



COPEINCA

INFORME DE

SOSTENIBILIDAD
2011



INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2011

El Informe de Sostenibilidad es una herramienta de gestión que permite medir el avance y crecimiento de la empresa en temas sociales, económicos y ambientales. Por tal motivo, es importante para COPEINCA reportar su gestión basada en estándares internacionales como el Pacto Global y el Global Reporting initiative (GRI) para demostrar la transparencia en la gestión y presentar los avances en cada indicador tal como lo certifica Responde en su validación independiente y el mismo GRI asegurando la calificación "A+".



CONTENIDO

Carta del Gerente General		4
El perfil de COPEINCA		8
	1 Misión, visión y valores	
	2 COPEINCA en cifras	
	3 Gestión 2011	
	4 Prácticas del Buen Gobierno Corporativo	
	5 Gestión de riesgos	
El Desarrollo Sostenible para COPEINCA		14
	1 Políticas y lineamientos de Responsabilidad Social	
	2 Principales riesgos y oportunidades	
	3 Desafíos en materia de sostenibilidad	
	4 Materialidad del Informe de Sostenibilidad	
	5 Los Grupos de Interés	
Rentabilidad		24
Personas		28
	1 Gestión Humana	
	2 Comunidades	
	3 Proveedores	
Producto		42
	1 Principales productos	
	2 Mercado Mundial	
	3 Distribución de ventas	
	4 Perfil de Clientes	
	5 Canales de Distribución	
Planeta		48
	1 Principales inversiones ambientales	
	2 Impacto en la biodiversidad	
	3 Materiales utilizados	
	4 Generación de energía	
	5 Consumo de agua	
	6 Gestión de los Residuos Sólidos	
Anexos		57
	1 Valoramos tu opinión	
	2 Verificación externa	
	3 Índice GRI	
Glosario		69
Contacto		70



CA CARTA DEL GERENTE GENERAL GE

Estimados Accionistas, Colaboradores y Stakeholders:

Los éxitos del 2011 son el resultado de los cambios que venimos haciendo desde el año 2004. Una transformación en la que el cuidado del ambiente y el ser cada vez más eficientes han sido nuestras guías de trabajo, frente a un régimen conocido como 'carrera olímpica', en el que se privilegiaba el volumen por encima de la calidad. En el 2009 se generó la oportunidad perfecta, con las cuotas individuales, para desarrollar un modelo que permitiese no sólo llegar a los Límites Máximos Permisibles (LMP) establecidos por el gobierno, sino superarlos. Después, en el 2010 tomamos la decisión de ponernos al día en tecnología punta para nuestras plantas y embarcaciones, asumiendo riesgos e inversiones cuyos resultados los vemos ahora.

Con una inversión de más de 80 millones de dólares, convertimos las plantas al proceso Steam Dried (SD), logrando un producto final de mayor valor y mejor calidad, y consiguiendo, en el año 2011, una disminución del 13% en la contaminación ambiental por gases invernadero por tonelada de harina de pescado producida.

En nuestras embarcaciones tomamos la decisión de incorporar el Sistema RSW de refrigeración en 20 de los 28 barcos. Aunque aumentan los costos operativos, logramos una mayor frescura y calidad en la materia prima y, sobre todo, evitamos la descarga de la sanguaza al mar. Además, utilizando las bombas instaladas en el 2004, hemos perfeccionado el equipamiento para la recuperación de sólidos y grasas con el objetivo de superar los LMP's.

Hemos pasado de manejar más del 15% de la participación del mercado al 13% en el año 2011. Lo hemos hecho voluntariamente, reduciendo la compra de pesca a terceros para dar la máxima prioridad a nuestra flota. De esta manera aseguramos los estándares de calidad de la materia prima, la trazabilidad de nuestros productos y el control de los impactos ambientales. Con esta lógica, tomamos la

Los éxitos del 2011 son el resultado de los cambios que venimos haciendo desde el año 2004. Una transformación en la que el cuidado del medio ambiente y el ser cada vez más eficientes han sido nuestras guías de trabajo, frente a un régimen conocido como 'carrera olímpica', en el que se privilegiaba el volumen por encima de la calidad.

decisión de quedarnos con menos plantas pero de gran capacidad en el manejo de la materia prima, asegurando la eficiencia en el procesamiento y la disminución de la descomposición y contaminación orgánica.

También se han realizado algunas iniciativas en las que todavía no llegamos a buen puerto. A fines del 2010 e inicios del 2011, instalamos en nuestra planta de Bayóvar un sistema para descargar la materia prima con agua recirculada y tratada. Nuestro objetivo es que el agua se pudiera procesar para eliminar totalmente el efluente. A pesar de haber identificado una enzima que evita la descomposición del agua cargada de materia orgánica, nos dimos cuenta que los equipos de recuperación de sólidos y grasas no trabajan correctamente, como lo hacen con agua de mar. Hemos invertido 4 millones de dólares en el sistema y todavía hoy estamos buscando la eficiencia en ese proceso. Estoy seguro que lo lograremos.

En el 2011, de alguna manera, hemos marcado un hito en la industria respecto a la eficiencia de capturas con bajos niveles de consumo de combustible y minimizando la contaminación marina: la construcción y operación de barcos Incamares. Hasta el 2014 vamos a seguir invirtiendo en los sistemas de tratamiento de efluentes, lavado de vapores y eliminación de olores en nuestras plantas. El objetivo final es que la totalidad de nuestra flota cuente con sistemas de refrigeración, no descartando para ello la construcción de más Incamares.

En marzo del 2011 realizamos la 1ª Convención Anual para establecer las estrategias, los objetivos y los planes operativos anuales que se implementarán en los próximos años, y que responden a las cuatro grandes anclas de la Empresa: *Crecimiento, Mejora Continua, Responsabilidad Social y Diferenciación*. De esta manera, por ejemplo, se han homologado las remuneraciones del 70% de nuestros colaboradores.

En el año 2011 participamos, como parte del Grupo D&C, en el diseño de un Plan Estratégico que identificara los caminos a seguir para cada una de las empresas del grupo, buscando sinergias entre todas ellas. El camino de COPEINCA está claro, iremos hacia productos de mayor valor agregado, lo haremos de forma responsable, cuidando el triple resultado: económico, social y ambiental, y trabajaremos para que se nos identifique como la Empresa líder en temas ambientales, y de seguridad y salud ocupacional.

Ahora podemos decir que hemos logrado las metas establecidas. Hoy, a través de este Informe de Sostenibilidad, compartimos con todos ustedes nuestra apuesta por el cambio y el orgullo por nuestra empresa, y los invitamos a ser testigos de ello formando parte de nuestra estrategia.

Gracias y éxitos.



Pablo Trapunsky





EL PER

EL PERFIL DE COPEINCA

PEINCA

1 Visión, Misión y Valores

VISIÓN

Ser líder mundial en la producción de harina y aceite de pescado.

MISIÓN

Producir y vender harina y aceite de pescado con eficiencia, calidad y responsabilidad.

VALORES

RESPECTO: En COPEINCA valoramos y reconocemos a las personas. Fomentamos el buen trato y las relaciones sólidas dentro y fuera de la organización.

EXCELENCIA: En COPEINCA todos trabajamos buscando alcanzar los mayores estándares de desempeño e innovación para contribuir al logro de los objetivos de la Empresa.

HUMILDAD: En COPEINCA estamos siempre abiertos a diversos puntos de vista, a reconocer y aprender de nuestros errores y a promover la auto-crítica.

RESPONSABILIDAD: En COPEINCA asumimos la responsabilidad por nuestras acciones y siempre tenemos en mente el triple resultado económico, social y ambiental.

2 COPEINCA en Cifras

COPEINCA, como se puede apreciar en sus principales indicadores sociales, ambientales y económicos, se consolida a nivel nacional e internacional como una de las empresas más importantes del sector.

Indicadores	2008	2009	2010	2011
Número de empleados	2344	2038	1620	1484
Número de plantas	10	6	6	5
Embarcaciones	64	64	30	28
Ventas netas (miles USD)	249,425	203,161	233,042	254,478
Activos totales (miles USD)	696,355	679,282	669,519	791,147
Total pasivo (miles USD)	343,603	300,866	337,782	406,909
Total patrimonio (miles USD)	352,752	378,416	331,737	384,238
Toneladas producidas de harina de pescado	152,164	176,723	104,498	205,983
Toneladas producidas de aceite de pescado	27,938	36,821	26,488	47,173
Materia Prima:				
Anchoveta (Tm)	758,117	766,885	445,370	876,408
Materiales:				
Sacos (unidades)	3,041,488	3,542,174	2,083,183	3,990,821
Antioxidante (Kg)	156,650	110,771	62,613	116,716
Recursos:				
Diesel 2 (galones)	4,032,696	3,786,310	2,724,576	4,504,054
Petróleo residual (galones)	7,433,771	7,628,047	4,563,464	7,851,558
Energía eléctrica (GJ)	23,231	32,353	29,232	59,687
Agua (m³)	215,226	256,020	207,492	356,973
Emisiones CO ₂	134,255	135,379	87,781	150,657
Índices de accidentalidad:				
Total accidentes	173	137	100	197
Días perdidos	4,455	13,596	2,545	6,799

3 Gestión 2011

COPEINCA se concentra en la producción de harina y aceite de pescado, cubriendo la totalidad de la cadena de valor, desde la captura hasta su distribución final. La Compañía opera embarcaciones anchoveteras que pescan frente a las costas de Perú y procesan la materia prima en las cinco plantas procesadoras distribuidas a lo largo del litoral. La anchoveta capturada, así como la adquirida a terceros, es procesada bajo los más altos estándares de calidad.

En este Informe de Sostenibilidad, la Empresa reafirma su compromiso de reportar su gestión económica, y los resultados sociales y ambientales registrados durante el 2011 en las plantas de Bayóvar, Chicama, Chimbote, Ilo y Chancay, y de la oficina administrativa de Lima. A inicios de 2011 se acordó el cierre de la planta Huarmey, por lo que su información no se verá reflejada en el presente documento.

4 Prácticas del Buen Gobierno Corporativo

COPEINCA es una sociedad anónima pública establecida conforme a las leyes de Noruega, que lista en la Bolsa de Valores de Oslo (OSE), está sujeta a las exigencias de gobierno corporativo dispuestas en ese país y, por todo ello, con la obligación de publicar una declaración anual del desempeño que realiza en ese campo. Para mayor información: www.copeinca.com.pe/website/content/pagina1.php?plD=544

Directorio de la Empresa

La máxima autoridad de gestión es el Directorio de la Empresa, cuya misión es velar por los intereses de los accionistas y hacer cumplir las estrategias para alcanzar los objetivos de la Organización. El Directorio está conformado, además del Presidente Ejecutivo, por cuatro directores accionistas y cuatro independientes, quienes fueron invitados a participar tras evaluar sus trayectorias profesionales y los aportes realizados en el rumbo de la industria, a nivel nacional y mundial. A mediados de 2011 se nombró como nuevo Presidente Ejecutivo al Sr. Samuel Dyer Coriat, quien antes ejercía las labores de Gerente General, quedando el actual Directorio con la siguiente participación:

- Samuel Dyer Coriat, peruano – Presidente Ejecutivo.
- Kristjan Davidsson, islandés – Vice Presidente.
- Samuel Dyer Ampudia, peruano – Director.
- Mimi Berdal, noruega – Directora.
- Luis Dyer Ampudia, peruano – Director.
- Sheyla Dyer Coriat, peruana – Directora.
- Marianne Elisabeth Johnsen, noruega – Directora.
- Iván Orlic Ticeran, peruano – Director.

Composición del Órgano de Gobierno:			
	< 30 años	30 - 50 años	> 50 años
Hombres	-	20%	80%
Mujeres	-	67%	33%

El Directorio de la Empresa cuenta con diferentes comités de trabajo:

- Auditoría, Control y Riesgos.
- Gestión Humana, Ética, Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social.
- Estrategias, Adquisiciones y Finanzas.

Anualmente, el Directorio evalúa su desempeño correspondiente al periodo anterior, incluyendo el de cada comité y cada uno de los directores. Esta evaluación se realiza con la publicación de la Memoria Anual, los Estados Fiancieros y el Informe de Sostenibilidad.

5 Gestión de Riesgos

En COPEINCA se ha implementado un sistema integrado de gestión de riesgos con el objetivo de preservar la integridad de sus recursos, incrementar la ventaja competitiva y garantizar la continuidad del negocio frente a las amenazas internas y externas que pueda haber.

La gestión de riesgos es un proceso efectuado por toda la Empresa, desde el Directorio a los colaboradores, y se realiza conforme al Manual de Administración de Riesgos que está basado a su vez en la metodología COSO ERM. Toda persona que ingresa en COPEINCA recibe el Código de Conducta y una inducción al mismo, en él se especifica el comportamiento que la Empresa pide de sus colaboradores.

Registro de denuncias en la Línea Anónima:

	Fraude		Maltrato a colaboradores		Otros (administrativo)		Total denuncias investigadas		Total denuncias rechazadas	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Oficinas administrativas	0	0	3	3	1	5	4	8	-	-
Sedes	2	1	2	4	26	16	30	21	-	-
Total	2	1	5	7	27	21	34	29	35	55

En COPEINCA se ha implementado un sistema integrado de gestión de riesgos con el objetivo de preservar la integridad de sus recursos, incrementar la ventaja competitiva y garantizar la continuidad del negocio frente a las amenazas internas y externas que pueda haber.

También existe una Línea de Comunicación Anónima en la web (www.copeinca.com.pe), que permite a cualquier colaborador, proveedor o cliente denunciar actos contra el Código de Conducta y el reglamento interno de trabajo, o cualquier otro acto que atente contra los principios éticos establecidos por la Empresa.

Manual de gestión de crisis

En el año 2011, se ha implementado el Comité de Gestión de Crisis con la finalidad de orientar a la Compañía en situaciones de emergencia, así como los protocolos asociados a tales situaciones. Para ello se ha elaborado un Manual de Gestión de Crisis que forma parte del Sistema Integrado de Gestión de Riesgos. La finalidad del mismo es establecer lineamientos para proteger a los colaboradores, los activos, la reputación de la Empresa y la confianza de los stakeholders durante un incidente.

Manual de control interno

COPEINCA aplicó un cuestionario de control interno a sus colaboradores de Lima con el objetivo de medir el nivel de madurez y compromiso que poseen ante una crisis. Este cuestionario consistía en un análisis pregunta – respuesta de cada uno de los componentes del Modelo COSO ERM. Los resultados obtenidos permitirán enfocar más eficazmente los esfuerzos, planes de acción y recursos del Sistema de Gestión de Riesgos y Control Interno.





DE EL DESARROLLO SOSTENIBLE PARA COPEINCA

1 Políticas y lineamientos

de Responsabilidad Social

Desde el año 2005, COPEINCA apostó por desarrollar su labor bajo el enfoque del desarrollo sostenible, respetando los derechos humanos y apoyando a la sociedad. Así, para garantizar la sostenibilidad del negocio es indispensable asegurar que los principios éticos y el respeto por las personas y el ambiente se cumplan, actuando de acuerdo a los desafíos en materia de sostenibilidad definidos por la Gerencia de Asuntos Corporativos y la Gerencia General.

Esta política está basada en los principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), los Objetivos del Milenio y los principios del Pacto Mundial de la ONU a los que COPEINCA está adscrita desde el 2007. Para ello, la Empresa contempla en todas las decisiones el triple resultado de rentabilidad (crecimiento económico), personas (gestión social) y planeta (gestión ambiental), comunicando dicha gestión a todos los Grupos de Interés a través del presente Informe.

2 Principales riesgos

y oportunidades

Riesgos

- Volatilidad en los precios de los combustibles.
- Variabilidad de biomasa: tamaño, contenido graso, ubicación y cambios climáticos.
- Variación en la oferta y demanda de la harina y el aceite de pescado.

Oportunidades

- Aumento productivo con tecnología Steam Dried de la harina Super Prime y Prime.
- Eficiencias operativas con las nuevas embarcaciones Incamares.
- Incursión en consumo humano directo y apertura a nuevos mercados.

- Puesta en marcha de plantas de tratamiento de aguas domésticas en las sedes.
- Liderazgo en el sector pesquero en materia de sostenibilidad.

Para garantizar la sostenibilidad del negocio es indispensable asegurar que los principios éticos y el respeto por las personas y el ambiente se cumplan, actuando de acuerdo a los desafíos en materia de sostenibilidad definidos por la Gerencia de Asuntos Corporativos y la Gerencia General.

3 Desafíos en Materia de Sostenibilidad

Los desafíos de la sostenibilidad sirven de base para guiar las actividades de la Empresa, así, en el año 2011, se llevaron a cabo acciones y programas para cada Grupo de Interés.

