



TRASUR como empresa familiar entendió la importancia de anticipar tendencias y cultivar la innovación



Fundada en Tucumán en 1989, Trasur SA es un operador logístico mayorista con importante participación en la industria azucarera de la región. En los últimos años inició una etapa de desarrollo y profesionalización tendiente a mejorar su competitividad, proyección futura e influencia social en el medio donde opera.

Como empresa familiar PYME entendió la importancia de anticipar tendencias y cultivar la innovación como medios que le permitan establecerse con bases firmes de cara al futuro.


En la agenda mundial actual, dos de las principales asignaturas son la responsabilidad social y el medioambiente. A pesar de su peso relativo pequeño, Trasur comprendió la importancia de comenzar a transitar este camino y liderar a través de iniciativas que demuestren que sin importar la escala, todas las organizaciones pueden aportar lo suyo para ayudar a

mantenizar un entorno sustentable para las generaciones futuras.

Formar parte del Pacto Global de Naciones Unidas, la mayor iniciativa a nivel empresarial generada desde este organismo internacional y que este año cumplió su 10º aniversario, permitió abordar estas temáticas con un marco claro y concreto.

A continuación presentamos nuestra segunda Comunicación del Progreso, COP donde mostramos las acciones y resultados sobre nuestro compromiso con los principios que sostiene el Pacto Global de Naciones Unidas.

Historia .01



TRASUR, desde una posición modesta quiere continuar formando parte de esta iniciativa y servir de ejemplo

DECLARACIÓN DE APOYO AL PACTO MUNDIAL

Con agrado presentamos nuestro segundo reporte CoP, correspondiente a nuestra campaña operativa 2009. Coincidiendo con el 10º Aniversario del Pacto Global que ha servido para reafirmar el compromiso de líderes de empresa a nivel global, Trasur, como compañía PYME, desde una posición modesta quiere continuar formando parte de esta iniciativa y servir de ejemplo o “caldo de cultivo” para que otras organizaciones puedan sumar esfuerzos y en conjunto acercar distancias hacia ese objetivo de lograr una sociedad más justa y sustentable a largo plazo.

Si bien nuestro tiempo como miembros del Pacto Global aún es breve, la experiencia resultante nos motiva, sin prisa pero sin pausa, a continuar apoyando esta iniciativa.



Ing. Ricardo Forenza
Presidente



ADHESIÓN AL PACTO MUNDIAL PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL

1. Protección de los DDHH: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.
2. No complicidad con los abusos de los DDHH: Las empresas deben asegurarse de no ser cómplice en abusos de los derechos humanos.
3. Libertad de asociación sindical y derecho a la negociación colectiva: Las empresas deben apoyar los principios de la libertad de asociación sindical y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Trabajo forzoso y obligatorio: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso u obligatorio.
5. Trabajo infantil: Las empresas deben apoyar la erradicación efectiva del trabajo infantil.
6. Discriminación: Las empresas deben apoyar la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.
7. Enfoque preventivo cuidado medioambiental: Las empresas deben apoyar un enfoque preventivo frente a los desafíos medioambientales.
8. Responsabilidad medioambiental: Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Tecnologías respetuosas del medio ambiente: Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.
10. Corrupción: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo el soborno y la extorsión.



Áreas de trabajo comprendidas .03

Continuando la línea de nuestro primer reporte CoP, Trasur SA ha mantenido durante la campaña 2009 el foco de sus iniciativas en las mismas áreas de trabajo:

- Derechos Laborales - Empleados
- Proveedores de transporte
- Comunidad
- Responsabilidad medioambiental

Para su segundo CoP, Trasur SA priorizó consolidar el trabajo realizado en las áreas mencionadas previo a comenzar a trabajar en otras de las iniciativas.



Uno de los objetivos de la empresa está centrado en relevar las necesidades de capacitación de los empleados



• Programar necesidades de formación y seleccionar las instituciones acordes.

	Objetivo Anual	Resultados
Capacitación a empleados de TRASUR	150 hs	154 hs

Fuente: Auditoría 2010 IRAM ISO 9001:2008

Al finalizar la campaña se realizó un Workshop en el Hotel Lunahuana de Tafí del Valle donde se revisaron las metas y logros del año de trabajo y se plantearon los objetivos para la campaña 2010. Además de la revisión interna, se contó con la participación especial del Ing. Ignacio Sánchez Chiappe, Director del IEEC escuela de logística y Supply Chain Management, quién disertó de las últimas tendencias del sector.

