrupción confirmados	0
Volumen de negocios	12.171.000€
Resultados netos	51.150€
% de inversiones en las que se introducen criterios de RSE	0€
Inversión en I+D+i	248.507€
% de proveedores y subcontratas de ámbito local	39 %
% de proveedores seleccionados con criterios ambientales y sociales	0%
% de compras en las que se introducen criterios de RSE	0%
% de entidades proveedoras que cuentan con sellos InnovaRSE u otros análogos	0%
Nº total de reclamaciones realizadas por clientes y organizaciones de consumidores	63
% de conflictos solucionados por vía extrajudicial (consumo)	0
Numero de sanciones y multas impuestas por incumplimiento de la normativa relacionada con salud y seguridad del cliente.	0
Número de sanciones y multas relacionadas con etiquetado de productos y/o información de productos y servicios	0
Nº de acciones de sensibilización/formación sobre discapacidad destinadas a la plantilla	0
Nº de personas formadas para atender a clientes con necesidades específicas.	0

	2021
Desempeño Ambiental	
Consumo total de energía, por fuente	2.500.000 Kwh Electricidad 3.000.000 Kwh en Gas
Ahorro de energía logrado con las medidas introducidas	18%
Porcentaje de energía renovable	18%
Volumen Total de Agua Reciclada	0
Volumen Total de Agua Reutilizada	0
Cantidad de Residuos Producidos	11.000 kg de materia orgánica
% del personal que acude al centro de trabajo en transporte público o transporte colectivo de empresa	0
Nº de acciones formativas en materia de medio ambiente	4
Nº de personas formadas en gestión ambiental	3
Numero de sanciones o multas por incumplimiento ambietal	0

Desempeño Social Externa	
Nº de asociaciones, redes, grupos de trabajo, comisiones... de tipo sectorial y/o local en las que participa la organización	3 territoriales 4 sectoriales
Nº de sanciones por normativa sobre competencia	0
Nº de proyectos de acción social en los que participa	1 Banco de alimentos Nuevo Futuro
Nº de programas de voluntariado impulsados o apoyados	0

	2021
Desempeño Social Interna	
Grado de satisfacción medio (encuestas de clima laboral)	No existe
Plantilla afectada por despidos colectivos	0
Plantilla afectada por regulaciones de empleo	0
Ratio antigüedad media de la plantilla / antigüedad de la empresa	0,28
Proporción entre salarios más altos y salarios más bajos	4 a 1
Porcentaje de beneficios distribuido entre la plantilla	0
Nº de accidentes laborales	8 con baja 9 sin baja
Índice de incidencia	11940
Nº de denuncias por acoso laboral	0
Nº de representantes del personal trabajador en comités de salud y seguridad	2
Nº de personas formadas en materia de prevención de riesgos laborales	1
Nº de denuncias por acoso sexual	0
% de mujeres en puestos de dirección	0
Nº de personas acogidas a medidas de conciliación, por tipo de medida y sexo	100%
Nº de personas contratadas de colectivos con dificultades de inserción, por tipo de colectivo	0
Porcentaje de trabajos contratados con Centros Especiales de Empleo	0
Nº de puestos de trabajo adaptados para personas con discapacidad	0

ÁREA ECONÓMICA		
E-01	Ética y Transparencia	5
E-02	Prevención de delitos y Mecanismos anticorrupción	6
E-03	Competitividad: calidad, productividad y eficiencia	6
E-04	Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i)	8
E-05	Transformación digital e Industria 4.0	8
E-06	Adquisición responsable y gestión ética de subcontratas	3
E-07	Orientación a la clientela	6
E-08	Publicidad y Marketing responsable	1
E-09	Marketing inclusivo y diseño universal	1

AREAS DE MEJORA	BUENAS PRÁCTICAS
- Compromiso con los objetivos de UN y alineación ODS - Estrategia Responsabilidad social empresarial - Código de conducta y adhesión - Compras sostenibles - Medición de satisfacción de cliente - Marketing inclusivo y responsable - Plan estratégico - Programa de objetivos - Sello pyme innovadora	- Sistema de gestión calidad certificado - Investigación y Desarrollo - Transformación digital