DESAFÍOS DE SOSTENIBILIDAD	GRUPOS DE INTERÉS	ACTIVIDADES Y PROGRAMAS REALIZADOS EN 2011	METAS Y RETOS 2012-2014
<div>BIENESTAR DE COLABORADORES Y LA COMUNIDAD</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">ColaboradoresComunidades aledañasInversionistas / AccionistasAPROs	<ul style="list-style-type: none">Certificación de la norma OHSAS 18001 en las sedes de Chicama e IloPrograma de Calidad de VidaPrograma de Habilidades GerencialesPlan Anual de CapacitacionesPrograma de Lideres de Comunicación y CambioGestión con las APROsVoluntariado COPEINCAPrograma Econegocios EscolaresCanales de Comunicación interna: Revista El Anzuelo, Incasite, Buzón de Sugerencias, etc.Difusión de la nueva Cultura COPEINCAPrimer diagnóstico participativo en Chimbote – Com. 27 de Octubre	<ul style="list-style-type: none">Certificación OHSAS 18001 en Bayóvar, Chimbote y ChancayImplementación evaluaciones de desempeño 360°Concluir con trámites legales para constitución de APROsAsesoría legal a las APROs para convertirse en asociaciones receptoras de donacionesIncrementar voluntarios en 25%Asesorar a 7 Econegocios EscolaresMinimizar accidentes en planta y en flotaSoporte a la com. 27 de Octubre para concluir con trámites legales y elaboración de plan de desarrollo de la comunidad.
<div>GESTIÓN AMBIENTAL RENTABLE (Cuidado del Ambiente y Protección del Recurso)</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">AmbienteEstadoInversionistas/ AccionistasFlota de TercerosAPROs	<ul style="list-style-type: none">Producción Más LimpiaImplementación de programas de control de emisiones, efluentes y residuos sólidosCertificación de la norma ISO 14001 en las sedes de Chicama e IloInicio de operaciones de Incamares: eficiencia y calidad	<ul style="list-style-type: none">Reducir en 4% los costos y gastos en mantenimiento y estandarización de equipos.Certificación norma ISO 14001 en Bayóvar, Chimbote y ChancayAdecuación del Marine Stewardship Council – MSC a estándares nacionales.100% cumplimiento de la normativa ambiental.Certificación “Friends of the Seas”
<div>ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD Y TRAZABILIDAD DEL PRODUCTO</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">ClientesProveedores	<ul style="list-style-type: none">Certificación normas GMP+B2, BASC e IFFO en todas las sedesFormación del Centro de Investigación BIOTEC CMCValoración biotecnológica de la Harina y el Aceite de PescadoMejoras en la calidad de la materia primaProducción 85% de Harina Prime + Super Prime	<ul style="list-style-type: none">Incrementar producción de Prime y Super PrimeEcoetiquetado en productosGestión con proveedores en zonas donde opera COPEINCAMantener el ratio de que reclamos/embarques menor a 6%Mantener precios de harina y Aceite en los top 2 del mercado
<div>CREACIÓN Y PROTECCIÓN DEL VALOR COMPARTIDO</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">ColaboradoresComunidades aledañasAPROs	<ul style="list-style-type: none">Programa virtual de Econegocios EscolaresParticipación en el Sub-comité técnico de RS de la Sociedad Nacional de PesqueríaParticipación en el Comité de Desarrollo Sostenible de AMCHAMParticipación en el Comité de Responsabilidad Social de la Cámara de Comercio Peruano-NórdicaParticipación en ferias de Responsabilidad Social y AmbientalGestión de Residuos sólidos en comunidades aledañas	<ul style="list-style-type: none">Desarrollar liderazgo compartido y sostenidoParticipación en ferias y foros como referentes en temas de RSDesarrollo de proyectos SNIP bajo la ley 29230 en Chicama y Chimbote.
<div>GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">Medios de ComunicaciónInversionistas / AccionistasInstituciones Financieras	<ul style="list-style-type: none">Publicación anual del informe de sostenibilidad y reporte de progreso (COP) de las Naciones Unidas alineado al GRI, Metas de Milenio y Principios del Pacto Mundial.Publicación de la gestión de Responsabilidad Social basada en los principios del Pacto Mundial en el Anuario de las Naciones Unidas.Estudio reputacional con principales grupos de interésSe logró un EBITDA mayo a USD 110 MM	<ul style="list-style-type: none">Mantener un nivel de aplicación “A+” del informe de sostenibilidad bajo la validación de un tercero independiente y el GRI.Mantener mesas de diálogo con diferentes Grupos de Interés.Mantener positiva la rentabilidad de la empresa.Lograr un EBITDA mayor a US\$120 MM



- Afiliaciones de COPEINCA**
- Cámara de Comercio Peruano – Americana (AMCHAM).
 - Sociedad Nacional de Pesquería (SNP).
 - Cámara de Comercio Peruano – Nórdica.
 - APROCHICAMA.
 - APROSECHURA.
 - APROCHANCAY.
 - APROCHIMBOTE.
 - APROSUR.
 - ADEX.
 - International Fishmeal and Fish Oil Organization (IFFO).
 - China Feed on line.
 - Oil World – Ista Mielke Gmbh.
 - Intrafish.
 - Goed – Global Organization for EPA and DHA Omega 3S.
 - Aqua – Technopress.
 - Shanghai JC Intelligence Co. Ltd.

- Distinciones para COPEINCA**
- Licencia de uso de Marca País por PromPerú.
 - Triple reconocimiento de la Sociedad Nacional de Industrias por las certificaciones ISO 14001 y OH-SAS 18001, y la re-certificación GMP + B2.

4 Materialidad del Informe de Sostenibilidad

En el presente informe se cubren aquellos indicadores en materia social, ambiental y económica relevantes para COPEINCA y sus principales Grupos de Interés, tal como se ha identificado en el Benchmark de Informes de Sostenibilidad de empresas líderes en Desarrollo Sostenibles así como pesqueras internacionales y nacionales que reportan en base a los indicadores GRI.

Hacia finales de 2011 se llevó a cabo el Estudio de Imagen Corporativa con una consultora independiente en donde se pudo obtener las diferentes per-

cepciones y expectativas de los principales Grupos de Interés con el fin de comprender sus opiniones y puntos de vista así como llevar a cabo las medidas necesarias para mejorar la gestión de COPEINCA.

Asimismo, desde hace dos años se diseñó una encuesta ubicada al final de los informes de sostenibilidad con el fin de recopilar sugerencias e inquietudes sobre el contenido del documento así como de la gestión de la empresa que ayuda a reportar información relevante para los Grupos de Interés.

Finalmente, por primera vez, se llevaron a cabo Mesas de Diálogo con los principales Grupos de Interés en Piura y Chicama. Participaron proveedores de materia prima, proveedores de servicios, representantes del Gobierno Regional, representantes del Gremio Pesquero, representantes del sindicato, medios de prensa, representantes de las comunidades aledañas, representantes del Comité SIG de COPEINCA, representantes de maricultores, entre otros; a quienes también va dirigido el presente documento. El objetivo fue conversar abiertamente sobre la información contenida en los Informes de Sostenibilidad y dicha retroalimentación se incluye en el presente documento:

- Establecer un vínculo más profundo con las comunidades locales.
- Mejorar la comunicación de los resultados en RSE.
- Generar productos diferenciadores con valor agregado.
- Profundizar el compromiso ambiental en control de emisiones, efluentes y residuos.
- Implementar evaluaciones de desempeño basadas en competencias.

5 Los Grupos de Interés

En el año 2005, COPEINCA realiza un mapeo a nivel gerencial para determinar los principales Grupos de Interés de la Empresa y, posteriormente, una Evaluación de la Imagen, para contar con el aporte y evaluación de esos grupos en el desarrollo y el éxito de las políticas de RS que realiza la Empresa.



Aunque antes se les consideraba como parte del grupo 'Comunidad', las Asociaciones de Productores de Harina y Aceite de Pescado (APRO's) se presentan como Grupo de Interés independiente con el objetivo de fortalecer la gestión de estas asociaciones. Esta inclusión se debió a la activa participación de la empresa durante el 2011 así como los compromisos asumidos para el 2012.

En las mesas de diálogo llevadas a cabo con los principales Grupos de Interés, se notó la participación activa de las comunidades aledañas a las plantas así como representantes del sindicato, gobierno regional, instituciones estatales pesqueras, maricultores y prensa con quienes no se había definido un canal de comunicación que permita valiosa y adecuada retroalimentación. Por ello, estas mesas de diálogo así como la encuesta bianual de percepciones e imagen son herramientas vitales para la inclusión de Grupos de Interés relevantes a la empresa.

Colaboradores

Contribuimos al desarrollo de la calidad de vida de nuestros colaboradores, promoviendo programas que brinden tranquilidad y satisfacción humana:

- Evaluaciones médico – ocupacionales anuales.
- Programas de alimentación balanceada.
- Programa de desarrollo de habilidades gerenciales.

- Certificación de la norma OHSAS 18001 en las sedes de Ilo y Chicama.
- Programa de vacaciones útiles 'Estrellitas de Mar' para los hijos de colaboradores.
- Plan anual de capacitaciones.
- Talleres de salud preventiva
- Programa de Calidad de Vida.
- Programa de reconocimiento al colaborador del año.
- Programas de líderes de comunicación y cambio.
- Comunicación diaria:
 - Incasite.
 - Buzón de sugerencias.
 - Comunicación electrónica.
 - Líderes de comunicación y cambio.
- Comunicación trimestral: revista El Anzuelo.
- Comunicación anual: encuestas de clima laboral y reinducción.

Accionistas

- Reuniones de directorio.
- Juntas generales.
- Información vía web sobre el valor y la composición de las acciones.
- Canales directos con la Gerencia General y el Presidente Ejecutivo del Directorio.
- Visitas periódicas del Gerente General y el Gerente de Finanzas.

En las mesas de diálogo llevadas a cabo con los principales Grupos de Interés, se notó la participación activa de las comunidades aledañas a las plantas así como representantes del sindicato, gobierno regional, instituciones estatales pesqueras, maricultores y prensa.



- Comunicación diaria:
 - Incasite.
 - Comunicación electrónica.
- Comunicación trimestral:
 - Reuniones de accionistas.
- Comunicación anual:
 - Board Report.
 - Memoria Anual.
 - Informe de Sostenibilidad.

Clientes

- Certificación GMP + B2.
- Certificación IFFO para todas las sedes.
- Visitas anuales de la Gerencia Comercial a los principales clientes en su país.
- Atención personalizada y visitas a las sedes para los clientes que llegan al Perú.
- Comunicación diaria: correos electrónicos y web.
- Comunicación mensual: boletín virtual
- Comunicación anual: encuestas de satisfacción y percepciones.

Proveedores

- Subastas electrónicas que garantizan transparencia y eficacia en los tiempos de atención al cliente interno, a través del portal EBIZ Latin América.
- Estándares de calidad y mejora del desempeño, a niveles de exigencia internacional, para los proveedores por su relación con COPEINCA.
- Comunicación diaria: web.
- Comunicación anual: encuestas de percepciones.

Comunidad

- Certificación de la norma ISO 14001 en las sedes de Chicama e Ilo: orientada a la prevención y reducción de los impactos ambientales y mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores.
- Programa Econegocios Escolares.
- Voluntariado COPEINCA en las comunidades locales para los colaboradores.
- Campaña ‘A Comer Pescado’: comercialización de jurel y caballa a bajo costo.
- Diagnóstico participativo en la comunidad 27 de octubre de Chimbote.
- Comunicación anual:
 - Encuesta de percepciones.
 - Difusión de actividades en las Ferias de Responsabilidad Social y Ambiental.

Estado

- Canales de información abiertos con los principales gremios del Estado.
- Comunicación anual: encuesta de percepciones.

Medios de comunicación

- Relación permanente con medios de comunicación nacionales y extranjeros.
- Reuniones con periodistas especializados en el sector.
- Comunicación diaria: medios locales en sedes Lima, Chimbote y Tacna.
- Comunicación anual: encuesta de percepciones.

Entidades financieras

- Percepción favorable del desempeño de COPEINCA en cuanto a la solidez económica, el manejo financiero, el profesionalismo de los cuadros gerenciales, las estrategias de gestión y las decisiones de inversión en las unidades productivas.
- Ausencia de conflictos y riesgos en las relaciones comerciales.
- Comunicación anual:
 - Encuesta de percepciones.
 - Memoria Anual.

Flota de terceros

- Incremento de la venta de materia prima y oportunidades laborales.
- Habilitaciones: entrega de materiales y equipos para una adecuada pesca.
- Control de movimientos por la Superintendencia de Planificación y Acopio de Materia Prima.
- Regulación de precios y cantidades de pesca de terceros por parte de la Superintendencia de Planificación y Acopio de Materia Prima.
- Enfibrado de la flota de terceros para su acceso a los mercados europeos.
- Campañas de Consumo Humano Directo (CHD): compra de jurel y caballa para venta en las comunidades a bajo costo.
- Comunicación diaria: radios
- Comunicación trimestral: reuniones gremiales
- Comunicación anual: encuesta de percepciones.



HABLAN LOS COLABORADORES



Día mundial de la limpieza de playas

Playa Carpayo en La Punta

“Este es el primer año que participamos activa y nacionalmente del Día Mundial de la Limpieza de Playas. Tuve la oportunidad de estar en la Playa Carpayo de La Punta, y la verdad que había muchísimo trabajo por hacer.

La playa estaba verdaderamente llena de residuos de todo tipo. La madera, los plásticos y la espuma sumaron más del 80% del total recolectado y se dispusieron para que puedan ser reciclados adecuadamente. En total, en Carpayo, se recolectaron mas de 44 toneladas de basura y me alegra mucho haber podido contribuir con esta buena causa.”

Sofia Pareja Descalzi
Coordinadora de Calidad



Campaña “Jurel para todos.

Del mar a la mesa”

A través de la Sociedad Nacional de Pesquería, COPEINCA participó activamente en la campaña “Jurel para Todos” promovida e impulsada por el Ministerio de la Producción con el fin de favorecer a comunidades cercanas a las operaciones de la empresa.

De esta manera, centenares de vecinos adquirieron pescado fresco con altos niveles de proteínas, grasas, vitaminas y sales a precios promocionales para fomentar su consumo.

“Participo en la mitad de la campaña, exactamente en el Mercado de Chimbote – Zona Camino Real. Se atendieron a unas 250 familias abasteciéndoles de 2.5 toneladas de pescado fresco para su consumo. Contamos con el apoyo de la Municipalidad de Nuevo Chimbote para temas logísticos y de seguridad en la zona para mantener el orden.

Creo que la ubicación que elegimos para la venta fue la mejor. Competimos directamente con el mercado y la gente quedo muy agradecida con la iniciativa. Quienes ese día fueron al mercado y no tenían pensado comprar pescado, salieron convencidos que era la alternativa mas saludable y económica.”

Ademar Navarro
Jefe de Gestión Humana – sede Chimbote Flota



Ecnegocios Escolares 2011

“Este año tuve la oportunidad de participar como voluntaria del proyecto Ecnegocios Escolares apoyando al colegio Republica del Ecuador con su negocio ecológico “Carteras Ecológicas”.

Sinceramente los chicos me contagiaron de su entusiasmo y alegría. Siempre tenían ideas nuevas de cómo mejorar e incrementar los productos con el fin de satisfacer a todos los usuarios.

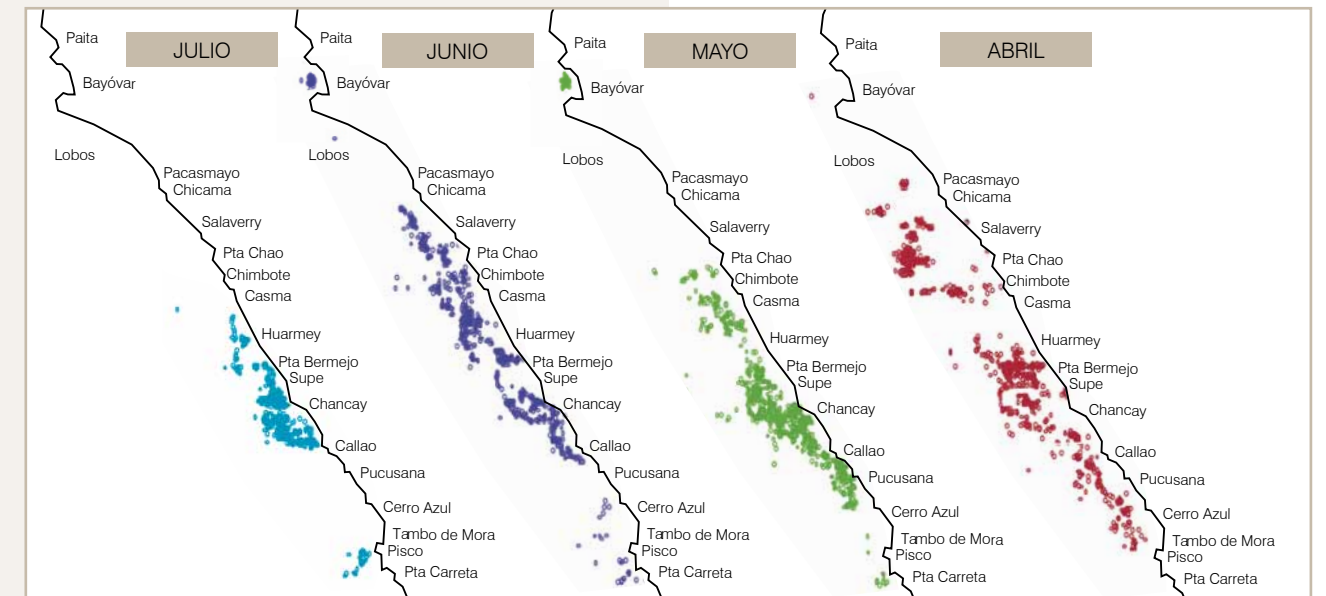
Fue una experiencia enriquecedora, pude ayudarlos con su plan de negocio y apoyarlos con las nuevas ideas que surgían en el camino y todo ello se vio reflejado en el gran trabajo que hicieron.”

