



2019

INFORME DE responsabilidad social

ÍNDICE

OBJETIVO	4	5	ANTECEDENTES
DA TOS RELEVANTES PUNTA COMERCIAL	6	7	PLAN DE CUMPLIMIENTO
NUESTRA FILOSOFÍA	8	9	RECONOCIMIENTOS
NUESTRAS MARCAS	10	11	NUESTRO PORTAFOLIO
OBJETIVOS, RETOS Y ESTRATEGIAS 2019	12	14	ESTRATEGIAS
CUIDADO AL MEDIO AMBIENTE	16	18	CALIDAD DE VIDA EN EL TRABAJO
VINCULACION CON LA COMUNIDAD	20	22	NEGOCIANDO ÉTICAMENTE

El propósito de este informe es compartir el resultado de nuestros esfuerzos y logros a lo largo de este año 2019, buscando el adecuado desarrollo económico de la empresa de manera compatible con el compromiso social y el respeto hacia el medio ambiente, contribuyendo así a un desarrollo sustentable y llevando a la sociedad parte del beneficio que en ella se origina, siempre considerando las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés.

Continuaremos trabajando por quinto año en nuestra estrategia de Responsabilidad Social Corporativa que nos permita fortalecer nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Buscamos reflejar el éxito de nuestras acciones, pero lo más importante es que reafirmamos nuestro compromiso de mejorar día a día.

Atentamente

ALFONSO J. VÁZQUEZ
DIRECTOR GENERAL



Antecedentes



Pinsa Comercial a partir del 2013 la Responsabilidad Social forma parte primordial de nuestra Estrategia Corporativa. **En el 2014 obtuvimos el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) y Pacto Mundial por primera vez y al día de hoy conservamos dicho compromiso.**

Durante este 2019 tuvimos grandes retos y sin duda dejamos huella por ser una empresa innovadora que fomenta la nutrición adaptándose a las necesidades y tendencias de consumo en pro de la salud acompañando a las familias llevando productos desde el mar hasta sus hogares. Pertenecemos a Grupo Pinsa, que se ha caracterizado por la constante inversión en infraestructura y mercados, como consecuencia la mayor generadora de empleos en Mazatlán, Sinaloa.

Hemos fortalecido nuestros procesos internos permitiéndonos tomar decisiones ágiles y confiables que nos posicionan como la empresa líder en la categoría de atún incrementando la rentabilidad del negocio e incursionando en otros negocios, como productos congelados y sardinas enlatadas exitosamente.



Todo lo anterior no sería posible sin un grupo de gente talentosa como el de Pinsa Comercial y el gran apoyo de nuestras empresas hermanas.

Como líderes de la categoría sabemos que por más pequeñas que sean nuestras acciones tienen gran impacto en el mercado, por ello reforzamos nuestro compromiso como Empresa líder y Socialmente Responsable a través de cada una de nuestras acciones con nuestros colaboradores, clientes, proveedores, consumidores, la sociedad y el planeta.

Durante este 2020, nos enfocaremos en mantener el ritmo, entusiasmo y compromiso para que Pinsa Comercial siga siendo un ejemplo de empresa y un eslabón que genere confianza y valor.



Datos reelevantes



Somos una empresa **100% mexicana y privada**, representando el brazo comercial del Grupo Pinsa.

Comercializamos alimentos, líderes en la categoría de **atún y sardinas enlatadas, atún congelado** y otros productos del mar en conserva.

Contamos con las marcas **Dolores, Mazatún, El Dorado, Portola** y la distribución exclusiva en México de **Brunswick**.



Tenemos **presencia a nivel nacional**, en tiendas de autoservicio, de conveniencia, clubes de precios y la mayor parte de misceláneas del país y en el mercado hispano de EUA.

Líderes en la categoría de atún enlatado, la cual representa casi el 5% del total de la categoría de alimentos procesados en México.

El **consumo per cápita de atún en México es de 1.2 kgs**, equivalente a 9 latas aproximadamente, de las cuales, **nosotros vendemos 5**.