Se percibe de las conversaciones con la organización, un gran compromiso por parte de la Dirección y consejo de administración con la propia compañía y con las personas que trabajan en ella. Si bien este compromiso, que se transcribe en el día a día en 35 años de historia y el reconocimiento por parte de la clientela, competidores, …, se evidencia que a nivel de definición sistémica, queda camino por recorrer. Se ha hecho, y se hace un gran esfuerzo por mantener un sistema de gestión de calidad y seguridad alimentaria, como punto esencial de su producto. Este esfuerzo, y teniendo en cuenta como el mundo está cambiando, y la relación con clientes, proveedores, … está cambiando, obliga a la organización a ampliar el espectro de actuación, y a parte del mantenimiento de las certificaciones de calidad, aumentar el compromiso a través de la sostenibilidad de sus productos, o el aseguramiento ético.
Si se mira la nota global del diagnóstico de la parte económica, podría surgir una idea equivocada de que se está trabajando por un 5 justo en los aspectos relacionados con la gobernanza, no obstante y repitiendo la idea del primer párrafo, más bien es que el carácter familiar y comprometido de todos estos años de la compañía, no tiene el reflejo en las evidencias y sistemáticas que en este diagnóstico se puedan recoger. Esto, podría servir la organización para trabajar de manera diferente, abordando un nuevo rumbo de las prácticas responsables de la organización, y trabajando la responsabilidad social, en especial la parte económica o de gobernanza desde un punto estratégico y no casual.

DIMENSIÓN AMBIENTAL		
A-01	Política Ambiental o Declaración de intenciones	7
A-02	Control de consumos, eficiencia energética y energías renovables	8
A-03	Prevención y gestión de residuos	5
A-04	Ciclo de vida, eco-diseño y economía circular	5
A-05	Medidas para el control de vertidos, emisiones y ruidos	5
A-06	Movilidad sostenible	5
A-07	Formación y sensibilización en materia ambiental	3
A-08	Sistema de Gestión Ambiental y Certificación Ambiental	1

AREAS DE MEJORA	BUENAS PRÁCTICAS
- Política Ambiental - Mejora control de consumes - Analizar los impactos ambientales de ciclo de vida - Movilidad sostenible y teletrabajo - Formación ambiental y designación de responsable - Sistema de gestión y/o certificación ambiental	- Apuesta por las energías renovables y reducción de huella de carbono - Mejora reciclabilidad con el cambio de línea cartón por plástico.

La organización tiene una conciencia y preocupación por temas ambientales. Se puede extraer (además de las conversaciones con los integrantes del equipo que ha dado resolución a este diagnóstico), de las acciones de mejora implementadas en la organización: apuesta por energías renovables, nueva línea productiva para cambiar envases de plástico por envases de cartón, …
No obstante, estas acciones, no responden a una estrategia consolidada en materia ambiental.
En la actualidad, cabe destacar, que el sector agroalimentario, es un vector principal e impulsor del cambio hacia modelos más sostenibles. Así, la Comisión Europea, tiene puesto el foco en el mismo, potenciando algunos cambios a través de legislación (regulación de plásticos de un solo uso, regulación del desperdicio alimentario, …) y fondos para la innovación, incluso de manera específica como podría ser el programa from farm to fork.
Quizá convendría que, por el especial interés del sector en el que se trabaja, y la conciencia de la organización, la organización trabajara de manera más profunda el tema ambiental, estableciendo si bien no un sistema de gestión ambiental, al menos unos objetivos concretos, que nos ayuden a mostrar a todos los grupos de interés de manera fiable y transparente todo el trabajo que desde la organización se realiza. Esta andadura podría comenzar por tener una persona dedicada a temas ambientales.
En la actualidad se podría trabajar como una ventaja competitiva ya que el mercado está demando "productos más sostenibles".