Liliam Quijano
Coordinadora de Sistemas de Gestión Ambiental
y de Seguridad Ocupacional



RENTABILIDAD

En el 2011 ha habido dos periodos de operación claramente marcados. Entre abril y julio la distribución de la anchoveta se ubicó en el radio típicamente de otoño, las 80 millas. Pero en este período, por influencia de las ondas Kelvin, es decir, masas de agua caliente provenientes del Pacífico occidental, se registro un desplazamiento de los cardúmenes hacia la zona central, entre El Callao y Huarney, donde COPEINCA no tiene plantas productoras tal como se apreciaba en el siguiente cuadro.

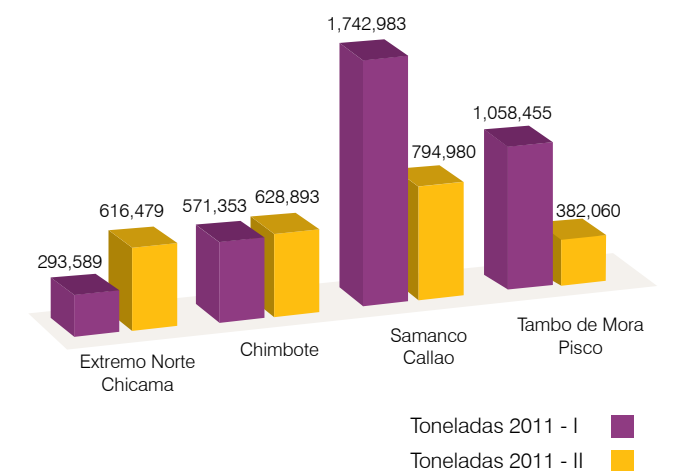


Durante ese período, la menor cantidad de los adultos de anchoveta se localizaron entre Huarney y Paita, cuya cantidad aumentó progresivamente hacia la zona central, confirmando de esta manera lo que el crucero del Instituto del Mar había registrado.

Esta localización de la materia prima, influyó en la operación de COPEINCA al generar recorridos mayores para poder acceder a la pesca. Sin embargo, gracias a las eficiencias registradas en las nuevas embarcaciones Incamares, las calidades de la harina y el aceite de pescado no se vieron afectadas.

Durante la segunda temporada de pesca, y tal y como se observa en el siguiente cuadro, la actividad pesquera se desarrolló con normalidad gracias a la homogeneidad de cardúmenes en el litoral.

Desembarques total por Zona Latitudinal y Temporadas 2011



Resumen Económico

1. Base de cálculo		2011 Valor (miles USD)	
Ventas netas		254,478	
Ingreso operativo		73,167	
EBITDA		106,466	
Planilla bruta		30,987	
2. Indicadores Sociales Internos	Valor \$ (miles USD)	% sobre Planilla Bruta	% sobre EBITDA
Alimentación	751	2.42%	0.71%
Otras contribuciones sociales (ESS)	2,911	9.39%	2.73%
Seguros médicos de accidentes, otros	159	0.51%	0.15%
Salud y seguridad en el trabajo (medicinas, doctor en planta, etc.)	-	-	-
Educación	-	-	-
Cultura	-	-	-
Capacitación y desarrollo profesional	505	1.63%	0.47%
Guarderías o sala cuna	-	-	-
Participación en las ganancias o resultados	549	1.77%	0.52%
Otras atenciones al personal	-	-	-
Agasajos al personal	307	0.99%	0.29%
Obsequios al personal	110	0.35%	0.10%
Vestuario al personal	152	0.49%	0.14%
Transporte al personal	391	1.28%	0.37%
Total indicadores sociales internos	5,836	18.83%	5.48%
3. Indicadores Sociales Externos	Valor \$ (miles USD)	% sobre Planilla Bruta	% sobre EBITDA
Educación	-	-	-
Cultura	113	0.36%	0.11%
Salud y Saneamiento	-	-	-
Deporte	307	0.99%	0.12%
Combate al hambre y seguridad alimenticia	-	-	-
Donaciones (salud, medio ambiente y seguridad ciudadana)	41	0.13%	0.04%
Otros	-	-	-
Total de las contribuciones a la sociedad	460	1.49%	0.43%
Renta de 3era categoría	406	1.31%	0.38%
Renta de no domiciliados	801	2.58%	0.75%
Total indicadores socialesexternos	1,667	5.38%	1.57%
4. Indicadores Ambientales	Valor \$ (miles USD)	% sobre EBITDA	% sobre Ventas Netas
Inversiones relacionadas con la producción de la empresa	2,000	1.88%	0.79%
Gastos en programas de capacitación en Medio Ambiente	900	0.85%	0.35%
Gastos en programas y/o proyectos externos	-	-	-
Total de la inversiones en medio Ambiente	2,900	2.72%	1.14%

En cuanto al establecimiento de “metas anuales” para minimizar residuos, el consumo (por regla general en la producción/operación) y el aumentar la eficiencia en la utilización de recursos naturales, la empresa:	()no tiene metas () cumple de 0-50% () Cumple de 51 - 75% (x) Cumple de 76-100%		
5. Indicadores del cuerpo funcional	2011		
Nº de empleados y empleadas al final del periodo	1,484		
Nº de admisiones durante el periodo	146		
Nº de empleados (as) a contrato	358		
Nº de estudiantes en prácticas	22		
Nº de empleados (as) mayores de 50 años	224		
Nº de mujeres que trabajan en la empresa	98		
% de cargos gerenciales ocupados por mujeres	33.33%		
6. Información en cuanto a la ciudadanía empresarial	2011		
Número total de accidentes de trabajo	197 (154 en Flota y 43 en Plantas)		
Los proyectos sociales y ambientales desarrollados por la empresa son definidos por:	() el directorio	(x) directorio y gerentes	() en consenso con todos los (as) empleados (as)
Los patrones de seguridad y salubridad en el ambiente de trabajo son definidos por:	(x) directorio y gerentes	() en consenso con todos los (as) empleados (as)	() Todos (as)
Respecto a la libertad sindical, al derecho de negociación colectiva y a la representación interna de los (as) trabajadores (as), la empresa:	() no se involucra	(x) sigue las normas de la OIT	() incentiva y sigue las normas de la OIT
Los programas de Salud y Seguridad privada contemplan:	() al directorio	() directorio y gerentes	(x) todos los (as) empleados (as)
La participación de las ganancias o en los resultados contempla:	() al directorio	() directorio y gerentes	(x) todos los (as) empleados (as)
En la selección de proveedores, los patrones éticos, de responsabilidad social y ambiental adoptados por la empresa:	() no se consideran	() se sugieren	(x) se exigen
Respecto a la participación de los empleados (as) en programas de trabajo voluntario y acción social, la empresa:	() no se involucra en la	() apoya	(x) organiza e incentiva
Número total de reclamos y críticas de los consumidores(as):	empresa 0	en INDECOPi* 0	en la justicia 0
% de reclamos y críticas atendidas o solucionadas:	en la empresa 0%	en INDECOPi* 0%	en la justicia 0%
7. Información adicional			
*INDECOPi	Instituto de Defensa del Consumidor y de la Propiedad Intelectual		



PERSONAS

1 Gestión Humana

Durante el 2011 se realizaron cambios en la estructura organizacional con la finalidad de optimizarla, haciéndola más horizontal y ágil para la toma de decisiones. Se continuó con el Programa de Desarrollo de Habilidades de Liderazgo trabajando las competencias y estilos gerenciales de los líderes, y sensibilizándolos en la importancia de su rol en los resultados del negocio.

Este Programa, desarrollado en la segunda parte del año, se diseñó bajo un modelo de cooperación y trabajo en equipo, con los siguientes objetivos:

- Revisar y reforzar los factores que crean liderazgo y el desempeño organizacional, y las relaciones entre ellos.
- Fortalecer el vínculo entre competencias, función gerencial, clima organizacional y resultados del negocio.
- Brindar feedback continuo a directivos, superintendentes y jefes sobre estilos de liderazgo y sus impactos en la Empresa.

En marzo de 2011, se llevó a cabo la 1ª Convención Anual de la Empresa con el objetivo de compartir con todos los colaboradores las estrategias a desarrollar en los próximos años. Estas estrategias se basan en cuatro anclas: Crecimiento, Mejora Continua, Responsabilidad Social y Diferenciación, que permitirán a la Empresa formular objetivos estratégicos, proyectos y planes operativos anuales para alcanzar las metas a corto y largo plazo.

Finalmente, en el 2011 se revisaron las bandas salariales y se homologaron las remuneraciones en el 70% de las posiciones de trabajo. También se mejoró la renovación de los contratos.

Principales programas de la gestión laboral

- Programa Calidad de Vida

A inicios de años se dio inicio a las vacaciones útiles para los hijos de los colaboradores, durante las cuales se realizaron talleres deportivos y artísticos para estimular sus habilidades. También se dictaron talleres

de nutrición, gimnasia y masajes para mejorar la calidad de vida en el ambiente de trabajo.

- Líderes de Comunicación y Cambio

Por segundo año consecutivo, COPEINCA participa en la Red de Líderes de Comunicación y Cambio, en cuyo segundo encuentro participaron 139 colaboradores de la flota. En estos encuentros se busca fortalecer la misión de la Red, la función de cada líder participante y las habilidades de comunicación.

Derechos Humanos, diversidad e igualdad de oportunidades

COPEINCA promueve un ambiente de trabajo seguro y saludable de tal manera que los derechos al ser humano no sólo no se vean afectados sino que, además, se promocionen y desarrollen entre todos los colaboradores. En el Reglamento Interno de Trabajo (RIT) también se contemplan lineamientos en contra del trabajo infantil. La supervisión realizada al respecto no ha reportado ningún caso de discriminación ni falta a los principios éticos y a los valores asumidos por la Empresa.

Comunicación interna

Forma parte de la filosofía de la Empresa el flujo de información y la difusión de los cambios organizacionales. Para ello se cuenta con medios y acciones diversas: comunicación electrónica, vitrinas informativas, revista El Anzuelo, Intranet Incasite, la Red de Líderes de Comunicación y Cambio, y las Cascadas, que se activan desde el Comité de Gerentes para divulgar la información entre todos los colaboradores.

A mediados del 2009 se implementó un canal de comunicación anónima en el que todo colaborador puede informar y registrar cualquier falta al Código de Conducta. El documento actúa como marco de referencia para la actuación y comportamiento de todos los miembros de COPEINCA. Su objetivo es el de garantizar la buena reputación de la Empresa y promover entre todos un compromiso de integridad y excelencia.

Los colaboradores

Al final del 2011 COPEINCA contaba con un total de 1,484 colaboradores, 8.4% menos que en el 2010. La reestructuración de ciertas plantas y la búsqueda de una mayor eficiencia motivaron el cierre de la planta de Huarmey y un nuevo modelo de trabajo en la de Ilo, lo que motivó la desvinculación de 172 colaboradores.

Asimismo, durante el año se trabajó un nuevo esquema en la renovación de contratos, con lo cual 25% de colaboradores pasaron a tener un contrato por tiempo indeterminado en la empresa, buscando una mayor motivación de los colaboradores.

La distribución de colaboradores en las zonas donde opera COPEINCA es como sigue:

Además, la Empresa no cuenta con programas formales de retiro o jubilación, sin embargo nos ceñimos a las disposiciones legales vigentes, cumpliéndolas a cabalidad.

El área de Gestión Humana, responsable de la selección y contratación de personal, realiza evaluaciones de los postulantes según su análisis de competencias y el cumplimiento de los lineamientos éticos. La búsqueda de ese personal se da prioritariamente en las mismas zonas o localidades aledañas a la ubicación del puesto, incentivando en lo posible la cercanía del colaborador con su familia. Actualmente, el 65% de colaboradores pertenece a la zona donde desarrolla sus labores. Para las jefaturas y gerencias, COPEINCA trabaja con una consultora externa de *headhunting*.

CATEGORÍA	CONTRATADO					
	Bayóvar	Chancay	Chicama	Chimbote	Ilo	Lima
Gerentes						
Superintendentes						
Jefaturas				1		2
Empleados	2	12	6	15	4	41
Obreros	19	30	32	19	6	
Tripulantes				169		
Practicantes						22
Total general	21	42	38	204	10	65

CATEGORÍA	INDETERMINADO					
	Bayóvar	Chancay	Chicama	Chimbote	Ilo	Lima
Gerentes						9
Superintendentes	1	1	1	3		2
Jefaturas	7	6	8	8	3	13
Empleados	18	6	11	78	1	42
Obreros	91	100	53	121	5	
Tripulantes				516		
Practicantes						
Total general	117	113	73	726	9	66

CATEGORÍA	2011					
	MUJERES			HOMBRES		
	<30	30 - 50	>50	<30	30 - 50	>50
Gerente		3			6	
Superintendente					6	2
Jefe		7	1		40	
Empleado	18	42	1	25	131	19
Obrero	10	6		52	349	59
Tripulante		1		37	498	149
Practicante	9			13		

Durante el año se trabajó un nuevo esquema en la renovación de contratos, con lo cual 25% de colaboradores pasaron a tener un contrato por tiempo indeterminado en la empresa, buscando una mayor motivación de los colaboradores.

En el siguiente cuadro se registran el total de ingresos y ceses en el año. Los ingresos corresponden a procesos de selección para cubrir posiciones vacantes y los ceses a procesos de reestructuración realizados por la empresa.

CATEGORÍA	INGRESOS						CESES					
	MUJERES			HOMBRES			MUJERES			HOMBRES		
	<30	30 - 50	>50	<30	30 - 50	>50	<30	30 - 50	>50	<30	30 - 50	>50
Gerente					1						2	
Superintendente					2						3	
Jefe		1			2			2			9	1
Empleado	9	7		10	11	1	5	12		5	25	2
Obrero	9	4		32	39		9	8		49	116	16
Tripulante		1		10	60	6		1		8	55	31
Practicante	9			11			8			6		



Todos los colaboradores de COPEINCA cuentan con el derecho a ejercer su libre afiliación sindical, representando un 33.56% de los mismos los que pertenecen a un sindicato. Ambos, organización de trabajadores y Empresa, establecen los acuerdos que regirán el Convenio Colectivo del colaborador.

CONCEPTO	CONVENIO COLECTIVO CON CHANCAY	
	VIGENCIA	
	2007 - 2010	2010 - 2012
AUMENTO SALARIAL	Aumento único a colaboradores por el primer periodo de S/. 2.00 diarios (todos).	Aumentos de S/. 2.20 diarios (01/09/2010) y S/. 0.50 diarios (01/02/2011).
UNIFORMES Y ZAPATOS		Adicional un par de zapatos y una chompa (Por única vez).
ASIGNACIÓN ESCOLAR		Aumentar la Bonif. Escolar de S/. 300.00 a S/. 330.00
ASIGNACIÓN POR FALLECIMIENTO		Adicionalmente al beneficio ganado se acuerda dar facilidades para entregar prestamos con el sustento debido.
UTILES DE ASEO		1/2 kilo de detergente para cada colaborador.
MOVILIDAD		Aumentar el pago por movilidad de S/.1.60 a S/. 1.80.
ASIGNACIÓN POR CIERRE DE PLIEGO PARA EL SINDICATO	Entrega de S/. 5,000 nuevos soles al SINDICATO por única vez.	Entrega de S/. 11,400 (Por cierre de Pliego).
GRATIFICACIÓN EXTRAORDINARIA	Entrega a todos los colaboradores S/. 1,050 (15/01/2009) y S/. 1,260 (15/01/2010)por única vez.	Entrega de S/. 1,500 (Gratificación Extraordinaria).
REINTEGRO POR SPL 010-07		Reintegro de Remuneraciones dejadas de percibir por SPL.
SISTEMA DE INFLACIÓN		Abierta la posibilidad de reapertura de Pliego debido a inflación justificada.

CONCEPTO	CONVENIO COLECTIVO CON CHIMBOTE PLANTA	
	VIGENCIA	
	2008 - 2010 Del 01.03.2008 al 28.02.2010	2010 - 2012 Del 01.03.2010 al 29.02.2012
AUMENTO SALARIAL	S/. 1.80 diarios (A partir del 01.03.2008) de aumento a la remuneración básica percibida al 28.02.08 para todos los trabajadores sindicalizados con contrato vigente al 28.02.2008. - S/.2.00 diarios (A partir del 01.03.2009) de aumento a la remuneración básica percibida al 28.02.09 para todos los trabajadores sindicalizados con contrato vigente al 28.02.2009.	S/. 2.20 diarios (01/03/2010) y S/. 3.00 diarios (01/03/2011)
ASIGNACIÓN ESCOLAR	La Empresa seguirá otorgando la Asignación por Escolaridad conforme a su política establecida.	Aumentar de S/. 70.00 a S/. 100.00 por cada hijo en edad escolar ó estudios superiores.
IMPLEMENTO DE SEGURIDAD	La Empresa seguirá otorgando los implementos de seguridad de acuerdo a la legislación laboral vigente.	
AYUDA POR SEPELIO Y PRESTAMOS POR SALUD		Otorgar prestamos en caso de emergencia, enfermedad ó fallecimiento.
CAPACITACIÓN		Continuar con la politica de capacitación.
UNIFORME		Continuar con la politica de entregá de uniforme de trabajo.
FACILIDADES A LOS DIRIGENTES	Licencias aplicadas de acuerdo al Decreto Ley N° 25593 y su Reglamento D.S. N° 011-92-TR.	
ANIVERSARIO SINDICAL	La empresa otorgará una donación económica por aniversario del sindicato conforme a sus posibilidades.	