• Realizar encuestas para medir el nivel de satisfacción de los empleados. Resultados de la encuesta de Clima Organizacional realizada a los empleados de Trasur S.A. 2010:

1 - La Tarea que realizo todos los días en mi puesto de trabajo es:

Nada Interesante	
Poco Interesante	10%
Interesante	70%
Muy Interesante	20%

2 - En relación a la disponibilidad de elementos de trabajo (uniformes, útiles, equipos informáticos, etc) estoy:

Insatisfecho	
Poco satisfecho	
Satisfecho	10%
Muy satisfecho	90%

3 - Las condiciones físicas y ambientales (escritorios, sillas, aire acondicionado, nivel de iluminación, ventilación, etc.) en las que desarrollo mi trabajo son:

Insatisfecho	
Poco satisfecho	
Satisfecho	
Muy satisfecho	100%

Acciones
implementadas
y medición de
resultados .04

Derechos
Laborales
Empleados

TRASUR, cuenta con personal estable y personal contratado durante los meses de campaña.

4 - En mi área o sector de trabajo percibo:

Poco compañerismo	10%
Compañerismo	60%
Mucho compañerismo	30%

5 - En relación al tipo de puesto y las tareas que realiza en la empresa: ¿cómo se calificaría el nivel de remuneración y/o beneficios que percibe?

Insatisfactorio	
Poco satisfactorio	10%
Satisfactorio	90%
Muy satisfactorio	

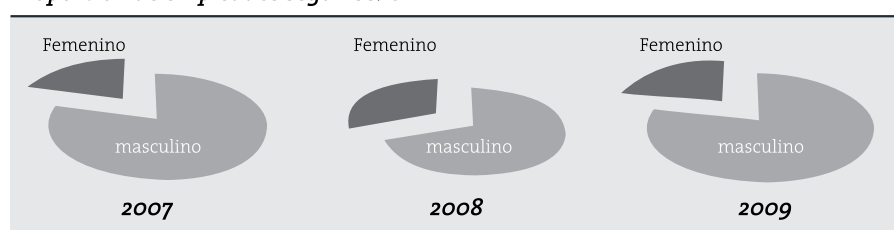
6 - En relación al nivel de motivación en mi puesto de trabajo, estoy:

Nada motivado	
Poco motivado	10%
motivado	70%
Muy motivado	20%

Fuente: Auditoría 2010 IRAM ISO 9001:2008

TRASUR, cuenta con personal estable y personal contratado durante los meses de campaña. Si bien en su mayor parte el personal pertenece al sexo masculino, la empresa apoya la libre contratación sin distinción.

Proporción de empleados según sexo



Fuente: Plantilla Personal Trasur SA año 2007-2008-2009

Derechos Laborales Empleados

Quedó sin embargo pendiente el diseño e implementación del proyecto Más diversión=Más y mejor trabajo, propuesto en la campaña anterior para mejorar la comunicación en todos los niveles y liberar tensiones acumuladas sobre todo durante la temporada alta.

Los proveedores son una pieza clave en la operación de TRASUR



- Establecer ranking de proveedores.

Trasur realizó una evaluación y ranking de sus proveedores clave, aquellos que realizaron al menos 20 viajes durante la campaña 2009, considerando la performance lograda en los siguientes indicadores: Participación (Kg transportados); Participación durante temporada alta; merma promedio; nivel de servicio; rotación y compra de combustible. En la tabla a continuación se listan los 10 primeros.

Proveedores de Transportes

	<i>Razón Social</i>	<i>Totales</i>
1	Giraudó, Raúl Diego	55,35
2	Salinas Sergio Gerardo	52,10
3	Soria Walter Omar	50,70
4	Rodríguez Luis José	50,20
5	Urueña Gustavo Miguel	49,45
6	Reinoso Eduardo Antonio	49,30
7	Forasiepi, Alberto	48,60
8	Transporte Faisal S.R.L	47,75
9	Padovani, Mario Lino	46,65
10	Transporte Raúl S.R.L.	46,15

Fuente: Datos Trasur S.A.



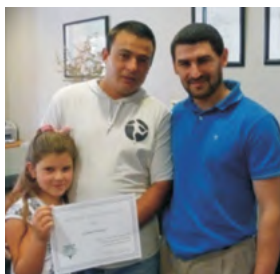
•Mantener sistema de incentivos a chóferes por mayor volumen de carga por campaña.