Hemos impulsado que la categoría de atún enlatado evolucione y tenga un **crecimiento superior al 20%** a través de más presentaciones, material innovador, actividades en punto de venta, comunicación, acompañado de mucho entusiasmo y pasión.

Revolucionamos la categoría con el **Cup Can**, innovación que tardó 2 años en desarrollo.

Nuestra marca **Atún Dolores** festeja **100 años** de alimentar con calidad a las familias mexicanas.



Plan de 4 pilares >>>



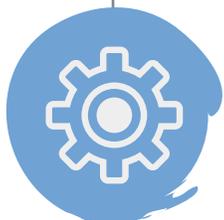
MISIÓN Y VISIÓN

Asegurar el tener clara una **misión, visión y valores** que nos empoderen y apasionen a todos los que laboramos en Pinsa Comercial.



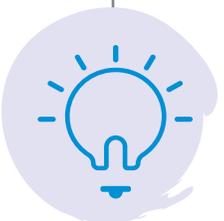
ALTOS ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO

Tener la organización y personas que generen **altos estándares de desempeño**, con objetivos individuales claros y un proceso de retroinformación oportuna.



PROCESOS EFICIENTES Y EFECTIVOS

Cuidar que tengamos los **procesos eficientes y efectivos** en cada actividad que hagamos, cumplimiento con todas las políticas y procedimientos de Pinsa y gubernamentales.



OPERACIÓN ÁGIL EN CLIMA LABORAL ARMONIOSO

Mantener una **operación ágil y eficiente**, en un **clima laboral armonioso y agradable**, con un correcto balance laboral, social y familiar.

Nuestra Filosofía



MISIÓN VISION

Innovar construyendo marcas líderes con un **equipo de excelencia** comprometido con los resultados, enfocado en **satisfacer a clientes y consumidores**

Alimentar con **calidad superior** para un mejor mañana.

VALORES

- Excelencia
- Trabajo en equipo
- Pasión
- Integridad



Nos presentamos al mundo orgullosos de nuestros principios y celebramos la innovación. Estamos comprometidos a trabajar por nuestros objetivos, sin perder la pasión que nos ha caracterizado, el resultado de ese esfuerzo se ha traducido en el reconocimiento de Instituciones y de nuestros consumidores.



EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Somos una empresa creadora de valor, apostamos por influir positivamente en cada espacio en el que nos desarrollamos, formamos parte del selecto grupo de organizaciones reconocidas como Empresa Socialmente Responsable desde el 2014.



PREMIO PNA

Reconociendo los estándares de calidad establecidos por la empresa fuimos reconocidos con el Premio Nacional Agroalimentario (PNA), considerado el máximo galardón en el ramo alimenticio.



PREMIO TOTEM

Dolores fue reconocida en 2017 como Mejor campaña de espectaculares en alimentos y mejor campaña de medios exteriores de todas las categorías por la AMPE (Asociación Mexicana de Publicidad Exterior)



MARCA DE CONFIANZA

Por cinco años consecutivos, nuestra marca Atún Dolores es reconocida como "Marca de Confianza" otorgado por Reader's Digest; este premio representa la voz de los consumidores quienes reconocen a nuestros productos como sinónimo de confianza.



EMPRESA INNOVADORA

En 2017 fuimos incluidos dentro de las 16 empresas más innovadoras por Forbes.



ENVASE ESTELAR

La Asociación Mexicana de Envase y Embalaje, en 2015 reconoce nuestro **CupCan** con el premio a la "Seguridad", a la "Innovación" y como el ganador de la categoría de Alimentos. Este empaque revoluciona la forma de comer atún, con su tapita y cucharita combina los beneficios del atún con un nuevo concepto de practicidad, capaz de atender las cambiantes necesidades del consumidor.

Nuestras marcas

▶▶▶ 149 SKU'S ▶▶▶

92 SKU'S

Sinónimo de tradición, calidad y confianza, cuenta con toda una historia llevando sus productos a los hogares y acompañando a las familias. En los últimos años se ha caracterizado por la constante búsqueda de la innovación, impulsando y revolucionando la oferta de productos de toda la categoría. Consolida su liderazgo como la **marca líder de atún enlatado en México** y amplía sus horizontes buscando posicionarse con la misma solidez en el mercado del Salmón y la Sardina.