PRESTAMO DE EMERGENCIA	La empresa seguirá otorgando préstamos por emergencia según su política establecida.	
REINTEGRO	La empresa cancelará los reintegros correspondientes a los meses de Marzo, abril y mayo que se han generado por el presente convenio.	

CONCEPTO	CONVENIO COLECTIVO CON BAYOVAR	
	VIGENCIA	
	2011 - 2012 Del 04.10.2011 al 31.12.2012	
AUMENTO SALARIAL	Se incremento el Jornal en S/.3.50.	
HOMOLOGACION DE HABERES	Se consignó en el convenio que la empresa revisará cada caso concreto y determinará la homologación de acuerdo a la politica remunerativa, de los casos que correspondan.	
ASIGNACION POR ESCOLARIDAD	S/. 100.00 por Hijo, que se encuentre en etapa escolar ó cursando estudios superiores con un tope de 4 hijos por colaborador.	
ASIGNACIÓN POR FALLECIMIENTO DEL TRABAJADOR	S/. 900.00 por fallecimiento del colaborador..	
ASIGNACION Y PERMISO POR FALLECIMIENTO DE FAMILIARES DIRECTOS.	S/. 500.00 por fallecimiento de familiar directo del colaborador (padres, hijos, conyugue).	
UTILES DE LIMPIEZA	Se otorgará 1/2 Kilo de detergente (mensual) y 01 Toalla 1.10 x 0.60 m (anual).	
CAPACITACION DEL PERSONAL Y PROMOCION A NUEVOS PUESTO DE TRABAJO	La empresa trabajará el plan de capacitación orientada a atender las necesidades del puesto de trabajo en concordancia a las exigencias de la empresa.	
RECONOCIMIENTO AL TERMINO DE LA DISTANCIA - TRANSITO	Se acuerdo que a los trabajadores que se destaquen para realizar labores en otras sedes durante la etapa de veda, se les reconocera un día de descanso inmediato, a la llegada a su sede de origen.	
ANIVERSARIO DEL SINDICATO	Se acuerdo el entregar al sindicato la suma de S/.750.00 en calidad de apoyo, para contribuir con el aniversario del sindicato.	
HORARIO DE TRABAJO	Se consignó en el convenio que la empresa está estructurando la implementación de un horario de trabajo corporativo, el cual se comunicará al SINDICATO en su debida oportunidad.	
BONIFICACION POR CIERRE DE PLIEGO	Se acuerdo pagar una bonificación por cierre de pliego ascendente a S/.1,050.00 para cada trabajador sindicalizado y afiliado a la fecha de cierre de la presente negociación colectiva.	

CONCEPTO	CONVENIO COLECTIVO CON CHICAMA	
	VIGENCIA	
	2011 - 2012 Del 18.09.2011 al 17.09.2012	
AUMENTO SALARIAL	Incrementar el Jornal en S/.3.50.	
ASIGNACION POR ESCOLARIDAD	S/. 100.00 por Hijo, que se encuentre en etapa escolar ó cursando estudios superiores con un tope de 4 hijos por colaborador.	
ASIGNACIÓN POR FALLECIMIENTO DEL TRABAJADOR	S/. 900.00 por fallecimiento del colaborador.	
ASIGNACION Y PERMISO POR FALLECIMIENTO DE FAMILIARES DIRECTOS.	S/. 500.00 por fallecimiento de familiar directo del colaborador (padres, hijos, conyugue).	
CIERRE DE CONVENIO	Se acuerdo pagar una bonificación por cierre de pliego ascendente a S/.750.00 para cada trabajador sindicalizado y afiliado a la fecha de cierre de pliego.	
HORARIO DE TRABAJO	Se consignó en el convenio que la empresa está estructurando la implementación de un horario de trabajo corporativo.	
RECONOCIMIENTO DEL TERMINO DE LA DISTANCIA TRANSITO	Se acuerdo que a los trabajadores que se destaquen para realizar labores en otras sedes durante la etapa de veda, se les reconocera un día de descanso inmediato, a la llegada a su sede de origen.	
ANIVERSARIO DEL SINDICATO	Se acuerdo el entregar al sindicato la suma de S/.750.00 en calidad de apoyo, para contribuir con el aniversario del sindicato.	
HOMOLOGACION DE HABERES	Se consignó en el convenio que la empresa revisará cada caso concreto y determinará la homologación de acuerdo a la politica remunerativa, de los casos que correspondan.	

Beneficios laborales

COPEINCA cuenta con una política de beneficios para atraer y retener al personal, principalmente los líderes de la Empresa, y se considera incremento de las remuneraciones como se ha dado entre enero y diciembre del 2011. Estos beneficios se revisan periódicamente para mantenerlos actualizados, destacando:

- Alimentación principal.
- Vacaciones útiles para los hijos de colaboradores.
- Seguro de salud EPS.
- Seguro de Vida Ley.
- Vehículo personal (beneficio para gerentes y superintendentes)
- Préstamos.
- Stock Options (beneficio para gerentes)
- Escolaridad.
- Transporte del personal a planta.
- Acceso a convenios corporativos.
- Bonos por objetivo.

En el 2011 se diseño una política salarial basada en bandas salariales y en función a ello realizó ajustes remunerativos en el 70% de las posiciones buscando una homologación remunerativa entre los colaboradores.

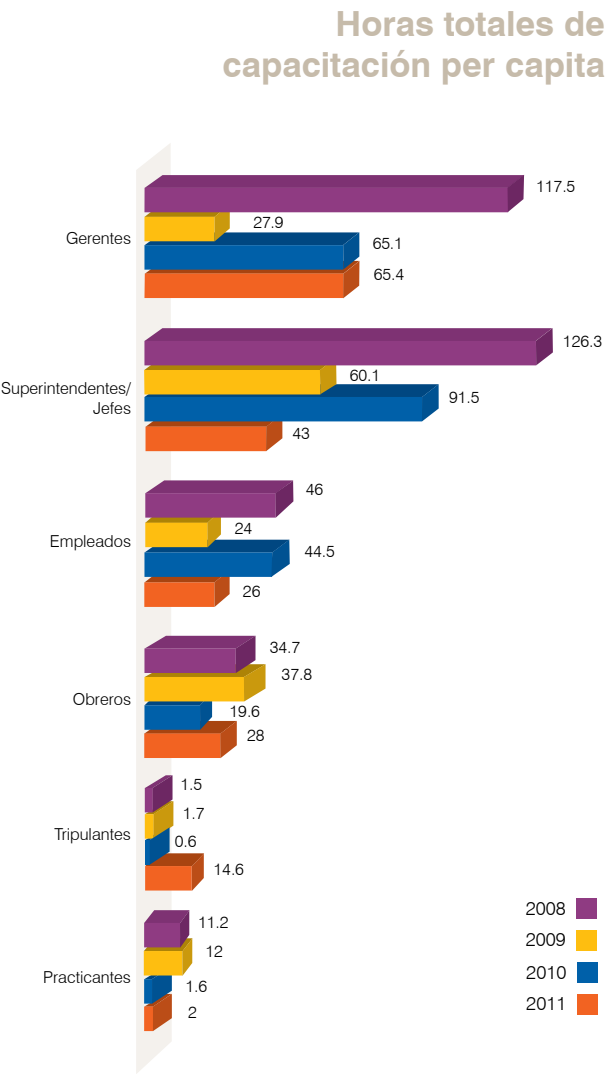
A continuación se presenta la relación entre el salario base de los Hombres con respecto al de las Mujeres de la empresa de acuerdo a la categoría profesional a la que pertenecen. Cabe indicar que para el caso de los puestos de superintendencia, todos son ocupados por hombres y no se encuentran dentro del siguiente cuadro.

CATEGORÍA	Relación salarios de Hombres / Mujeres
Empleados	0.78
Gerentes	1.94
Jefes	0.83
Obreros	1.12
Practicantes	1.10

Por último, COPEINCA supera en un 65% el salario mínimo vital establecido en el Perú, que para el año 2011 se incrementó de USD 215.05 a USD 250.27.

Desarrollo de habilidades

La Empresa cuenta con un Plan Anual de Capacitación que se elabora con la información otorgada por cada gerencia y jefatura según sus necesidades y competencias requeridas, las prioridades de la Empresa y el presupuesto anual. Este Plan responde, a su vez, al Plan Estratégico de la Compañía y es monitoreado todos los meses. En el 2011 se ha invertido en el mismo USD 505,248 que significaron 29,906 horas de formación.



Durante el año 2011 se realizaron diferentes actividades para el desarrollo de habilidades de gestión, y se continuó con el Programa DHL – Desarrollo de Habilidades de Liderazgo a cargo de JML Consultores Gerenciales. Estos, junto al área de Gestión Humana, elaboraron un cronograma corporativo para la realización de los talleres de formación basados en las técnicas de coaching individual y de equipo, como el impartido con la Escuela Nacional de Marina Mercante para los tripulantes de flota y formado por seis cursos.

Evaluaciones de desempeño

En abril del 2011 se inició un modelo de competencias orientado a propiciar acciones y mejoras en la gestión y desarrollo del talento de los colaboradores. Para ello se realizaron talleres y reuniones con el equipo gerencial, las jefaturas y algunos colaboradores seleccionados para poder crear un programa a medida de la Empresa.

A su vez, en los meses de octubre y noviembre se realizó un piloto para inventariar las competencias del personal de las áreas de Logística y Contabilidad, en el que participaron en entrenamientos, evaluaciones, encuentros de retroalimentación y reuniones de seguimiento. Además tuvieron la oportunidad de presentar sus sugerencias para implementar planes de acción que permitan mejorar el proceso antes de su lanzamiento a toda la empresa, realizado en febrero del presente año. Esta iniciativa se ha realizado con la participación de la consultora Campoverde y en ella han participado 122 colaboradores.

Seguridad y salud ocupacional

De conformidad con el Decreto Supremo 009 – 2005 – TR, los Comités de Seguridad y Salud en el Trabajo están conformados por los representantes de los empleadores y de los colaboradores, elegidos por votación directa y secreta y en el que participan el 4% de trabajadores de la Empresa. En coordinación con la Gerencia de Gestión Humana se han establecido programas de capacitación anual en seguridad, que son difundidos en los periódicos murales, Incasite y la revista El Anzuelo.

En las plantas de Chicama e Ilo se ha implementando el Sistema de Gestión Integrado basado en las normas OHSAS 18001 (Seguridad y Salud Ocupacional) e ISO 14001 (Medio Ambiente), y para el 2012 se tiene como objetivo implementar dicho sistema en las sedes Bayóvar y Chimbote.

Para garantizar la adecuada gestión del Comercio Seguro (certificación BASC), se establece un proceso sistemático de evaluaciones, a través de auditorías, que conducen posteriormente a la certificación y cuya duración es de un año.

Estadísticas de accidentalidad

Como se puede observar en el cuadro nº 13, durante el año 2011 los accidentes en planta se han incrementado en un 79% y en embarcaciones, durante la época de pesca, en un 102% con respecto al 2010. Esto es debido a la rigurosidad que introduce de la norma OHSAS 18001 una vez implementada en planta así como el incremento de personal contratista en las plantas a cargo de nuevos proyectos. A lo largo del 2011 no se ha registrado ninguna pérdida de vidas humanas.

	2008	2009	2010	2011
Accidentes de Planta	0.78	11	24	43
Accidentes de Flota	1.94	126	76	154
Días Perdidos de Planta	0.83	466	390	745
Días Perdidos de Flota	1.12	13,130	2,155	6,054

Campañas de capacitación en seguridad y salud ocupacional

Durante el año 2011 se ejecutó el Programa de Salud Ocupacional en todas las sedes, cumpliendo así con los requerimientos de la legislación vigente y los lineamientos de las certificaciones BASC y OHSAS 18001.



Se practicaron evaluaciones médicas de todos los colaboradores con el Laboratorio Millenium y la Clínica Vesalio, y se realizaron campañas preventivas y despistajes de salud a colaboradores y familias. A partir de la promoción de la Ley y el Reglamento de Salud y Seguridad en el trabajo, se ha avanzado en la adecuación de la misma para lograr mayor rigurosidad en los exámenes de los colaboradores recién ingresados en la Empresa. Como parte de esta adecuación se está realizando el Programa Corporativo de Salud, Seguridad y Ambiente, que permitirá a COPEINCA contar con un plan de vigilancia médica que incluye la higiene ocupacional y la ergonomía. Todas estas campañas han beneficiado al 93% de los colaboradores de la Empresa.

2 Comunidades

La política de Responsabilidad Social (RS) se lleva a cabo con el apoyo de aliados estratégicos, realizándose programas y actividades para el bienestar de los Grupos de Interés. Durante el 2011 se ha desarrollado un diagnóstico en las comunidades aledañas a las plantas para poder identificar sus necesidades y fortalecer sus capacidades y potenciales emprendedores. Además, se ha realizado una encuesta de percepciones con el objetivo de ajustar las actividades diseñadas con cada Grupo de Interés.

Generación de valor – economías directas e indirectas

Mientras que los impactos económicos directos y la influencia del mercado tienden a centrarse en las consecuencias inmediatas de los flujos monetarios hacia nuestros Grupos de Interés, los indirectos incluyen los efectos adicionales generados por la circulación de dinero en la economía. Este impacto es medido anualmente en cada uno de los puertos donde opera COPEINCA, y durante el 2011 se ha participado directamente en las campañas nacionales de venta de jurel y caballa a bajo precio (un sol por kilogramo de pescado), en las comunidades de bajos recursos con el objetivo de aumentar los consumos de pescado. Además, se han desarrollado acciones más allá del ámbito del negocio que inclu-

La política de Responsabilidad Social (RS) se lleva a cabo con el apoyo de aliados estratégicos, realizándose programas y actividades para el bienestar de los Grupos de Interés.

yen equipamientos sociales, asistencia y actividades que sumaron USD 40,564 en el 2011.

Compromiso con iniciativas externas

- El Pacto Mundial

COPEINCA fue la primera empresa pesquera peruana en presentar un Informe de Sostenibilidad auditado en el año 2005. Desde entonces, y anualmente, ha seguido realizando dichos informes que están publicados en la web corporativa. Estos documentos reflejan el desempeño de la Empresa en materia social, económica y ambiental, y la gestión que se realiza con los diferentes Grupos de Interés. En todos los casos están elaborados siguiendo los indicadores del Global Reporting Initiative (GRI), las Metas del Milenio y los principios del Pacto Mundial, a través del Anuario Internacional de las Naciones Unidas.

- RS: TODOS

Este proyecto es promovido desde hace tres años gracias a la alianza estratégica con el Instituto de Seguimiento, Análisis y Evaluación para el Desarrollo (SASE). Durante el 2011 se han llevado a cabo tres procesos que se potencian y complementan.

El principal objetivo del programa es contribuir a la sostenibilidad de la vida humana sobre la tierra, ante los riesgos del cambio climático, la escasez de agua y comida, y las catástrofes naturales. En este programa RS: TODOS se incluye la defensa de los derechos a la existencia, la calidad de vida y el desarrollo sostenible en las operaciones de le Empresa, identificando los procesos que construyen esos ejes, en unión a entidades públicas y privadas a través de los llamados Núcleos Impulsores.

Uno de esos Núcleos se iba a desarrollar en Cajamarca, pero la problemática minero ambiental existente ha motivado que las correspondientes mesas de diálogo no se pudiesen realizar.

- EcoNegocios Escolares

Por segundo año consecutivo la Empresa viene trabajando el Programa de EcoNegocios Escolares con el apoyo del Instituto de Promoción del Desarrollo Sostenible (IPES), el Ministerio de Educación y el Ministerio del Ambiente. El objetivo es fortalecer las capacidades en conocimiento de la realidad, el funcionamiento del mercado, la administración económica sostenible con el ambiente y las habilidades gerenciales y de liderazgo.

El 'Voluntariado COPEINCA', al que se incorporaron 15 nuevas personas, participa en el desarrollo de cada uno de los Econegocios que apoya la Empresa. La asesoría se realiza virtualmente a través de una web creada específicamente para la iniciativa.

Principales indicadores de Econegocios Escolares		
	2010	2011
Instituciones Educativas capacitadas	33	49
Horas de capacitación impartidas	2,598	3,216
Instituciones Educativas beneficiadas	10	16
Alumnos beneficiados directamente	210	245
Alumnos beneficiados indirectamente	4,200	7,200
Familias beneficiadas	3,000	4,800
Horas de voluntariado	105	117
Inversión	USD 5,727	USD 10,300

- Gestión con las APRO's

El aliado estratégico más importante a nivel gremial en cada uno de los puertos pesqueros donde está presente COPEINCA son las Asociaciones de Productores de Harina y Aceite de Pescado (APRO's). Estas APRO's cuentan con un plan de desarrollo anual en el cual se planifican diferentes actividades que buscan generar bienestar social y ambiental en las comunidades.

Etapas de constitución de las APRO's a las que pertenece COPEINCA.