Al igual que en campañas anteriores Trasur SA premió a los chóferes que mayor volumen de carga transportaron durante la Campaña 2009

<i>Chofer</i>	<i>Cantidad de viajes</i>	<i>Totales</i>
1° Prediger Germán	54 Viajes	\$ 1.500
2° Giraudo Paul	52 Viajes	\$ 1.100
3° Juárez Manuel	46 Viajes	\$ 800
4° Vargas Jorge	41 Viajes	\$ 600
5° López Oscar	40 Viajes	\$ 400

Fuente: Datos Trasur S.A.

Proveedores de Transportes



Germán Prediger
1° puesto



Giraudo Paul
2° puesto



Manuel Juárez
3° puesto

La opinión de nuestros proveedores es importante

- Realizar encuesta anual para medir nivel de satisfacción de proveedores.

Se realizó una encuesta telefónica a 25 proveedores seleccionados al azar de la población de proveedores clave (empresas de transporte que realizaron al menos 20 viajes durante la campaña 2009). Éstos representan un 11%, un total de 82 empresas sobre 698 utilizadas (Cuadro Campaña: Fuente: Datos Trasur S.A.) a lo largo de la campaña 2009 y contabilizó un total transportado equivalente a 132.887 TN (63% del total). En términos generales, la encuesta mostró un resultado positivo, ya que de los 25 encuestados, 24 respon-

dieron que volverían a cargar con Trasur. También se consultó a los proveedores que opinaran acerca del posicionamiento de Trasur como operador logístico en la región, la calidad de los servicios que presta, la atención y trato recibido de parte de personal de Trasur, y puntos de mejora. Con una escala de valuación de 1 a 4 (1 puntaje mayor; 4 menor) se obtuvo una puntuación promedio en dentro del rango 1,16 a 2,12, evidenciando un buen concepto entre la muestra de proveedores seleccionada

Fuente: Resultados encuesta satisfacción proveedores 09.xls)

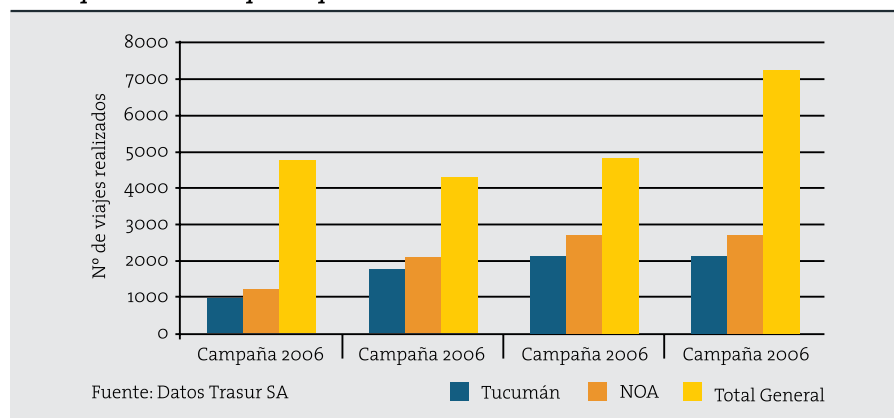
- Aumentar la base de proveedores locales y regionales.

Hace algunas campañas, TRASUR decidió aumentar la participación de carga de proveedores medianos y pequeños, definidos como aquellos transportistas que tienen en su flota hasta 10 camiones. Asimismo se propuso aumentar la participación de transportistas locales y de la región NOA.

CAMPAÑA	2006	2007	2008	2009
Participación de empresas PYME en la Operativa de TRASUR	37%	78%	87%	74%

Fuente: Datos Trasur S.A.

Participación de transportes por zona



Fuente: Datos Trasur S.A.

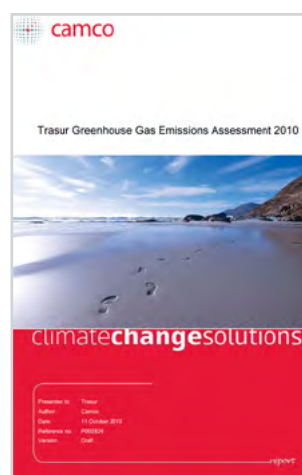
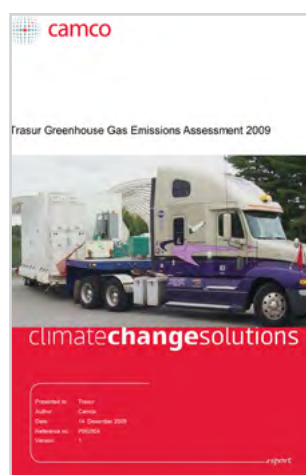
Proveedores de Transportes

En la Campaña 2009 se mantuvo el nivel de participación de proveedores locales/regionales pero disminuyó su peso relativo frente al total general.