17 SKU'S

Líder regional, de indiscutible solidez en el noroeste del país, cuenta con más de 30 años de experiencia conectando con sus consumidores a través de la oferta de productos que se adaptan a sus exigencias y estilo de vida.



22 SKU'S

La mejor relación entre calidad y precio. El Dorado se presenta como la **marca estratégica** que busca atender al sector social preocupado por su economía, manteniendo el compromiso constante de entregar productos de calidad.



1 SKU

La **marca ícono de las sardinas en México** renace decidida a recuperar su liderazgo en el mercado. Renovada y accesible ofrece a sus consumidores el recuerdo de un producto de calidad y tradición.



17 SKU'S

Una **marca canadiense con historia de más de 100 años**, que se ha ganado la distinción por ofrecer productos del mar de primera calidad a todo el mundo y con un legado tan orgulloso como sus productos.



*SKU= Stock Keeping Unit

Portafolio





Consolidar el crecimiento rentable de nuestras marcas, con estrategias sólidas de corto y largo plazo, tanto en la parte comercial como en los procesos y controles internos a través de una organización profesional y eficiente.



01

Enfrentar un entorno competitivo más agresivo.

04

Ser un jugador relevante en Sardinias en todos los canales.

07

Ser referente de Atún Congelado en canales modernos.

02

Competidores con mayores inversiones en el mercado.

05

Mantener nuestra tendencia positiva en PDM en Atún.

08

Creer ante la contracción de la categoría de atún enlatado por el incremento de precio.

retos 2019

03

Clientes creciendo con diferentes formatos / mayores requerimientos.

06

Recuperar el negocio de Brunswick.





- › Estricto control en la rentabilidad del negocio.
- › Fuertes controles en políticas y procedimientos.
- › Foco en inversiones en construcción de marca.
- › Consolidar innovación de los últimos años.
- › Eficiencias operativas en todas las áreas.
- › Cuidado y desarrollo de talento humano.
- › Reforzar modelo de ejecución impecable en todos los canales.
- › Centrar todas nuestras actividades para ser la primera elección de nuestros clientes, compradores y consumidores.
- › Obsesionarnos con crear lealtad vs sólo satisfacción.
- › Buscar oportunidades de Nuevos Negocios como estrategia de crecimiento.
- › Continuar la estrategia de Innovación como sello de la empresa.
- › Explorar oportunidades en Mercados Internacionales.



logros 2019

Actualizamos nuestros mensajes de marca (**Marcas de Confianza 2019**).

Generamos una mayor y mejor **presencia en puntos de Venta**.



Fortalecimos nuestro **proceso de Innovación** (exhibiciones y promociones con otras categorías).

Subimos el nivel de negociación con clientes (adquisición y desarrollo de otras categorías de alimentos).

Integramos nuevos negocios.

Logramos crecer la categoría y ganar puntos de mercado (PDM).

Hicimos un negocio creciente y rentable.

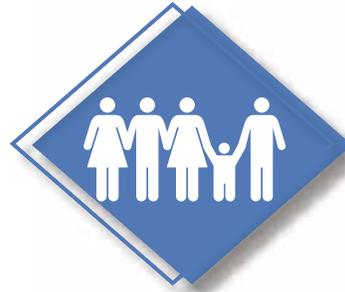
nuestros principios

Estrategía ESR



A través de nuestras marcas buscamos crecer como negocio generando un impacto económico que nos permita impulsar una estratégica de RSE a nivel grupo, enfocada a nutrir a las familias mexicanas, cuidando al medio ambiente en cada una de nuestras acciones dentro de la cadena de valor y concientizando los problemas sociales a través de nuestras latas ya que siendo líderes en la categoría con más de 2 millones de latas diarias en los hogares mexicanos por más pequeñas que sean nuestras acciones entendemos su impacto.

Sumando a nuestros grupos de interés enfrentaremos con pasión los retos que esta estrategia representa.