APROS	Representante	Personería Jurídica	Lineamientos misión, visión y objetivos
APROCHICAMA			
APROSUR			
APROCHIMBOTE			
APROSECHURA			
APROCHANCAY			

A la fecha todas las APRO's han realizado un diagnóstico inicial en la zona donde operan para definir su plan de desarrollo, identificando los principales Grupos de Interés que serán beneficiados. También, a lo largo del año, se han realizado diferentes monitoreos de las actividades programadas.

En la actualidad, COPEINCA preside APROCHIMBOTE y gracias al dinamismo de la gestión se ha podido ejecutar a tiempo y de acuerdo a los compromisos un emisor submarino común a todas las empresas pesqueras de la zona. Este emisor pretende verter los efluentes pesqueros fuera de la bahía con el principal objetivo de contribuir a protección ambiental de la zona. El proyecto será ejecutado durante 2012, quedando 100% operativo para finales de 2013. Otra APRO presidida por COPEINCA es APROSECHURA que, tal como indica el cuadro 15, aun está en su etapa de establecimiento de personería jurídica por lo que aun no se han podido llevar a cabo grandes proyectos e inversiones. Las empresas pesqueras asociadas deben pagar mensualmente una cuota para lograr que el plan de desarrollo funcione adecuadamente. Durante el 2011, COPEINCA ha aportado en este concepto USD 80,029.

- Proyecto Stromme en la comunidad '27 de Octubre' de Chimbote

Uno de los grandes objetivos cumplidos ha sido la realización del primer diagnóstico participativo en la comunidad 27 de Octubre, con el levantamiento de la línea base y la definición de las necesidades de la localidad. Las principales conclusiones del diagnóstico arrojan una débil cultura organizacional y una ausencia de instrumentos de gestión para lograr su desarrollo. Con este estudio, y durante el 2012, COPEINCA iniciará los trabajos en beneficio de la comunidad.

El aliado estratégico más importante a nivel gremial en cada uno de los puertos pesqueros donde está presente COPEINCA son las Asociaciones de Productores de Harina y Aceite de Pescado (APRO's). Estas APRO's cuentan con un plan de desarrollo anual en el cual se planifican diferentes actividades que buscan generar bienestar social y ambiental en las comunidades.



3 Proveedores

En el 2011, la Gerencia de Logística continuó con la gestión de compras a través de la plataforma Ebiz Latin, la capacitación de proveedores en su uso y la integración de los procesos de compras, almacenes, contabilidad y tesorería, en las siguientes actividades:

- Registro de proveedores.
- Pedidos de compra (visualización y aceptación en el portal).
- Confirmación de recepción de mercadería, registro y visualización del estatus de las facturas.
- Programa y confirmación de pagos.
- Impresión de certificados de retenciones.
- Concursos de precios por subasta electrónica.

De los que se obtienen los siguientes beneficios:

- Reducción de los costos de aprovisionamiento – carga operativa.
- Reducción del ciclo de compras.
- Incremento en el nivel del servicio a nuestros clientes internos.
- Reducción en el empleo de papel.
- Mejorar nuestra relación comercial con proveedores.
- Información visualizada on line.
- Reducción en la carga manual de facturas (en proceso de mejora).
- Reducción del proceso de emisión de certificados de retención.

En este periodo comenzaron las pruebas para registrar los materiales en tránsito a las plantas, a través de las guía de remisión del proveedor que luego se reflejan en el módulo SAP. A partir de 2011 se incluyó la gestión y protección ambiental, y la seguridad y salud ocupacional, como cláusulas obligatorias en los contratos con los proveedores, verificándolas previo ingreso a las instalaciones de la Empresa.

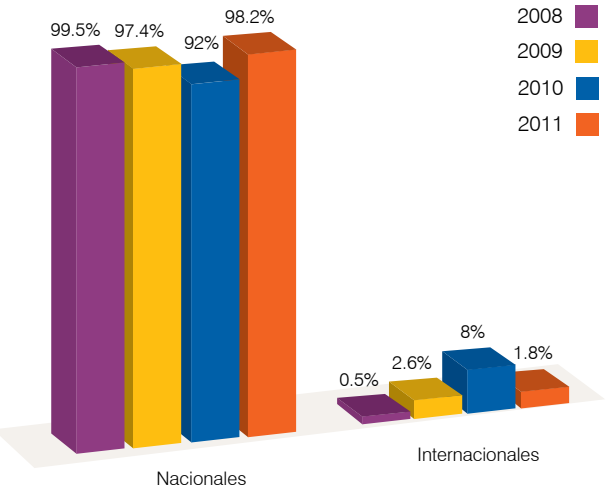
El registro de las operaciones del Área de Logística se realiza con el Módulo MM – SAP, con el que se logran varias mejoras referentes al registro de información, su actualización y la carga de lead time por materiales para la atención a sus usuarios.

A partir de 2011 se incluyó la gestión y protección ambiental, y la seguridad y salud ocupacional, como cláusulas obligatorias en los contratos con los proveedores.

Compra de materiales

Las necesidades de insumos, servicios o equipos se concretan a través de proveedores nacionales o internacionales dependiendo del requerimiento. Tal como se aprecia en el siguiente cuadro, la gestión de compras durante el 2011 registro una disminución de la demanda de proveedores extranjeros debido a la finalización de los proyectos de inversión ejecutados durante el 2010.

Porcentaje de Compras Nacionales e Internacionales





PRODUCTO

Producto

Las vedas del inicio de la temporada de pesca del 2011, por la alta presencia de juveniles, provocó la dificultad en la disponibilidad del recurso y la falta de stock en la mayoría de los productores. Esto motivó el incumplimiento de los compromisos adquiridos y el rápido incremento del precio FBO de la harina a USD 1,900 por tonelada, niveles similares a los del 2010 con el terremoto de Chile. Posteriormente, el precio se fue corrigiendo entre los USD 1,300 y USD 1,400 por tonelada para la calidad Super Prime.

Poco antes de comenzar la temporada de setiembre – octubre, con expectativas poco optimistas para la pesca, las autoridades peruanas establecieron una cuota más alta de lo usual, que resultó en una de las mejores temporadas de pesca de los últimos años. Esta situación generó un ajuste en el precio de la harina, que cerró el año en niveles FOB de unos USD 1,250 por tonelada para Super Prime. El aceite también alcanzó su pico más alto al inicio del año, llegando a cotizarse por encima de los USD 1,900 por tonelada para el aceite tipo Aqua, y USD 1,300 para el Omega, de consumo humano directo (normalmente la cotización de este aceite es USD 50 más que el Aqua).

El año 2011 estuvo marcado por los altos stocks de Harina en China y la recuperación de la oferta, ayudada por una de las cuotas más largas de pesca con unas 9 semanas de duración. Esos stocks y el retraso de la temporada acuícola motivaron que la demanda de China comenzase relativamente tarde en el 2011. A su vez, la rápida recuperación del salmón en Chile, generó mayores consumos en la harina de pescado en comparación al 2010.

En Europa y Japón los consumos se mantuvieron bajos, por la sustitución de la harina de pescado por otras proteínas en las fórmulas de los productores europeos, y por el terremoto que en marzo del 2010 sufrió el país asiático.

La harina de pescado es una de las mejores fuentes de energía concentrada para la alimentación de animales, contiene aminoácidos, grasa rica en ácidos grasos como Omega 3 y EPA + DHA, indispensables para el crecimiento y desarrollo de los animales.

Además de la demanda en la acuicultura, el aceite, también con buenos niveles en Omega 3, tiene alta demanda dentro de la nutrición humana, usándose para la fabricación de suplementos alimenticios.

Destinos y usos de la harina de pescado

País / región	Usos
China	Chachos
	Acuicultura
	Pollos
Indonesia y Vietnam	Camarones
	Acuicultura
Europa	Salmón
	Trucha
Chile	Salmón

1 Principales productos

Harina de Pescado

Es un concentrado de proteínas a base de anchoveta, presentado en forma de polvo fino y dirigido a la alimentación animal. Según el proceso de secado, existen dos tipos de harina:

- *Steam Dried* (SD): su secado es por transmisión de calor, pero la llama no hace contacto con el producto.
- *Flame Dried* (FD): secado en el que el producto se pone a fuego directo.

El tiempo de vida comercial de la harina de pescado es de un año, para tiempos mayores se debe incluir entre 500 y 600 ppm de antioxidantes. Las fechas de fabricación y producción del producto van impresas en todos los sacos, y las marcas se realizan al momento de la producción. Existen mercados como el de China que exigen, además, marcas especiales en las que se incluyen especificaciones de la calidad del producto: proteínas, TVBN, histamina, sal o arena, así como los números de registros de las plantas. En Europa también exigen que se mencione que no es apto para el consumo humano o que la harina no

Como parte del plan de inversión en las plantas y flota iniciado en el 2011, COPEINCA uniformizó el proceso de secado en las 5 plantas convirtiéndolas en un proceso *Steam Dried* de 3 etapas.

contiene restos de huesos de mamíferos. Para todos los embarques y sobre todo para el caso de los que son a granel sin sacos, la fecha de producción es indicada en el Preshipment Survey Report, emitido para una certificadora.

Como parte del plan de inversión en las plantas y flota iniciado en el 2011, COPEINCA uniformizó el proceso de secado en las 5 plantas convirtiéndolas en un proceso Steam Dried de 3 etapas: Rota Disco + Rota Tubo + Aire Caliente; con el fin de ofrecer a los clientes un producto homogéneo y de mejor calidad.

Aceite de Pescado

Es la grasa contenida en la anchoveta que se extrae durante el proceso de producción de la harina de pescado. Para ello se prensa el producto, se centrifuga, separando el agua del aceite y se pule con el objetivo de extraer las lipoproteínas. Este producto es conocido como aceite crudo de pescado con un alto contenido de ácidos grasos esenciales (Omega 3). El aceite no tiene fecha de caducidad específica que acompañe al producto y tampoco se incluyen sustancias adicionales, su calidad depende del uso que se le dé y de los parámetros específicos del producto al momento del embarque como su acidez, anisidina y peróxido, entre otros. A menor porcentaje de ellos la solidificación es más lenta y se obtiene una mejor calidad del producto. La fecha de producción, en cambio, sí se indica en los documentos de exportación.

En el siguiente cuadro se detallan los procesos de evaluación a lo que están sujetos tanto la Harina como el Aceite de Pescado de acuerdo a cada etapa de su ciclo de vida.

Etapas de evaluación del Aceite y la Harina de Pescado

	SI	NO
Desarrollo de concepto del producto	X	
Investigación y Desarrollo	X	
Certificación	X	
Fabricación y Producción	X	
Marketing y Promoción		X
Almacenamiento, distribución y suministro	X	
Usos y servicios	X	
Disposición, reutilización y reciclaje	X	X

Para la mitigación de los impactos ambientales se elabora la Matriz de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (IPER) donde se identifican los impactos y las medidas de control que se deben realizar.

Controles de impactos identificados según el producto

PRODUCTO	ASPECTO AMBIENTAL ESPECÍFICO	CONTROLES
Harina de pescado	Generación de finos de harina	* Uso de sacos de polipropileno de alta densidad * Uso de mantas protectoras sobre los lotes almacenados en pampa
Harina de pescado	Generación de olores	* Uso de materia prima fresca * Mantener limpias la mayor cantidad de áreas de almacenamiento y producción "
Harina de pescado	Generación de RRSS no peligrosos	* Reciclaje de sacos de polipropileno de alta densidad
Harina de pescado	Potencial incendio	* Adición de antioxidante. * Plan de Emergencia * Uso de la hoja de seguridad"
Aceite de pescado	Potencial derrame de aceite de pescado	* Plan de emergencia * Sistema de contención antiderrame durante el almacenamiento * Uso de la hoja de seguridad"



del país, se incluye una licencia o registro especial para su exportación, es el caso de China, Taiwán o Rusia.

Para la comercialización del aceite se separan el dirigido a la acuicultura y al consumo humano, u Omega 3 que para su venta requiere un porcentaje mayor o igual al 30% de ácidos grasos esenciales, distribuidos normalmente en un 18% de EPA y un 12% de DHA, aunque otros porcentajes son comercializados dependiendo del mercado y el uso final.

COPEINCA se encarga no solo de abastecer de harina y aceite de pescado, dependiendo de los incoterms, puede supervisar y coordinar la logística de la carga hasta el momento del embarque, y su seguimiento hasta la llegada a destino final.

Documentos para la exportación de la carga:

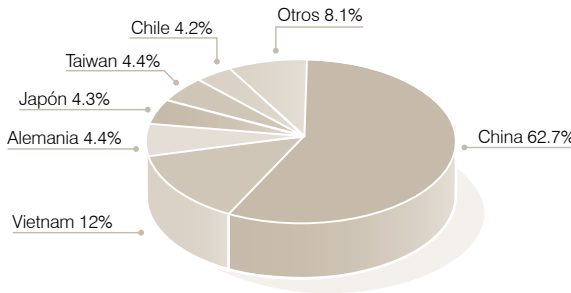
Pre Embarque	
Certificado de Pre Embarque	Harina y Aceite (Surveyor)
Certificado de carga no peligrosa	Harina (Surveyor)
Certificado de análisis colera	Harina (Surveyor)
Instrucciones al surveyor	Harina y Aceite (Copeinca)
Instrucciones al agente de aduanas	Harina y Aceite (Copeinca)
Dangerous Goods Declaration (Formato IMO)	Harina (Naviera)
Proyecto Preliminar ITP	Harina y Aceite (Surveyor)
Post Embarque	
Certificado de Origen	Harina y Aceite (Cámara de Comercio)
Certificado Sanitario	Harina y Aceite (ITP)
Certificado de Análisis	Harina y Aceite (Surveyor)
Lista de Empaque	Harina y Aceite (Surveyor)
Conocimiento de Embarque (Bill of Lading)	Harina (Naviera)
Factura Comercial	Harina y Aceite (Copeinca)

2 Mercado Mundial

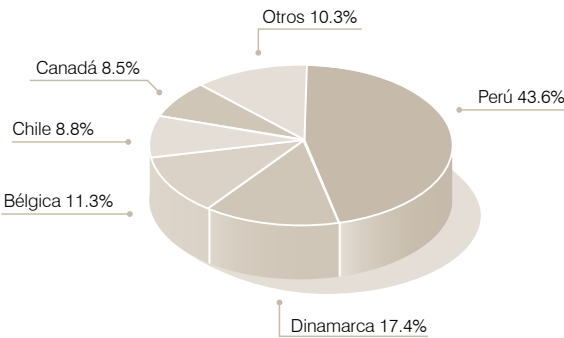
China, con un 63%, fue el principal destino en el 2011 de la harina de pescado producida por COPEINCA, aumentando considerablemente las cifras del año anterior debido a la captación de nuevos clientes en dicho país. Los siguientes destinos le siguen a distancia, e incluyen a Vietnam, Taiwán, Alemania, Japón y Chile con participaciones del 12%, 4.43%, 4.37%, 4.29% y 4.16% respectivamente, destacando la disminución del consumo japonés debido al terremoto de marzo del 2011.

En cuanto al aceite de pescado, el mercado local fue el principal comprador en el 2011 con un 43.57%, seguido de Dinamarca con 17.38%, Bélgica con 11.35%, Chile con 8.79% y Canadá con un 8.53%. Es usual que el aceite se compre localmente a través de traders que se encargan, a su vez, de exportar el producto, ya sea en el mismo estado o transformado.

Principales destinos de Harina de Pescado 2011



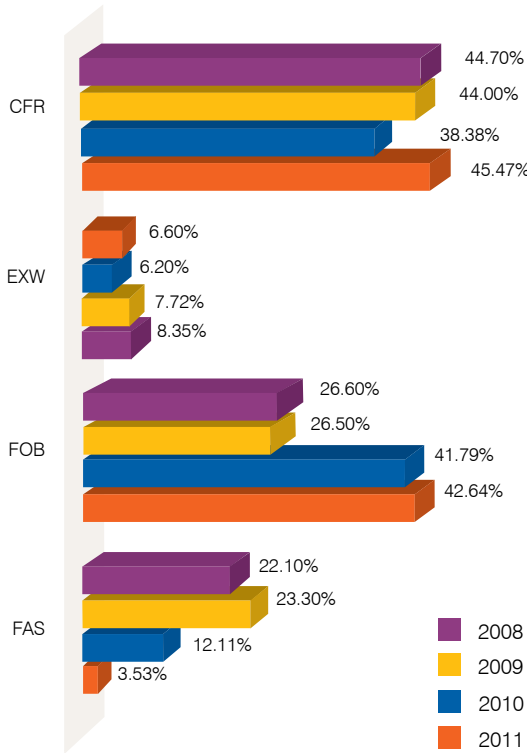
Principales destinos de Aceite de Pescado 2011



3 Distribución de ventas

La distribución de las ventas en función a los términos de entrega internacionales se concentra, principalmente, bajo los Incoterms FOB y CFR tal como se muestra en el siguiente cuadro.