El 98% de nuestra emisión de E CO₂ se origina en el transporte y la operación portuaria



Al igual que años anteriores Trasur SA colaboró en forma económica con la Fundación Banco de Alimentos.



Comunidad y Medio ambiente

A fines de 2009 Trasur SA contrató a la consultora internacional Camco (camcoglobal.com) para determinar su Huella de Carbono. Una huella de carbono es “la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto de un individuo, organización, evento o producto” (UK Carbon Trust 2008). Así se determinó el impacto ambiental de la operación de Trasur SA correspondiente a las campañas 2008 y 2009. En la tabla a continuación se puede apreciar las distintas fuentes de emisión y su correspondiente valor en tonelada equivalente CO₂ (dióxido de carbono) para los dos períodos.

El incremento de emisiones de CO₂ en la campaña 2009 se debe a un aumento significativo en los negocios operados por la compañía.

<i>Fuentes de emisiones</i>	<i>Total E Co2* (tn/año) campaña 2008</i>	<i>Total E Co2* (tn/año) campaña 2009</i>
Premisas - Consumo de electricidad	6.8	6.8
Premisas - Consumo de Gas Natural	1.9	0.9
Premisas - Consumo de Agua	0	0.001
Vehículos de la empresa - Diesel	2.9	20
Vehículos de la empresa - Gasolina	1.2	6.9
Vehículos de contratistas - Vehículos de larga distancia	3.732	5.746
Vehículos de contratistas - Cintas transportadoras y palas de carga portuaria	61	129
Viaje de negocios - Vehículos a gasolina rentado	1.0	0.4
Viaje de negocios - Vehículos diesel del empleado	0.00002	7.7
Viaje de negocios - Vehículos a GNC del empleado	0.2	0.3
Viaje de negocios - Vehículo a gasolina del empleado	0	44
Viaje de negocios - Taxis	0.4	2.3
Viaje de negocios - Colectivos	0	0.7
Viaje de negocios - Vuelos	12	17
Viaje de negocios - Hospedajes	2.2	222
Viajes diarios - Vehículos a gasolina	4.4	4.3
Viajes diarios - Vehículos Diesel	0	3.2
Viajes diarios - Motocicletas	1.2	1.2
Viajes diarios – Colectivos	14	12.5
Entregas - Camioneta GNC	0.0001	0.001
Entregas – Motocicletas	0.1	0.1
Entregas - Camionetas pequeñas	0	0.00002
Premisas – Desperdicios	3.5	3.5
TOTAL	3.844	6.009

Cuadro: Fuente: Trasur Greenhouse Gas Emissions Assessment 2010
(*) Equivalente Dióxido de Carbono



La determinación de las emisiones de Trasur SA permite tener una idea bastante precisa del impacto en el ambiente producido por la operación de la compañía y poder establecer pautas a futuro tendientes a reducirlo. Del total de emisiones el 98% se originó del transporte en camiones contratados y operaciones portuarias. Dado que actualmente la posibilidad de reducir ese origen de emisión es más limitado por tratarse de flota de terceros contratada, la estrategia de la compañía apunta a la compensación o neutralización mediante el desarrollo de un emprendimiento forestal que permita fijar carbono y así equilibrar el impacto

ambiental en forma más contundente. La empresa se encuentra actualmente en la búsqueda de terrenos aptos para el desarrollo de dicho proyecto.

Respecto al restante 2% de las emisiones, aquellas que son directamente generadas por la empresa, Trasur SA pondrá en marcha algunas guías elaborados por Camco para lograr reducir las emisiones a nivel oficina.

Los reportes completos están disponibles (en inglés) ingresando a nuestro sitio web en:

<http://trasur.com.ar/responsabilidad.html>

Comunidad y Medio ambiente



Argentina

Oficina Central:
25 de Mayo 536 1° piso
San Miguel de Tucumán,
Tucumán - Argentina
Tel: +54-381-431-0092
Fax: +54-381-431-0092 ext. 120