Derechos humanos

- ✓ Apoyar y respetar
- ✓ No ser cómplice de abuso



Estándares laborales

- ✗ Trabajo forzado
- ✗ Trabajo infantil
- ✗ Discriminación
- ✓ Libertad de asociación



Medio Ambiente

- ✓ Prevención
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Desarrollo y difusión



Anticorrupción

- ✓ Extorsión

Grupos de interés



Personal



Clientes



Proveedores
y distribuidores



Comunidad

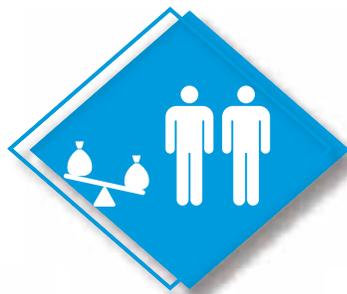


Gobierno

Nuestras acciones



Cuidado al medio
ambiente



Negociando
éticamente



Calidad de vida
en el trabajo



Vinculación con la
comunidad

Cuidado al

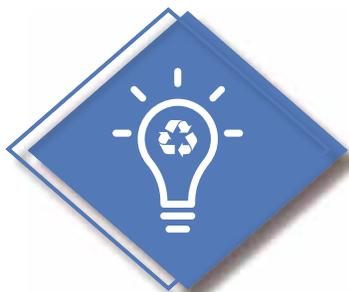
medio ambiente

Generamos acciones que se han convertido en parte fundamental de nuestra cultura.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE:



Sensibilización de colaboradores



Uso eficiente de energía



Acciones responsables



Tecnología ecoeficiente



Separación de residuos



Fomento de movilidad

logros 2019



“Campaña de reciclaje”

Cápsulas de Dolce	372 cápsulas
Tetra Pack	5.1 kg



“Acciones responsables”

Utensilios biodegradables	750 pz
Waterlogic	3 estaciones
Navidad sustentable	1 árbol



“Separación de residuos”

Papel	79 kg
Cartón	171 kg
Fierro	38 kg
Pet	40 kg
Pila	14 kg
Tóner	1 kg
Estaciones de residuos	5
Ecoladrillos	58



“Fomento de movilidad”

Uso de bici empresarial



Calidad de vida

en el trabajo

Creemos en el talento que conforma nuestra empresa por ello promovemos el balance entre el trabajo y la vida familiar, la dignidad de las personas a través de un trato justo y equitativo, invirtiendo en el cuidado de su salud, capacitación, seguridad y buen ambiente de trabajo.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE:



Salud

campañas



Integración

campañas

Venta empleado	
Gym	25
Seguro de Gatos Médicos Mayores	101
Consultas nutricionales	
Salud Renal	33
Salud visual	32
Cáncer de próstata	22
Cáncer de mama	



171 7 2



171 7 2



1 pino que será replantado



Capacitación y desarrollo

81 172

Protección Civil	172
Capacitación	600



“Jornada de Salud”

Check up sanguíneo de 33 elementos
Biometría Hepática
Peso y medidas corporales
Toma de presión arterial
\$47950



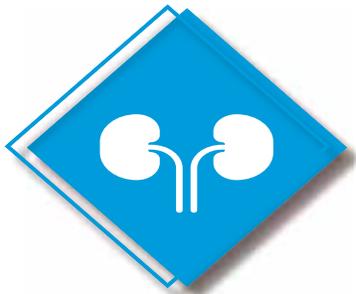
“Cáncer de próstata”

Plática informativa 1 hr
Check up 1
Ultrasonido testicular, Penescopia
5
\$4,450



“Día de la madre”

Souvenir collar con nombre
19 \$30,000



“Salud Renal”

Ultrasonido renal
33
\$32,400



“Salud Visual”

Valoración adquisición de lentes
Plática informativa 1 hr
32



“Salud dental”

Plática informativa 30 min
19

Consultas nutricionales

86
\$18200

Check up 2

Ultrasonido testicular, Penescopia,
Antígeno, Ultrasonido prostático
17
\$26,775

“Día del padre”

Portaretrato
41 \$43,200



“Protección Civil”