Distribución de las ventas en función a la entrega

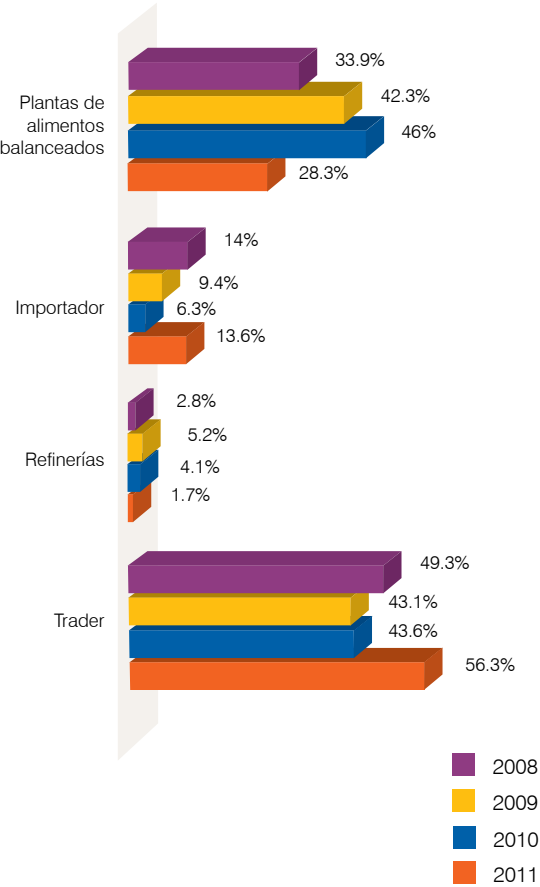


4 Perfil de Clientes

El 56% de las ventas realizadas durante el 2011, frente a un 46% del año anterior, se realizaron a traders. A su vez, las ventas a plantas de alimento balanceado representaron el 28%, considerablemente menor que el 46% obtenido en el 2010, debido al incremen-

to de esas ventas a traders, en su mayoría a China. El resto de la producción se dividió entre importadores y refinerías de aceite, que representan porcentajes de participación del 13.62% y 1.72% respectivamente. Las ventas de aceite van a refinerías locales quienes realizan diferentes procesos del producto antes de ser exportado a otros mercados.

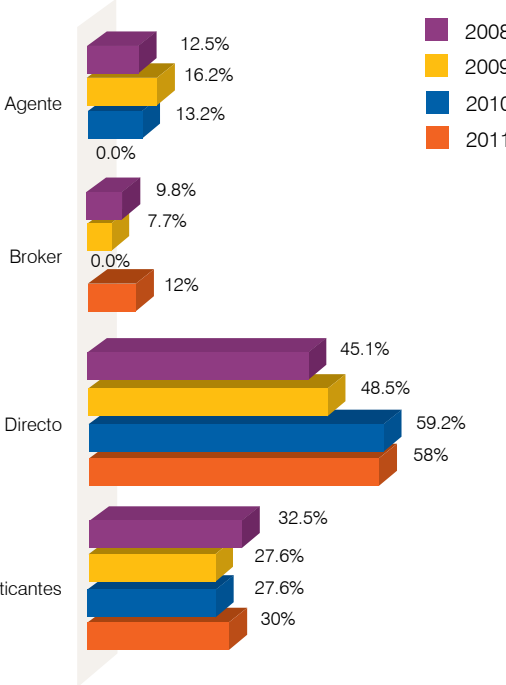
Perfil del Cliente



5 Canales de Distribución

La mayoría de las ventas realizadas durante el 2011, un 58% del total, se realizaron de forma directa, mientras que las ventas a través de representantes y brokers fueron del 30% y el 12% respectivamente.

Canales de Distribución



6 Encuesta de Satisfacción al Cliente

Por tercer año consecutivo COPEINCA realizó una encuesta on-line de Satisfacción al Cliente. Dicha encuesta fue realizada por Ipsos Apoyo a todos los clientes directos así como a los canales de negociación más importantes del 2011 a nivel mundial y permite a la empresa observar y analizar respuestas por tipo de contacto, tipo de producto, región, volumen, tipo de cliente, etc.

En cuanto a los resultados de la encuesta, el resultado general es que los clientes de COPEINCA se encuentran satisfechos con el desempeño de la empresa, habiendo mejorado el indicador con respecto a los dos años anteriores subiendo de 7.8 y 7.7 en el 2009 y 2010 respectivamente a 8.0 en el 2011, siendo 10 la máxima puntuación. Un tema importante corresponde al indicador de reclamos y a la solución de los mismos, variable que ha mejorado considerablemente respecto a los años anteriores (de 7.0 en 2010 a 8.0 en el 2011). Cabe destacar que 7 de cada 10 entrevistados considera a COPEINCA como dentro del Top 3 como proveedor de harina y aceite de pescado.



PL

PLANETA

TA

El 2011 ha sido un año de retos para COPEINCA. La puesta en marcha de las embarcaciones Incamares, los barcos pesqueros más grandes del Perú, cuentan con una tecnología que logra mayor eficacia en la actividad pesquera mejorando la preservación del recurso marino. También se han hecho mejoras en las condiciones de las chatas lo que ha permitido descargas simultáneas mejorando de esta manera el rendimiento de la faena de pesca.

Finalmente se culminaron los trabajos de ampliación de las plantas de Chimbote y Chancay, y se cerró la de Huarney con lo que la Empresa se queda con cuatro plantas grandes en el centro – norte del país y una mediana en el sur. En Bayóvar, se están realizando pruebas para implementar un sistema de descarga de agua dulce que evitará la contaminación del mar por materia orgánica. Durante el 2011, todas las plantas han trabajado con tecnología Steam Dried, registrando ahorros en combustible y mejorando la eficiencia operativa, lográndose un 13% menos de emisiones de gases de efecto invernadero al ambiente por tonelada de harina producida.

El Sistema Integrado de Gestión avanza según lo programado, las plantas de Chicama e Ilo están certificadas con las normas ISO 14001 y OHSAS 18001, y para el 2013 todas las demás sedes contarán con estos estándares de gestión. Además todas las plantas cuentan con la certificación IFFO de suministro responsable y con la GMP+B2 de seguridad alimentaria.

Sistema Integrado de Gestión de COPEINCA .

GESTIÓN DE CALIDAD	GESTIÓN AMBIENTAL	GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL	GESTIÓN DE COMERCIO SEGURO	GESTIÓN RESPONSABLE CON EL RECURSO
				
<ul style="list-style-type: none">• Todas las plantas certificadas.• 0% incidencia de patógenos o contaminantes.	<ul style="list-style-type: none">• USD 50 millones de inversión en gestión de efluentes y emisiones.• Plantas certificadas: Chicama e Ilo.• 2013: Bayóvar, Chimbote y Chancay.	<ul style="list-style-type: none">• Reducción del índice de accidentabilidad en 8%.• Inicio del Programa ACTUA• Plantas certificadas: Chicama e Ilo.• 2013: Bayóvar, Chimbote y Chancay.	<ul style="list-style-type: none">• Todas las plantas certificadas.• 0% incidentes.	<ul style="list-style-type: none">• Todas las plantas certificadas.• 0 Reporte de ocurrencias por incumplimiento legal.

Hacia finales de año, se divulgó un reportaje en No-ruega relacionado a los orígenes de la producción del Aceite de Pescado y la contaminación ambiental que se genera en algunas fábricas pesqueras peruanas a partir de esta producción. COPEINCA fue la única empresa pesquera peruana que recibió abiertamente al medio de prensa que realizaba dicho reportaje, sin embargo este reportaje no se ajusta a la realidad ni utiliza la información que en su momento fue presentada por la gerencia de la empresa.

COPEINCA es respetuosa de la libertad de expresión, sin embargo consideramos que la información vertida por dicho medio de prensa no fue objetiva ya que dista mucho del desempeño de la empresa.

1 Principales inversiones ambientales

Durante el 2011 se concluyeron diferentes proyectos de mejora, innovación y cambio tecnológico que se iniciaron a finales de 2009. En total se han invertido más de USD 14 millones en proyectos tecnológicos en las sedes y cerca de USD 3 millones en mejoras ambientales.

2 Impacto en la biodiversidad

COPEINCA opera en las bahías de Sechura e Ilo, desarrollando una gestión ambiental adecuada según las necesidades de cada zona, sin reportarse impactos significativos en la biodiversidad marina, tal y como exige la certificación IFFO.

La planta de Bayóvar se ubica cerca al Área Natural Protegida Illescas (RM 251 – 2010 – MINAM) y con la finalidad de minimizar el impacto negativo sobre las especies endémicas y migratorias existentes, se están desarrollando medidas de prevención como la implementación de la Planta de Tratamiento de

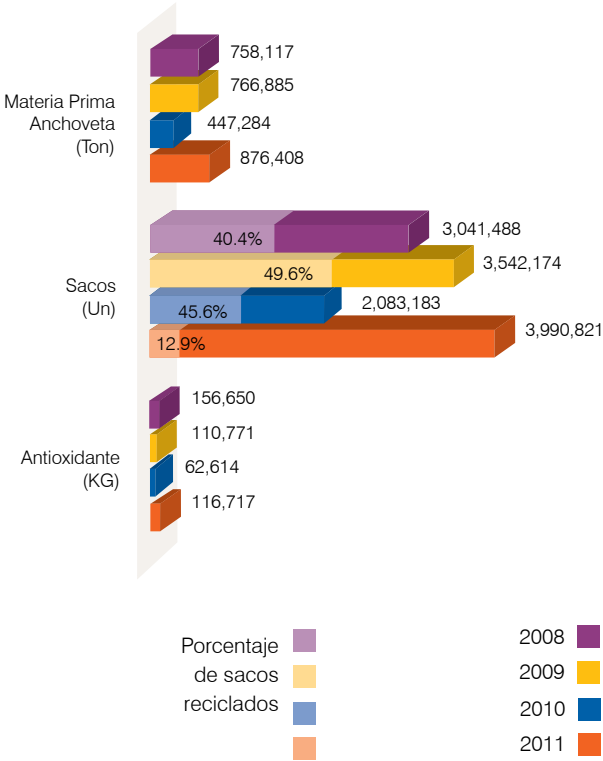
Efluentes Domésticos (PTAR) con la que se evitan el vertido de efluentes y la contaminación del mar, y el control biológico para evitar el ingreso de aves a las áreas productivas.

Muchas de las acciones para la protección de la biodiversidad de la bahía se deciden en la Mesa de Diálogo implementada en el 2011 y en la que participan las principales empresas que operan en la zona, representantes del Estado y comunidades locales.

3 Materiales utilizados

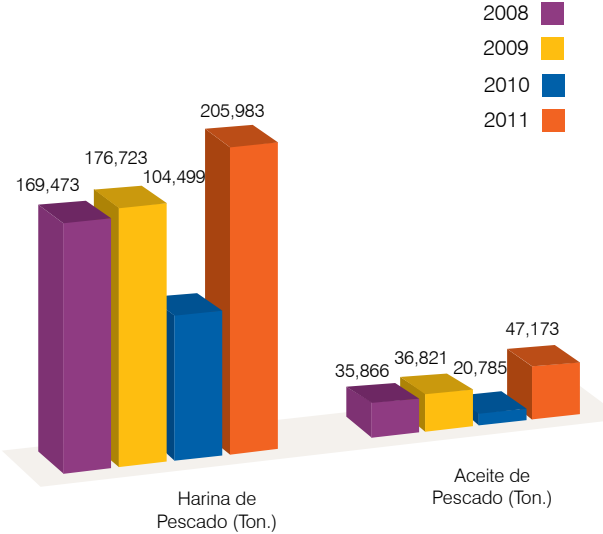
Los principales insumos en el proceso productivo son la anchoveta, los sacos y los antioxidantes.

Materia Prima, Materiales Reciclados



Durante el 2011 ha habido un importante incremento en la captura de anchoveta que se reflejó en el aumento del consumo de antioxidantes y de sacos. Durante ese año, el 12.9% de sacos utilizados fueron de segundo uso, es decir, aquellos que han sido reciclados luego de los embarques a granel.

Data de Producción

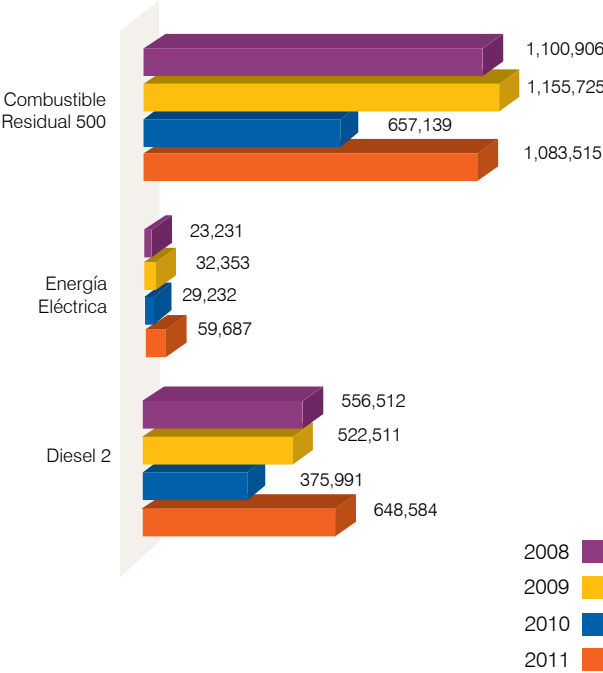


4 Generación de energía

Las principales fuentes de energía directa del proceso productivo son el diesel 2 para los grupos eléctricos y la flota pesquera, y el petróleo residual (búnker 6) para abastecer las plantas productoras. La energía indirecta (no renovable) proviene de la electricidad adquirida en la red pública de Hidrandina, EDELNOR, Luz del Sur y Electro Sur.

Durante el 2011 se concluyeron diferentes proyectos de mejora, innovación y cambio tecnológico que se iniciaron a finales de 2009. En total se han invertido más de USD 14 millones en proyectos tecnológicos en las sedes y cerca de USD 3 millones en mejoras ambientales.

Generación de Energía (GJ)



El consumo energético se ha incrementado en el 2011 debido a los mayores niveles de captura de anchoveta. Esto ha generado un aumento en la emisión de gases de invernadero, pasando de 87,781 toneladas métricas de CO2 equivalente en el 2010, a 150,657 toneladas en el 2011. Lo más destacable es que el ratio de emisión de CO2 equivalente por tonelada de harina de pescado producida, ha disminuido del 0.51 al 0.45 en el 2011 gracias a los sistemas de eficiencia energética implementados en las plantas.

Emisiones de gases:

CONCENTRACIONES ANUALES (MG/M³)																
Plantas	Material Particulado					Sulfuro de Hidrógeno (H₂S)					NOx**			SO2**		
	2009		2010		2011	2009		2010		2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
	SD	FD	SD	FD	SD	SD	FD	SD	FD	SD						
Bayóvar	7.2	82.275	NM	NM	39.3	< 0,009	0.01	NM	NM	0.1	118.2	NM	227.0	0.8	NM	794.5
Chicama	25.34	436.73	16.36	SE	6	0.045	ND	0.13	SE	1.5	228.6	53.59	309	861.8	307.9	703.7
Chimbote	ND	169.85	11.85	SE	21.4	N	0.019	0.99	SE	1.6	227.8	247.5	334.3	1034.3	1749.5	920.9
Chancay	6.835	-	8.125	-	7.8	0.61	-	ND	-	0.2	190.2	NM	130	632.2	NM	743.2
Ilo	NM	NM	28.2	-	42.1	NM	NM	ND	-	0.8	NM	214.4	189.4	NM	ND	1393.1
N.M	No monitoreado					*Desde el 2011 ninguna planta cuenta con la linea de produccion secado a fuego directo (FD).										
N.D	Concentración no detectable					**La fuentes monitoreada para determinar estas emisiones fueron los calderos.										
S.E	Sin Emisiones															

Como todos los años se realizaron mejoras en la eficiencia energética según el Programa de Producción Más Limpia (PML) que se desarrolla en cada planta.

Actividades del Programa de Producción Más Limpia:

PLANTA	PROYECTO	AVANCE
Bayóvar	Conversión de la planta a SD con capacidades de producir 170 tm/hr	100%
Chicama	Reemplazo de calderas de 3 pasos a 4 pasos	100%
Chimbote	Conversión de la planta a 250 tm/hr bajo sistema SD	100%
	Instalacion de lavadores de vahos para secadores, pacs, cocinas, prensas y equipos de caldos	100%
	Instalación de Sistema de Bombeo al vacío	100%
	Reemplazo de calderas de 3 pasos a 4 pasos	100%
	Reubicación de sala de caldos	100%
Chancay	Conversion de la planta a SD con capacidad de 180 tm/hr	100%
	Reemplazo de calderas de 3 pasos a 4 pasos	100%
	Instalación de lavadores de vahos para secadores, pacs, cocinas, prensas y equipos de caldos.	100%
	Se instalo el sistema de Planta de Agua de Cola	100%
Ilo	Instalacion del Sistma de recuperación de Agua de Bombeo (recuperación de sólidos y grasas en suspensión)	100%
	Reemplazo de calderas de 3 pasos a 4 pasos	100%



Como parte del compromiso ambiental, COPEINCA ha implementado una serie de iniciativas en todas las sedes para disminuir los consumos energéticos y contribuir con el cuidado del ambiente.

Bayóvar

Se han realizado compañías para el ahorro de energía eléctrica. Así, durante los períodos de veda, los grupos electrógenos permanecen apagados entre las 7 am y las 6 pm, y en la temporada de producción no se utilizan cuando no hay materia prima en planta.