DIMENSIÓN SOCIAL INTERNA		
SI-01	Información, comunicación y gestión del conocimiento	6
SI-02	Autonomía, Empoderamiento y Sistemas de participación	6
SI-03	Instrumentos de evaluación del clima laboral	3
SI-04	Estabilidad laboral y protección del empleo	9
SI-05	Política de retribución y equidad salarial	5
SI-06	Seguridad y Salud en el trabajo	5
SI-07	Igualdad de género	1
SI-08	Conciliación y calidad de vida	7
SI-09	Diversidad e inclusión	5
SI-10	Accesibilidad y adaptación de puestos de trabajo	3
SI-11	Formación, desarrollo personal y profesional	6

AREAS DE MEJORA	BUENAS PRÁCTICAS
- Mejora del proceso de formación - Igualdad y conciliación - Estudio de clima laboral - Certificación SST - Diversidad e inclusión - Accesibilidad	- Estabilidad laboral y protección del empleo

La organización es una empresa con una gran trayectoria en la que destaca la preocupación por las personas trabajadoras y su compromiso con la comunidad.
La dirección de Tuttipasta, está comprometida con la responsabilidad social, se percibe de los resultados del diagnóstico, el hecho de haber sido una empresa familiar con un gran compromiso ha facilitado que este compromiso se haya aterrizado en acciones concretas.
A nivel general se identifica, que la organización "hace" muchas cosas en la dimensión interna y tienen mucho interés en seguir mejorando, pero las acciones de mejora no se encuentran sistematizadas, es decir se va a haciendo conforme se avanza en el camino.
Se espera que este proceso pueda seguir proporcionando esa hoja de ruta para que el compromiso que la empresa tiene adquirido como un valor de la organización,

DIMENSIÓN SOCIAL EXTERNA		
SE-01	Participación en la comunidad local	9
SE-02.	Alianzas sectoriales y competencia justa	9
SE-03	Relaciones con las Administraciones Públicas	9
SE-04	Promoción del voluntariado y la acción social	5

AREAS DE MEJORA	BUENAS PRÁCTICAS
	- Participación en la comunidad local - Alianzas sectoriales - Relaciones con las Administraciones Públicas - Aportación de productos como acción social

Especial mención, merece su dimensión social externa y el compromiso con la comunidad de la organización. Tuttipasta ha sido un proyecto innovador comprometido con el entorno, así se puede ver en diferentes actuaciones llevadas a cabo por la organización como: relación cercana con la administración pública local, proyectos de colaboración, aportaciones sociales, colaboración con universidades, …