Curso Primeros Auxilios	78
Curso de Evacuación de Inmuebles	43
Plática de sensibilización de emergencias médicas	27
Práctica combate de incendios POSTA	23
Plática de sensibilización riesgo sísmico y respuesta emergencia	23
Plática de extintores y tendido de líneas	9
Macrosimulacro	41
Cierre y áreas de oportunidad	13
Brazaletes de Emergencia	82

En total 21 hrs 327

Vinculación

con la comunidad ▶▶▶

Impulsamos la participación activa tanto de la empresa como de nuestros colaboradores en el apoyo y concientización de problemáticas sociales específicas, a través de aportaciones económicas, en especie o en voluntario.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE:



AMANC
Asociación Mexicana de Ayuda
a Niños con Cáncer, S.A.P.

Lucha y concientización
Cáncer infantil



COMEPESCA
CONSEJO MEXICANO DE PROMOCIÓN DE LOS
PRODUCTOS PESQUEROS Y AGROPECUARIOS, A.C.

Fomento al consumo y
donación de pescados

CDMX
CIUDAD DE MÉXICO

Apoyo en iniciativas



ALE
Donación de Órganos

Donación de órganos
y salud renal



bella Fundación **Alma**

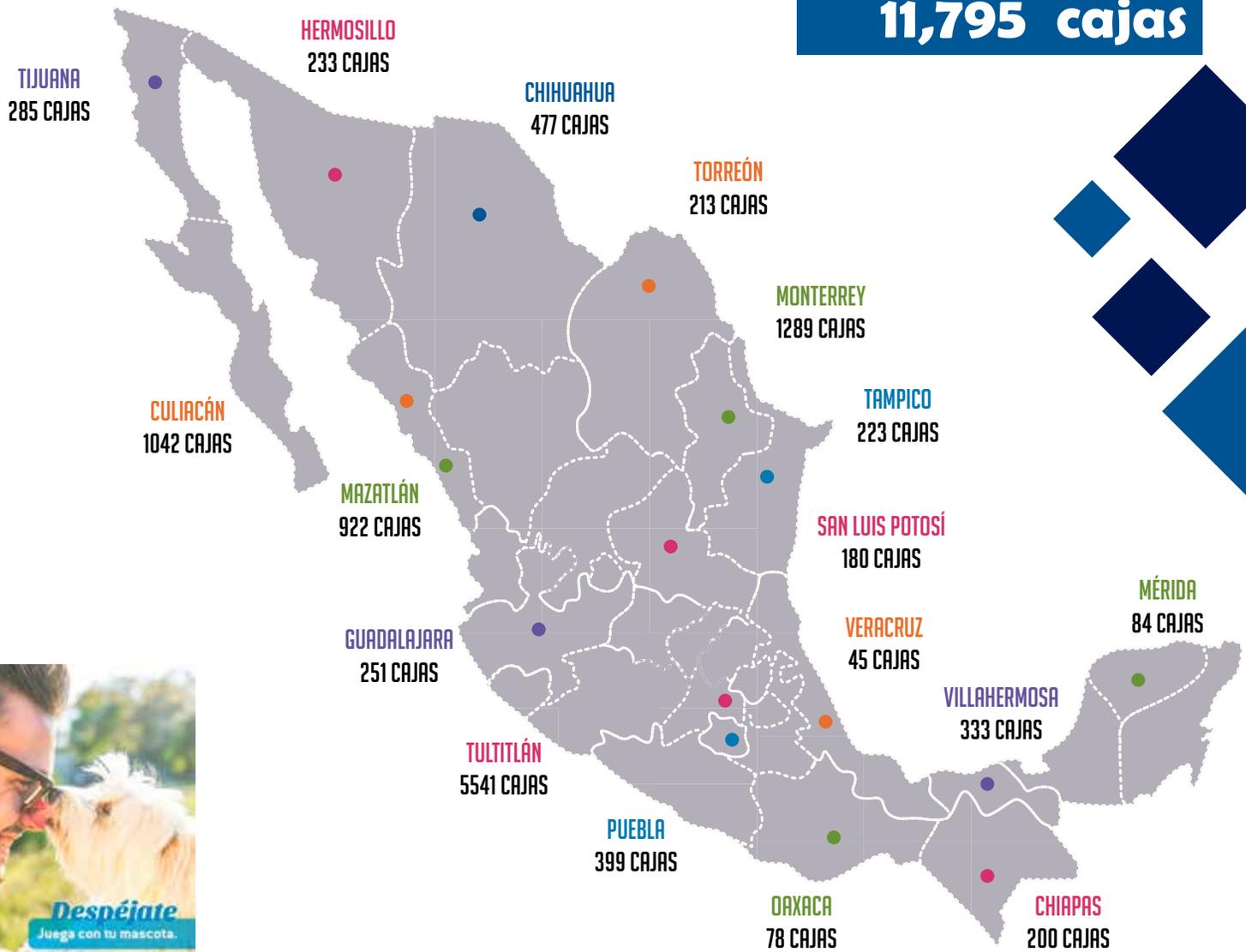
Lucha y concientización
Cáncer de mama



**Concientizamos
y nos unimos
para ayudar.**

Donaciones en especie

11,795 cajas



"Donación de mobiliario"

Mesas 2 pz
Sofá 1 pz



"Donación monetaria"

Total: \$728,290

Fundación Bella \$370,000