Chicama

Se han cambiado los monitores de cómputo de tecnología CRT a LCD generando un menor consumo de energía. También se han desarrollado campañas de concientización sobre ahorro de energía y se han sustituido todas las iluminarias por focos ahorradores.

Chancay

Se ha continuado con el mantenimiento y reposición de fluorescentes ahorradores, así como la sensibilización para el buen uso de los equipos de cómputo.

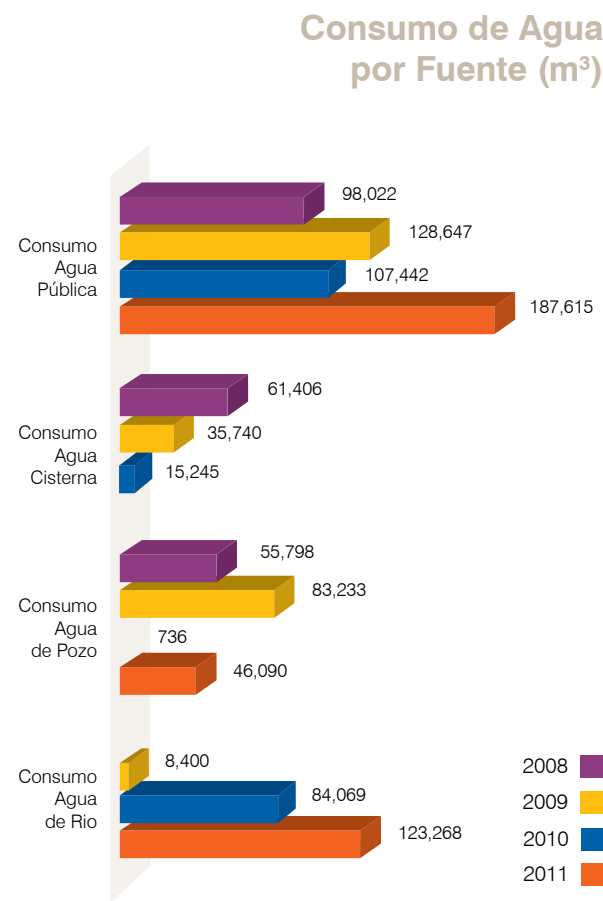
Chimbote, Ilo y Lima

Se han cambiado los monitores CRT a LCD, se han realizado campañas de ahorro energético y se han implementado los ambientes de trabajo con iluminarias ahorradoras.

Como parte del compromiso ambiental, COPEINCA ha implementado una serie de iniciativas en todas las sedes para disminuir los consumos energéticos y contribuir con el cuidado del ambiente.

5 Consumo de agua

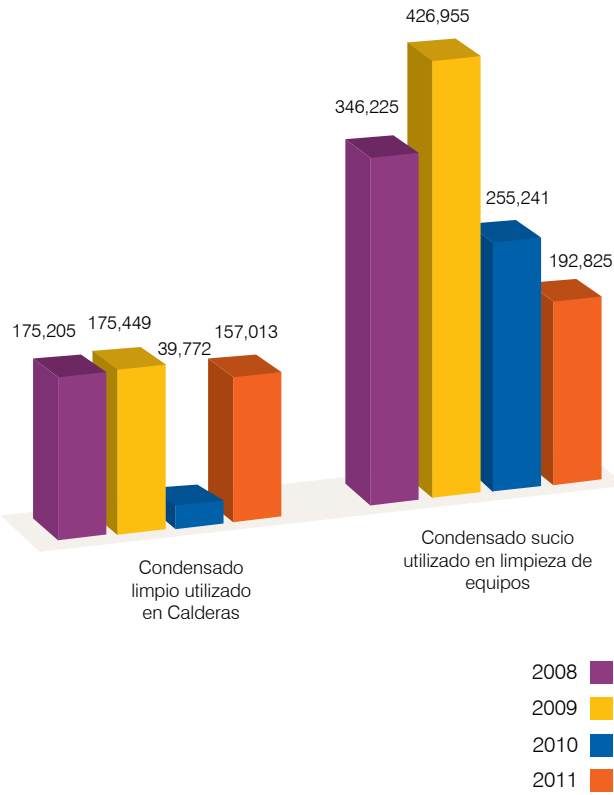
Las principales fuentes de agua que abastecen las plantas provienen de la red pública y de los pozos propios, sin embargo en la planta de Chimbote hay un consumo de agua de río desde el 2009 cuyo uso se ha incrementado en el 2010 y el 2011.



El consumo de agua por tonelada de harina de pescado ha disminuido de 1.99 m³ en el 2010 a 1.87 m³ en el 2010, lográndose que el 44% del agua utilizada sea reutilizada en calderas (condensado limpio) y limpieza de equipos (condensado sucio). En total se han consumido 356,973 m³ de agua en el 2011 sin que ninguna fuente de abastecimiento se vea perjudicada, y se han vertido 1,697,458 m³ al mar.

El consumo de agua por tonelada de harina de pescado ha disminuido de 1.99 m³ en el 2010 a 1.87 m³ en el 2011, lográndose que el 44% del agua utilizada sea reutilizada en calderas y limpieza de equipos .

Total de Agua Reutilizada (m³)



Los efluentes industriales están conformados por el agua de descarga, utilizada como medio de transporte de la materia prima, desde la chata o muelle hasta la planta. Esta agua de bombeo se inicia con la bomba ecológica TRANSVAC, en donde la relación de agua y materia prima es 1:1 como máximo, y por tanto los volúmenes de agua a tratar son menores que con el uso de bombas tradicionales. Luego sigue la recuperación de los sólidos mayores a 0.5 o 1 mm (dependiendo de las plantas) en los tambores rotatorios llamados Trommel. Estos sólidos son almacenados y posteriormente insertados al proceso, junto con la materia prima.

La recuperación de grasa se realiza a través de celdas de flotación, en donde por aplicación de micro burbujas de aire la lleva a la superficie. El efluente resultante todavía cuenta con grasas y sólidos, por lo que es trasladado hacia un tanque colector de espuma, la cual es calentada, para después pasar a una separación de sólidos por medio de separadores, y una separación de grasas por medio de centrífugas. Los sólidos recuperados son adicionados al proceso de elaboración de harina de pescado, y el aceite recuperado es almacenado. El efluente final se envía hacia al cuerpo receptor mediante un emisor submarino.

Como se observa en el cuadro, las mejoras y eficiencias implementadas desde el 2009 se ven reflejadas en la significativa disminución de las concentraciones de aceites, grasas, sólidos suspendidos y DBO₅ que se monitorean regularmente a través de un laboratorio externo acreditado.

Concentraciones del efluente final.

CONCENTRACIONES ANUALES (MG/M³)									
Plantas	Aceites y Grasas promedio			DBO ₅			Sólidos suspendidos totales (SST)		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Bayóvar	3,061	2,995	1,549	28,597	28,698	16,895	13,717	14,983	5,045
Chicama	3,719	1,323	309	28,805	13,136	3,925	14,253	6,930	3,504
Chimbote	4,593	2,040	2,152	38,109	21,573	13,015	15,642	10,569	6,095
Chancay	3,440	1,633	1,829	20,483	8,475	7,188	7,016	7,148	5,271
Ilo	5,144	943	1,589	14,170	3,950	12,588	7,325	2,597	3,167

Las mejoras y eficiencias implementadas desde el 2009 se ven reflejadas en la significativa disminución de las concentraciones de aceites, grasas, sólidos suspendidos y DBO₅ que se monitorean regularmente a través de un laboratorio externo acreditado.

En el 2010 se iniciaron los trabajos para la construcción de plantas de tratamiento de efluentes domésticos en las plantas de Chicama, Bayóvar e Ilo, con el principal objetivo de tratar los efluentes domésticos y reutilizar dichas aguas internamente para riego de áreas verdes. En el 2011 se ha logrado destinar 9,380 m³ de agua a más de 4,000 m² de aéreas verdes en las plantas.

6 Gestión de los

Residuos Sólidos

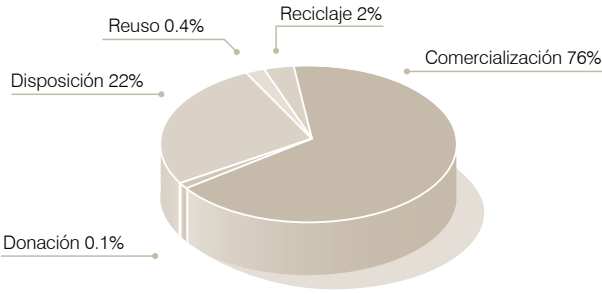
COPEINCA cuenta con un Procedimiento de Residuos Sólidos Corporativo que rige la gestión de todos los residuos generados en planta. En el 2011 ha habido un incremento de residuos peligrosos debido a la culminación de los proyectos de ampliación de las plantas, que generaron mayores consumos de oxidantes y de emisiones de hollín.

Para gestionar adecuadamente los residuos sólidos se trabaja con Green Care la disposición final de los restos peligrosos en un relleno de seguridad, y los no peligrosos son gestionados a través de un convenio con la Municipalidad de cada zona. En caso de contar con residuos reaprovechables, estos pueden seguir distintos tratamientos:

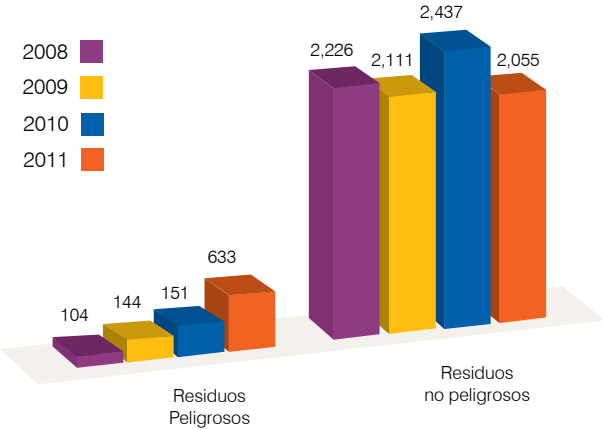
- Recuperación (interna): cilindros metálicos, sacos de sal en desuso, llantas de caucho reutilizables, mantas en desuso o restos de madera.
- Venta a terceros: chatarra, flotadores de PVC, paños de red, sacos de harina en desuso, residuos de madera, borras de aceite de pescado o residuos orgánicos de proceso.
- Donación interna o externa: residuos de cartón y papel, residuos de vidrio, filtros de aire en desuso, etc.

Como empresa eficiente, COPEINCA busca reducir al máximo los volúmenes generados de residuos sólidos, logrando que el 76% de los mismos reciban un tratamiento.

Porcentaje de Reuso de Residuos Sólidos



Residuos Sólidos (Ton.)



ANEXOS

1 Valoramos tu Opinión

Informe de Sostenibilidad 2011

Es importante para nosotros contar con su opinion, sirvase llenar esta esta pequeña encuesta y remitirla a nuestras oficinas:
Calle Francisco Graña 155. La Victoria. Por fax al 2134030. Al correo: pamayo@copeinca.com.pe

1. Indicar el Grupo de Interés que mas se ajusta a su perfil

Comunidad

Colaboradores

Proveedores

Flota Terceros

Clientes

Estado

Prensa

Sector Financiero

Accionistas

2. Este documento contiene el desempeño económico, social y ambiental de COPEINCA, como calificarías cada uno de estos desempeños de acuerdo al contenido del informe.

	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
Económico				
Social				
Ambiental				

	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
Opinión general				
Calidad del contenido				
Interés del contenido				
Redacción y Lenguaje				
Diseño				

4. ¿Qué comentarios adicionales o sugerencias puede hacernos para mejorarlo?

5. Si quisiera seguir recibiendo documentos similares de la empresa, favor dejenos su información para poder contactarlo.

Nombre y Apellido:

Dirección:

Localidad:

Provincia:

País:

Teléfono:

Correo electrónico:

2 Verificación Externa



Carta Third Party Checked - Reporte de Sostenibilidad 2011 de Copeinca

Lima, 16 de mayo de 2012

Sres.
Corporación Pesquera Inca S.A.
La Victoria
Lima.-

De nuestra consideración:

La presente carta tiene como fin realizar la Verificación de Tercera Parte (o Third Party Checked) para confirmar el cumplimiento del nivel A del Reporte de Sostenibilidad 2011 de la Corporación Pesquera Inca S.A. (Copeinca), de acuerdo a lo establecido por la *Global Reporting Initiative* (GRI), primer estándar global para la elaboración de reportes de sostenibilidad.

Cabe resaltar el compromiso que muestra Copeinca con la gestión sostenible y la transparencia de la información, hecho que se demuestra con la publicación de reportes de sostenibilidad desde el año 2005 y con el reto de aplicar al nivel A según la GRI para el informe del ejercicio 2011. Esto significa un avance significativo en el reporte de temas e indicadores de responsabilidad social así como en el establecimiento de mayores metas de desarrollo sostenible.

Nuestra verificación externa se basó en una revisión y análisis detallados del informe conforme a los lineamientos de la "Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad" de la GRI versión G3.

Este análisis, contempló los siguientes puntos:

- ✓ La revisión del cumplimiento de los principios de calidad y contenido de la GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad.
- ✓ La confirmación de la calificación A, de acuerdo al cumplimiento de los indicadores reportados necesarios para alcanzar dicho nivel.
- ✓ Sugerencias de oportunidades de mejora para futuros informes.

A continuación desarrollamos nuestras principales conclusiones:

1. Alineamiento a los principios de la GRI
1.1. Principios para definir el contenido del reporte

El presente Reporte de Sostenibilidad da cuenta de la gestión de responsabilidad social de Copeinca, considerando los temas relevantes para la empresa y las expectativas de sus grupos de interés. La identificación de estos temas parte de un análisis del *benchmark* de las principales empresas del sector, del recojo de información a través de diagnósticos y encuestas y, por primera vez, de la implementación de mesas de diálogo para recoger las opiniones respecto al informe. Por lo anteriormente expuesto, confirmamos que el reporte cumple con el principio de *Materialidad*.

Sobre este punto, se recomienda incluir en próximos reportes información acerca del nivel de cumplimiento de los retos en materia de sostenibilidad asumidos en el período anterior. Esto permitirá entender cabalmente el enfoque de gestión y, a los grupos de interés, identificar aspectos de mejora.

Se cumple también con el principio de *Participación de Grupos de Interés*, ya que Copeinca detalla todos aquellos que fueron identificados en su análisis, informa acerca de los desafíos en términos de sostenibilidad con cada uno de ellos, describe los programas e iniciativas desarrolladas y asociadas a sus



Carta Third Party Checked - Reporte de Sostenibilidad 2011 de Copeinca

intereses, y plantea los retos para satisfacer las expectativas e involucrar sus sugerencias en la estrategia y gestión de responsabilidad social.

Como parte de la metodología para recoger las opiniones de estos grupos, se detallan los temas principalmente resaltados por ellos en estos procesos. En esa línea, para fortalecer el relacionamiento con los grupos de interés, se sugiere precisar la manera cómo estas recomendaciones o sugerencias están siendo incorporadas tanto en el Informe de Sostenibilidad como en la propia gestión.

El Reporte de Sostenibilidad 2011 se desarrolla de acuerdo al principio de *Contexto de Sostenibilidad*, ya que a través del análisis de los riesgos y oportunidades del sector y contexto local, así como la identificación de sus impactos en los grupos de interés, se desprende su entendimiento y compromiso con la gestión de triple resultado.

Respecto al principio de *Exhaustividad*, este documento cumple con presentar información completa y relevante sobre su enfoque y desempeño económico, ambiental y social.

1.1. Principios para definir la calidad del reporte

En el documento se detallan aquellos aspectos positivos e hitos de la gestión de sostenibilidad y se mencionan además los principales aspectos a mejorar, como son los retos en la gestión de proveedores y las observaciones que ha recibido durante el periodo. Por ello, confirmamos el cumplimiento del principio de *equilibrio*.

Podemos decir también que los temas desarrollados presentan suficiente información y se evidencia la *precisión* de los datos reportados.

Los indicadores que se registran en el informe muestran en su mayoría su trayectoria, lo que permite evaluar y entender la evolución de la gestión de Copeinca y la comparabilidad con futuros documentos y con otras empresas del sector que utilicen esta metodología.

El *periodo* de reporte es anual y la *fiabilidad* de la información se respalda en que ésta proviene de fuentes internas de la organización.

2. Cumplimiento de los indicadores reportados necesarios para confirmar la aplicación del nivel A

El Reporte de Sostenibilidad 2011 de Copeinca desarrolla los 42 indicadores sobre el Perfil; así como los 49 indicadores principales de desempeño.

Según los lineamientos de la GRI, para cumplir con el nivel de aplicación A se debe informar sobre todos los indicadores de perfil y los 49 indicadores principales de desempeño.

Por lo tanto, la constatación realizada confirma que el Reporte de Sostenibilidad 2011 de Corporación Pesquera Inca S.A. cumple con los requerimientos del nivel de aplicación A de la Global Reporting Initiative.

3. Oportunidades de mejora para futuros informes

Los informes de sostenibilidad tienen como fin comunicar la gestión de la empresa a los grupos de interés, destacando los temas materiales y presentando la información de una manera amigable. En ese sentido, presentamos algunas recomendaciones para el próximo proceso de elaboración de su reporte de sostenibilidad.

- ✓ Destacar cómo se han incorporado los temas recogidos en las mesas de diálogo con los grupos de interés, tanto en la gestión como en el documento mismo.