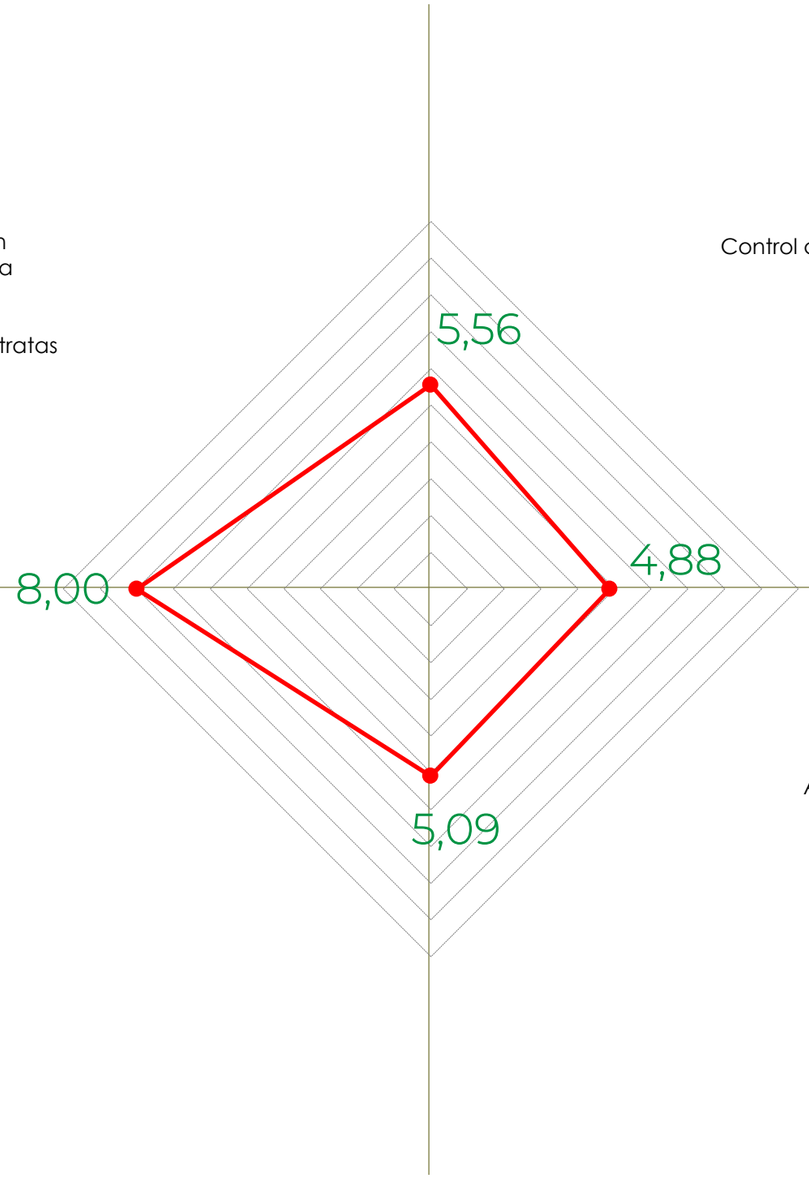
RESULTADO GLOBAL TRIPLE DIMENSIÓN

Dimensión económica (DE)

E-01. Ética y Transparencia
E-02. Prevención de delitos y Mecanismos anticorrupción
E-03. Competitividad: calidad, productividad y eficiencia
E-04. Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i)
E-05. Transformación digital e Industria 4.0
E-06. Adquisición responsable y gestión ética de subcontratas
E-07. Orientación a la clientela
E-08. Publicidad y Marketing responsable
E-09. Marketing inclusivo y diseño universal

Dimensión Ambiental (DA)

Política Ambiental o Declaración de intenciones. A-01
Control de consumos, eficiencia energética y energías renovables. A-02
Prevención y gestión de residuos. A-03
Ciclo de vida, eco-diseño y economía circular. A-04
Medidas para el control de vertidos, emisiones y ruidos. A-05
Movilidad sostenible. A-06
Formación y sensibilización en materia ambiental. A-07
Sistema de Gestión Ambiental y Certificación Ambiental. A-08



Dimensión social externa (DSE)

SE-01. Participación en la comunidad local
SE-02. Alianzas sectoriales y competencia justa
SE-03. Relaciones con las Administraciones Públicas
SE-04. Promoción del voluntariado y la acción social

Dimensión Social Interna (DSI)

Información, comunicación y gestión del conocimiento. SI-01
Autonomía, Empoderamiento y Sistemas de participación . SI-02
Instrumentos de evaluación del clima laboral . SI-03
Estabilidad laboral y protección del empleo . SI-04
Política de retribución y equidad salarial . SI-05
Seguridad y Salud en el trabajo . SI-06
Igualdad de género . SI-07
Conciliación y calidad de vida . SI-08
Diversidad e inclusión . SI-09
Accesibilidad y adaptación de puestos de trabajo . SI-10
Formación, desarrollo personal y profesional . SI-11

Nota más baja de 5

Nota más alta (9 o 10)

CAMBIOS EN LA GESTIÓN

De los resultados de la fase inicial de InnovaRSE extraemos que; Realizamos buenas prácticas destacables, como:

- Sistema de gestión calidad certificado.
- Investigación y Desarrollo.
- Transformación digital.
- Apuesta por las energías renovables y reducción de huella de carbono
- Mejora reciclabilidad con el cambio de línea cartón por plástico.
- Estabilidad laboral y protección del empleo
- Participación en la comunidad local
- Alianzas sectoriales
- Relaciones con las Administraciones Públicas.
- Aportación de productos como acción social

Tenemos margen de mejora en las siguientes áreas:

- Compromiso con los objetivos de UN y alineación ODS
- Estrategia Responsabilidad social empresarial
- Código de conducta y adhesión
- Compras sostenibles
- Medición de satisfacción de cliente
- Marketing inclusivo y responsable
- Plan estratégico
- Programa de objetivos
- Sello pyme innovadora
- Política ambiental
- Mejora control de consumos
- Analizar los impactos ambientales de ciclo de vida
- Movilidad sostenible y teletrabajo
- Formación ambiental y designación de responsable
- Sistema de gestión y/o certificación ambiental
- Mejora del proceso de formación
- Igualdad y conciliación
- Estudio de clima laboral
- Certificación SST
- Diversidad e inclusión
- Accesibilidad

A partir del camino iniciado, desde Tutti Food Group resaltamos los siguientes beneficios de la Responsabilidad Social en Tutti Food Group :

LIDER Posicionamiento de Tutti Food Group como líder en prácticas responsables, para lograr un futuro de verdad sostenible

ADAPTABLE Preparación de la organización para un futuro adaptable respecto a las tendencias en sostenibilidad del mercado, tecnologías, innovadoreas y de regulación.

INNOVACIÓN Identificación de oportunidades, ideas responsables y sostenibles en relación con los servicios que se ofrecen.

CONFIABLE Creacion de una responsabilidad y sosteniblidad real basada la generación de impacto positivo

RUMBO Definición y detalle de un proceso sistemático y organizado alineados con objetivos de la organización.

SMART Todo sin olvidar el aumento de competitividad que produce la implantación de prácticas responsables

EL PLAN DE ACCIÓN

El punto final del proceso de planificación de RS realizado en 2021 fue la elaboración de un Plan de Actuación de responsabilidad social. Este plan nos está permitiendo avanzar un paso importante en el camino de la sostenibilidad y definir, con detalle, en qué aspectos y líneas de trabajo enfocar nuestros esfuerzos de mejora.

A continuación, se recoge el detalle de las áreas de mejora planteada:

- Política RSC, Compromiso pacto UN y Alineación a los objetivos de desarrollo sostenible SDG Compass
- Programa de objetivos e indicadores que incluya aspectos económicos, ambientales y sociales
- Mejora de la competitividad. Proceso de Lean Manufacturing
- Descarbonización. Estrategia de emisiones y cero co2
- Plan de igualdad
- Mejora de la comunicación
- Diversidad e inclusión

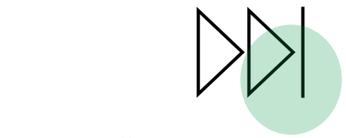
Se puede ver en la figura siguiente se recoge el plan de acción y su estado a fecha septiembre de 2023.

ACCIÓN DE MEJORA	SP	OC	NV	DC	EN	FB	MZ	AB	MY	JN	JL	AG	SP	OC	NV	DC	ESTADO	COMENTARIOS
Política RSC, Compromiso pacto UN y Alineación a los objetivos de desarrollo sostenible SDG Compass																		Se ha establecido una política de sostenibilidad con unos compromisos solidos. Se ha realizado el despliegue en una estrategia y objetivos. Se ha decidido no comprometerse con el Pacto de NU por el momento.
Programa de objetivos e indicadores que incluya aspectos económicos, ambientales y sociales																		Se han establecido unos objetivos e indicadores estratégicos para controlar el desempeño de la estrategia de sostenibilidad, no obsntante todavía faltan algunos indicadores de algunas líneas estratégicas.
Mejora de la competitividad. Proceso de Lean Manufacturing																		Se ha aprobado el proyecto con consultora externa para la mejora de fabricación. En septiembre 2023 lanzamiento de proyecto.
Descarbonización. Estrategia de emisiones y cero co2																		Se ha calculado la huella de carbono conforme al registro del MITECO. Se ha solicitado el sello "calculo" y para ello se ha establecido un plan de acción para la reducción de emisiones.
Plan de igualdad																		En proceso de realización. Constituida mesa, realizado el diagnóstico se está pendiente de la resolución de medidas.
Mejora de la comunicación																		Lanzado proyecto con GUK (agencia de comunicación externa) para la mejora de la comunicación de sostenibilidad. Lanzamiento en agosto de 2023.
Diversidad e inclusión																		No se ha avanzado en este punto por el momento