Asociación Ale \$280,000
Carrera Grupo Pinsa \$139,290



"Tapitas con causa"

Total: 104 Quimioterapias
AMANC

Primera entrega 90 kg
Segunda entrega 80 kg
Tercera entrega 90 kg



"Ayuda de pelos"

Total: 50 perritos

Albergues 2
Rescatista independiente 2

Negociando

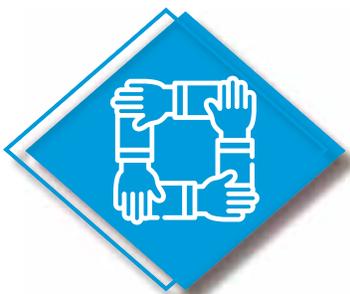
eticamente



Promovemos la dignidad de las personas a través de un trato justo, apoyando el cuidado de su salud, su seguridad y un buen ambiente de trabajo.

Velamos por la equidad y el balance entre el trabajo y la vida familiar.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE:



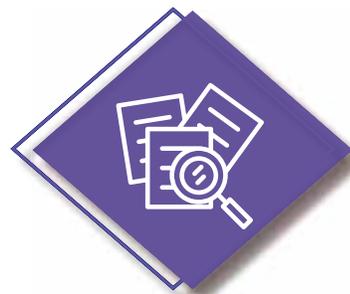
Operamos con prácticas de mercado honestas, transparentes y de colaboración.



Promovemos prácticas comerciales, basadas en códigos éticos que rigen nuestra relación en cada grupo de interés.



Prohibimos la utilización de prácticas ilícitas, para las obtención de ventajas comerciales y personales.



Auditamos todas nuestras operaciones de manera interna y externa, mediante el uso de programas especializados.



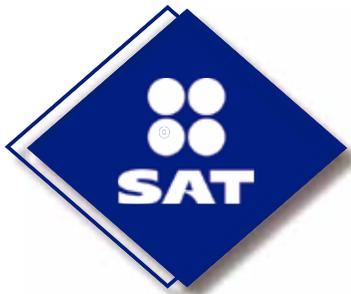
“Sanidad con clientes y proveedores”

Disminuir los días de cartera
Disminuir los días de inventario
Mejorar la gestión con proveedores
Reducción de costos logísticos

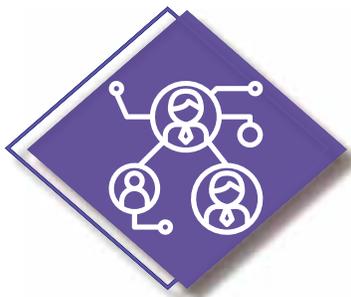


“Cumplimiento de obligaciones”