Carta Third Party Checked - Reporte de Sostenibilidad 2011 de Copeinca

- ✓ Consolidar la comunicación del reporte incluyendo casos de éxito o buenas prácticas que permitan entender con mayor facilidad los impactos positivos de las actividades de negocio y la gestión de los posibles riesgos.
- ✓ Priorizar los indicadores de gestión a reportar teniendo en cuenta la relevancia para los grupos de interés y la propia organización.
- ✓ Incluir el nivel de cumplimiento de los retos en materia de sostenibilidad asumidos en el período anterior con cada uno de los grupos de interés.
- ✓ Profundizar la información respecto a la flota de terceros, uno de los grupos de interés sensible en el sector. Al respecto, se recomienda incluir los procesos o iniciativas desarrolladas para el traslado de buenas prácticas considerando que la sostenibilidad del recurso depende de la adecuada actuación de toda la cadena.

Responde es una consultora especializada en la promoción de la responsabilidad social y la gestión de la reputación, y no ha tenido participación en la elaboración del informe de sostenibilidad revisado. Luego de los argumentos expuestos, podemos confirmar que el Reporte de Sostenibilidad 2011 de Copeinca reúne las condiciones necesarias para cumplir con el nivel:

A: “Third Party Checked”

Atentamente,


Jorge Melo-Vega Castro
Gerente General



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Corporación Pesquera Inca S.A.C** ha presentado su memoria “Reporte de Sostenibilidad 2011” a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 24 May 2012

Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative

Se ha añadido el signo “+” al Nivel de Aplicación porque Corporación Pesquera Inca S.A.C ha solicitado la verificación externa de (parte de) su memoria. GRI acepta el buen juicio de la organización que ha elaborado la memoria en la elección de la entidad verificadora y en la decisión acerca del alcance de la verificación.

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. www.globalreporting.org
Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 18 May 2012. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.



3 Indice GRI

La tabla que se presenta a continuación indica la localización de los contenidos de los indicadores GRI

		De acuerdo con la versión						
		2006	C	C+	B	B+	A	A+
Obligatorio	Auto declarado							<input checked="" type="checkbox"/>
Opcional	Comprobación externa (terceras personas)							<input checked="" type="checkbox"/>
	Comprobación GRI							

Referencias

- El requerimiento o indicador se informa en su totalidad.
- El requerimiento o indicador se presenta parcialmente y/o sólo se presenta información cualitativa.
- No se presenta información sobre el requerimiento o indicador.

Indicador	Páginas / información	Consideraciones respecto de los indicadores informados		
		Alcance del indicador	Principios del Pacto Mundial	Observaciones
Estrategia y análisis				
1.1	4	●	-	Declaración de apoyo continuo.
1.2	15	●	-	
Perfil de la organización informante				
2.1	10	●	-	Gestión 2011
2.2	43	●	-	Principales productos
2.3	29	●	-	Ver memoria anual 2011.
2.4	70	●	-	-
2.5	Operamos solo en el Perú: Piura, La Libertad, Ancash, Lima y Moquegua	●	-	
2.6	70	●	-	Ver memoria anual 2011.
2.7	45	●	-	Mercado mundial
2.8	10	●	-	-

2.9	49	●	-	Gestión 2011 Planeta
2.10	17	●	-	-
Parámetros de la memoria				
3.1	10	●	-	
3.2	2010	●	-	
3.3	10	●	-	Anual.
3.4	70	●	-	-
3.5	16,17	●	-	Principales desafíos en materia de Sostenibilidad.
3.6	10	●	-	Gestión 2011
3.7	No existen limitaciones.	●	-	
3.8	No tenemos filiales.	●	-	
3.9	Reportamos en base a los protocolos del GRI	●	-	.
3.10	10	●	-	Gestión 2011
3.11	10	●	-	Planeta
3.12	63	●	-	Índice GRI
3.13	59-62	●	-	La data financiera proviene de los estados financieros auditados por PricewaterhouseCoopers. Además por segundo año contamos con la verificación de Responde (ver carta).
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés				
4.1	11	●	Del 1 al 10	Prácticas de Bueno Gobierno Corporativo. Memoria Anual 2011
4.2	11	●	Del 1 al 10	Prácticas de Bueno Gobierno Corporativo. Memoria Anual 2011
4.3	11	●	Del 1 al 10	Prácticas de Bueno Gobierno Corporativo. Memoria Anual 2011
4.4	11	●	Del 1 al 10	Prácticas de Bueno Gobierno Corporativo. Memoria Anual 2011
4.5	11	●	Del 1 al 10	Prácticas de Bueno Gobierno Corporativo. Memoria Anual 2011.
4.6	11	●	Del 1 al 10	Prácticas de Bueno Gobierno Corporativo. Memoria Anual 2011
4.7	11	●	Del 1 al 10	Prácticas de Bueno Gobierno Corporativo. Memoria Anual 2011
4.8	9	●	Del 1 al 10	
4.9	11	●	Del 1 al 10	Prácticas de Bueno Gobierno Corporativo. Memoria Anual 2011
4.10	11	●	Del 1 al 10	Prácticas de Bueno Gobierno Corporativo. Memoria Anual 2011

4.11	12,49	●	7	Gestión de Riesgos Planeta
4.12	38,49	●	Del 1 al 10	Comunidades Sistemas Integrado de Gestión de COPEINCA
4.13	17	●	Del 1 al 10	
4.14	18	●	-	Los Grupos de Interés.
4.15	18	●	-	Los Grupos de Interés.
4.16	18	●	-	Los Grupos de Interés.
4.17	17,18,58	●	-	Materialidad del Informe de Sostenibilidad Los Grupos de Interés. Valoramos tu opinión
INDICADORES DE DESEMPEÑO GRI				
Indicadores de desempeño económico				
EC0	16,25	●	1,4,6,7	Rentabilidad En el mediano plazo, se ajustara la política con proveedores para incluir las prácticas de estandarización y desarrollo de habilidades.
EC1	25	●	-	Rentabilidad
EC2	12,15,25	●	7	Gestión de riesgos Principales riesgos y oportunidades Rentabilidad
EC3	30	●	-	Beneficios laborales
EC4	No se recibe ayuda financiera por parte del Estado.	●	-	
EC5	34	●	1	
EC6	41 Dentro del procedimiento de evaluación de proveedores aun no se ha incluido información con respecto al desarrollo de capacidades, homologaciones, etc.	●	-	Compra de materiales. Se espera desarrollarlo en el mediano plazo.
EC7	30	●	6	
EC8	37	●	-	Generación de valor
EC9	37	●	-	Generación de valor
Indicadores de desempeño ambiental				
EN0	16,49-56	●	7,8,9	Planeta. Se viene trabajando para determinar el impacto ambiental del transporte de los productos así como de los colaboradores. Se viene trabajando para completar el impacto de la empresa en temas de biodiversidad. Se viene trabajando en los impactos de las emisiones, efluentes y residuos para completar la gestión ambiental.
EN1	50	●	8	Materiales utilizados
EN2	50	●	8,9	Materiales utilizados
EN3	51	●	8	Generación de energía
EN4	51	●	8	Generación de energía
EN5	51	●	8,9	Generación de energía

EN6	51	●	8,9	Generación de energía
EN7	50	●	8,9	Generación de energía
EN8	54	●	8	Consumo de agua
EN9	54	●	8	Consumo de agua
EN10	54	●	8,9	Consumo de agua
EN11	50	●	8	Impacto en la biodiversidad
EN12	50	●	8	Impacto en la biodiversidad
EN13	-	●	8	COPEINCA no ha trabajado en la restauración o protección de hábitats.
EN14	-	●	8	La gerencia de operaciones viene trabajando en los planes a futuro y estrategias relacionadas al impacto en la biodiversidad, a la fecha no contamos con compromisos formales.
EN15	-	●	8	No hemos hecho estudios relacionados a la lista roja de IUCN.
EN16	51	●	8	Generación de energía
EN17	La principal fuente indirecta de GEI que se genera proviene de viajes de los colaboradores a las diferentes sedes, sin embargo aún no se han podido medir las toneladas de CO ₂ que se emiten. Esta información será incluida en el siguiente informe.	●	8	A la fecha no hemos consolidado la información relacionada a los viajes de nuestros colaboradores tanto terrestres como aéreos para medir la emisión indirecta de GEI.
EN18	51	●	7,8,9	Generación de energía
EN19	COPEINCA en sus procesos productivos (sistema de refrigeración) y administrativos (aerosoles) no utiliza productos que contengan estos contaminantes persistentes (CFCs y bromuro de metilo).	●	8	
EN20	51	●	8	Generación de energía
EN21	54	●	8	Consumo de agua
EN22	56	●	8	Gestión de residuos sólidos
EN23	No hubo derrames significativos.	●	8	
EN24	-	●	8	COPEINCA no genera residuos sólidos bajo los términos de la Convención Basel anexos I,II,III y VIII.
EN25	-	●	8	No hemos estudiado profundamente el impacto en los cuerpos de agua y hábitats relacionados.
EN26	46	●	7,8,9	
EN27	50	●	8,9	Materiales utilizados
EN28	247.7 UITs y 1 sanción	●	8	
EN29	-	●	8	Estamos trabajando en la identificación de impactos ambientales provenientes del transporte de productos y colaboradores. Esta información será incluida en la gestión 2013.
EN30	50	●	7,8,9	Principales inversiones ambientales
Indicadores laborales				
LA0	16,29-36	●	1,3,6	Personas – Gestión Humana
LA1	30	●	-	Los colaboradores

LA2	30	●	6	Los colaboradores
LA3	34	●	-	Beneficios laborales
LA4	30	●	1,3	Beneficios laborales. Para COPEINCA los convenios colectivos aplican únicamente a personal que este bajo régimen sindical. Todos los colaboradores que deseen pueden adherirse a estos convenios colectivos.
LA5	29	●	3	Comunicación interna
LA6	35	●	1	Seguridad y salud ocupacional
LA7	36	●	1	Estadísticas de accidentalidad
LA8	36	●	1	Campañas de capacitación en seguridad y salud ocupacional.
LA9	35	●	1	Seguridad y salud ocupacional. Todos los asuntos de seguridad y salud ocupacional son cubiertos de igual manera tanto para colaboradores sindicalizados como para los que no están.
LA10	34	●	-	Desarrollo de habilidades
LA11	34	●	-	Desarrollo de habilidades
LA12	35	●	-	Evaluación de desempeño
LA13	11	●	1,6	b. Prácticas de Buen Gobierno Corporativo.
LA14	34	●	1,6	
Indicadores de derechos humanos				
HR0	16,29,30	●	1,2,3,4,5,6	Aun no se cuenta con procedimientos que incluyan al personal de seguridad en charlas de derechos humanos. Dicha información se incluirá en el mediano plazo.
HR1	0%	●	1,2,3,4,5,6	
HR2	0%	●	1,2,3,4,5,6	
HR3	29	●	1,2,3,4,5,6	
HR4	No se registraron incidentes de discriminación.	●	1,2,6	
HR5	30	●	1,2,3	
HR6	29	●	1,2,5	
HR7	Ninguna sede ha sido identificada como origen de episodios de trabajo forzoso o no consentida.	●	1,2,4	
HR8	-	●	1,2	Aun no se ha realizado charlas relacionadas a temas de derechos humanos con el personal de seguridad.
HR9	No hemos registrado incidentes de violación de derechos de indígenas.	●	1,2	
Indicadores sociales				
SO0	15,16,37-39	●	10	Políticas y lineamientos de Responsabilidad Social Comunidades
SO1	37	●	-	Comunidades

SO2	Si bien la corrupción no es un riesgo identificado por la empresa, el 100% de las sedes son constantemente monitoreadas.	●	10	
SO3	En el 2011 no se llevaron a cabo capacitaciones relacionadas a temas de corrupción.	●	10	
SO4	No hubo incidentes de corrupción.	●	10	
SO5	No participamos en actividades de lobbying.	●	10	
SO6	No aportamos dinero a partidos políticos.	●	10	
SO7	No ejercemos prácticas monopolísticas.	●	-	
SO8	572 UIT.	●	-	
Indicadores de responsabilidad de producto				
PR0	16,43-47	●	1,8	Producto
PR1	43	●	1	Producto
PR2	No se registraron incidentes por incumplimiento legal de códigos voluntarios.	●	1	
PR3	45	●	8	Producto
PR4	La información del producto en el empaque y etiquetado corresponden a regulaciones estándares. Algunos destinos necesitan que el producto lleve información adicional y de no presentarse se corre el riesgo de que el producto sea rechazado por la aduana en destino.	●	8	
PR5	47	●	-	Encuesta de satisfacción al cliente
PR6	No se cuentan con estándares o códigos relacionados a temas de marketing o publicidad.	●	-	
PR7	No se han registrado incidentes relativos a comunicaciones de marketing.	●	-	
PR8	COPEINCA resguarda la información de los clientes, sólo la Gerencia General, la Gerencia General Adjunta y la Gerencia Comercial tienen acceso a ella. Prueba de nuestra fidelidad y compromiso es la absoluta ausencia de demandas respecto a violaciones de la intimidad de nuestros clientes.	●	1	
PR9	No se registraron multas por incumplimiento de normativa.	●	-	

• **CFR** (Cost and Freight – Costo y Flete)

COPEINCA realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque. Se deben pagar los costos y los fletes necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino convenido. Pero el riesgo de pérdida o daño de la mercancía, así como cualquier costo adicional debido a sucesos ocurridos después del momento de la entrega, se transmiten al cliente. El término CFR exige el despacho aduanero de la mercancía para la exportación.

• **COSO**

Esta herramienta es reconocida en todo el mundo por proporcionar orientación sobre los aspectos fundamentales de la gobernabilidad de organización, la ética empresarial, control interno, gestión del riesgo empresarial, fraude y la presentación de informes financieros.

• **EXW** (Ex Works – Lugar convenido)

COPEINCA, cuando pone la mercadería a disposición del cliente, entrega en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido.

• **FAS** (Free Alongside Ship – Libre al constado del Buque)

El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido. Esto significa que el comprador soporta todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde aquel momento. El término FAS exige al vendedor despachar la mercancía en aduana para la exportación.

• **FOB** (Free On Board – Libre a Bordo)

La mercancía es puesta a bordo por el expedidor, libre de todo gasto, siendo de cuenta del destinatario los fletes, aduanas, etc.

• **GRI** (Global Reporting Initiative)

Organización pionera en la elaboración de indicadores de sostenibilidad reconocidos y utilizados mundialmente, comprometidos con la aplicabilidad y mejora continua de dichos indicadores.

• **ISO 9001**

Norma que especifica los requisitos, para un buen sistema de gestión de la calidad, que pueden utilizarse para su aplicación interna y certificación. La versión actual ha sido adoptada como modelo a seguir para obtener la certificación de calidad.

• **ISO 14001**

Es una norma internacional que establece cómo implantar un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) eficaz. Se ha concebido para gestionar el delicado equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción del impacto ambiental. Con el compromiso de toda la organización, permite lograr ambos objetivos.

• **ISO 26000**

La ISO ha decidido emprender el desarrollo de una norma internacional que sea una guía para la Responsabilidad Social (RS). No es una norma certificable. Proporciona una guía práctica tendente a hacer operativa la RS, identificar y comprometer a los grupos de interés, y reforzar la credibilidad de los informes y reclamos realizados sobre ella.

• **Objetivos del Milenio**

En la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas del año 2000, todos los estados miembros se comprometieron a realizar acciones para avanzar en las sendas de la paz y el desarrollo humano. La Declaración del Milenio, entre otros muchos elementos, derivó en la aprobación de los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio: 1) Erradicar la pobreza extrema y el

Contacto

hambre. 2) Lograr la enseñanza primaria universal. 3) Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer. 4) Reducir la mortalidad infantil. 5) Mejorar la salud materna. 6) Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades. 7) Garantizar la sostenibilidad del ambiente. 8) Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

• OHSAS 18001

Estas normas son una serie de estándares voluntarios internacionales aplicados a la gestión de seguridad y salud ocupacional, y tienen como base para su elaboración las normas BS 8800 de la British Standard.

• Pacto Mundial

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una iniciativa de compromiso ético destinada a que las empresas de todos los países acojan, como una parte integral de su estrategia y sus operaciones, diez principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, Trabajo, Ambiente y Lucha contra la Corrupción. Su fin es promover la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita la conciliación de los intereses y procesos de la actividad empresarial con los valores y demandas de la sociedad civil, así como con los proyectos de la ONU, organizaciones internacionales sectoriales, sindicatos y ONG's.

• SAP

Es el principal proveedor de software empresarial del mundo, entrega productos y servicios que ayudan a acelerar la innovación y aplicaciones para la empresa bajo los conceptos de crecimiento y creación de valor.

• TVBN (Total Volatile Basic Nitrogen – Total Nitrógeno Básico Volátil)

Es un índice de frescura del producto.

Corporación Pesquera Inca S.A.C.
Gerente de Asuntos Corporativos
Francesca Carnesella Figuerola
fcarnesella@copeinca.com.pe
T.: 213 4000 anexo 4243
Calle Francisco Graña 155 La Victoria.
Lima, Perú.



INFO SOST 2011

Diseño: Carla Franco / Ursula San Miguel
Fotos: Centro de la fotografía / Gonzalo Olmos



COPEINCA