ESTABLECIENDO DIÁLOGO

El estudio de necesidades y expectativas de los grupos de interés, junto con nuestra estrategia de comunicación de la organización y nuestros principios y valores, nos ha llevado a establecer tres ejes de comunicación en materia de sostenibilidad, que además de facilitarnos el tipo de acciones de comunicación a planificar para el futuro, nos acerca a los objetivos que de cada comunicación nos gustaría transmitir a nuestros grupos de interés.

ACCIÓN	CANAL/ INSTRUMENTO
Planificación RS InnovaRSE y Sello InnovaRSE	Reunión interna
	RRSS
Estrategia RS y alineación ODS	Reunión interna
	Presentación empresa Web RRSS
Certificado sistema de gestión	Web
Estrategia descarbonización	Presentación empresa Web RRSS
Plan igualdad	Reunión interna
	Presentación empresa RRSS
Plan de conciliación	Reunión interna



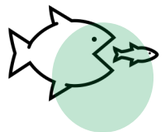
Generaciones futuras

Administración

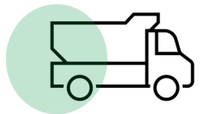
Accionistas

Empleados/as

Representantes de personas trabajadoras



Entidades competidoras



Entidades proveedoras y subcontratistas

Consumidores/as

Entidades clientes

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Debido a nuestro compromiso con la sostenibilidad y la senda que comenzamos el año 2022 con la responsabilidad social corporativa, cada día somos más conscientes de la repercusión que nuestras actividades generan, de igual manera el compromiso sólido que nacio junto con nuestro propósito de perseguir un futuro realmente sostenible se afianza con cada paso que damos.

En 2023, también hemos asumido asumimos un compromiso más Específico con el desarrollo sostenible, a partir de la realización de una estrategia para los próximos 3 años en materia de sostenibilidad y responsabilidad social y que ésta, esté alineado con los con los objetivos mundiales de desarrollo sostenible.

Se refleja en esta página, la primera aproximación de la organización a los ODS´s con lo que hemos trabajado hasta el momento quedando en la actualidad pendientes de definir algunos objetivos estratégicos, sobre todos relacionados con la dimensión social de personas empleadas.

COMPROMISO: COOPERACION, COLABORACIÓN, COMUNIDAD
ODS 9, Meta 9.4
- •Euros dedicados innovación
- •Nº de proyectos realizados

COMPROMISO: PERSONAS
ODS 3, Meta 3.9
- Nº de accidentes

COMPROMISO: PERSONAS
ODS 5, Metas 5.1 y 5.5
- Brecha salarial
- Nº denuncias acoso

COMPROMISO: ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN EFICIENTE
ODS 7, Meta 7.2
- % consumo energías renovables
- Nº punto recarga coche eléctrico (no legal)
- % emisiones reducidas 2023

COMPROMISO: ECONOMÍA CIRCULAR
ODS 12, Metas 12.4 , 12.5 y 12.6.
- % embalajes cartón
- % embalajes retornables

NAVARRA
INNOVARSE
MEMORIA

Edición: 00
Fecha: Septiembre 2023
Financiación: Gobierno de Navarra
Desarrollo: Sustainability Innovation, S.L.
Diseño y Maquetación:: Sustainability Innovation, S.L.