Clientes
Proveedores

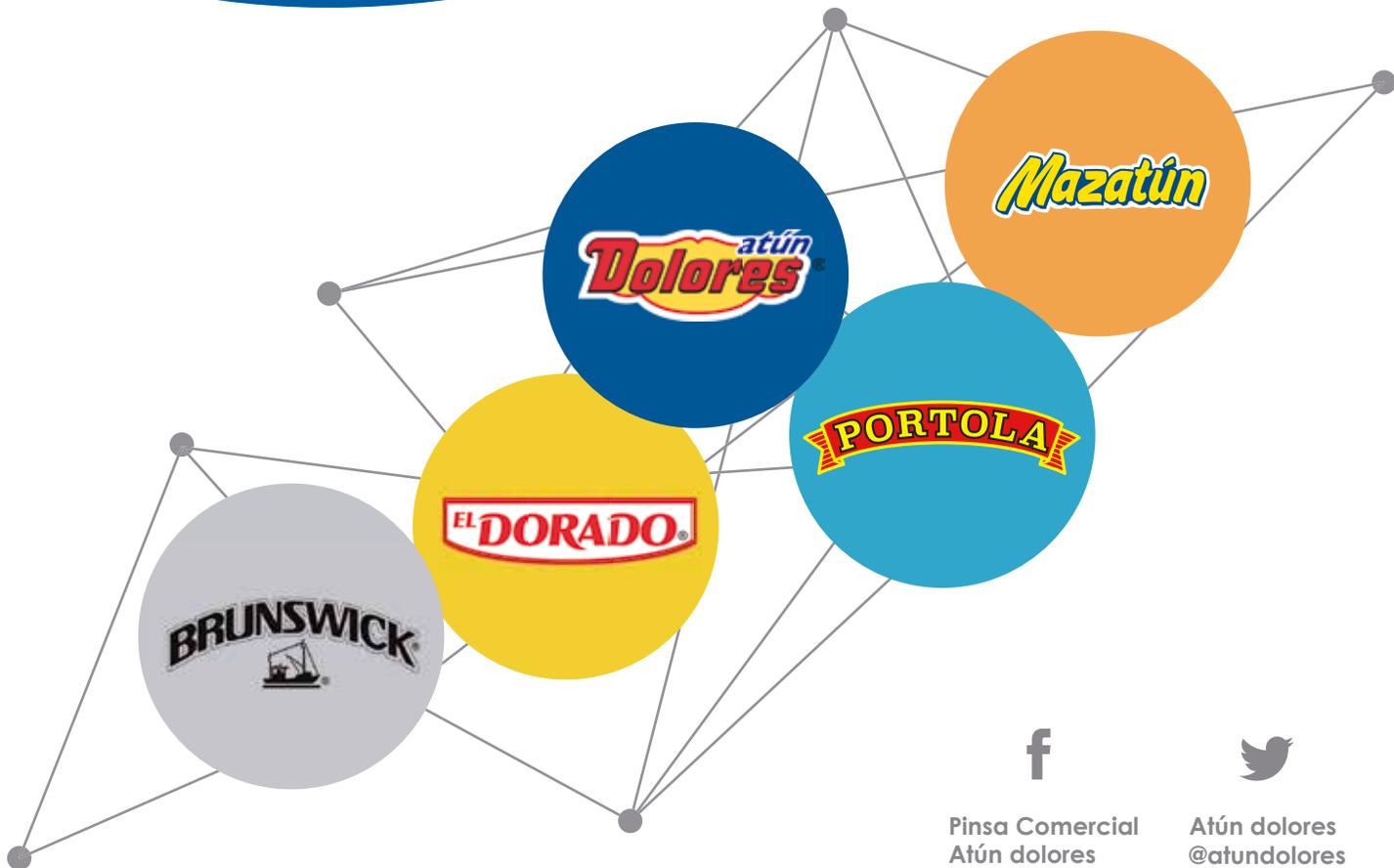


“Transparencia ante el SAT”



“Reestructura comercial”

Atención directa a clientes
Asegurar presencia de marca
Crecimiento en el canal de venta



Pinsa Comercial
Atún dolores
Atún mazatún



Atún dolores
@atundolores

