



**20
22**

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

GLOBAL FRUSELVA ETVE, S.L.U.



ÍNDICE

1. CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO	4
2. PRESENTACIÓN	5
3. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA	6
4. HISTORIA, MODELO DE NEGOCIO Y ENTORNO EMPRESARIAL	7
4.1 Historia de Fruselva	7
4.2 Actividad y Mercado	10
4.3 Organigrama	11
4.4 Proceso de Fabricación	12
5. METODOLOGÍA	13
6. GRUPOS DE INTERÉS	14
6.1 Clientes	15
6.1.1 Fomento de la Calidad	16
6.1.2 Productos Orgánicos	18
6.2 Empleados y empleadas. Motores de la empresa	19
6.2.1 Salud y Seguridad en el Lugar de Trabajo	20
6.2.2 Lucha Contra la Corrupción	20
6.2.3 Igualdad de Oportunidades	21
6.2.4 Compromiso con las buenas prácticas sostenibles	22
6.3 Proveedores. Socios estratégicos	23
6.4 Comunidad. La relación con el entorno	23
6.4.1 Colaboración con Entidades Sociales y Culturales	24
6.4.2 Colaboración con Entidades R+D	25
6.5 Directores	26
7. MANEJO DE RESIDUOS Y ECONOMÍA CIRCULAR	27
8. GESTIÓN / RECUPERACIÓN DEL RECURSO HÍDRICO	28

CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

Desde Global Fruselva ETVE, S.L.U. presentamos el primer Informe de Progreso como muestra de nuestro compromiso, respeto y desarrollo de acciones en favor de los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la lucha contra la corrupción que contribuyan al cumplimiento de los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y al desarrollo de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).


En Global Fruselva estamos convencidos que el futuro de nuestra compañía pasa por cuatro vértices: las personas, la innovación, el respeto y su capacidad de retornar a la sociedad la confianza depositada en nuestra empresa. Estos últimos años, además, han supuesto un reto todavía mayor por el impacto que ha tenido la pandemia provocada por la Covid-19 en todo el mundo y en la que el bienestar y la seguridad han sido una prioridad. Conscientes de esta realidad hemos mejorado nuestros procesos de calidad, seguridad y transparencia tanto para nuestro equipo, colaboradores, como para nuestros clientes.

Este primer Informe de Progreso recoge las iniciativas que hemos trabajado a nivel interno, como la implantación de un código ético que define los derechos y deberes de los miembros de la organización, que se pueden encontrar en cualquiera de las oficinas o plantas productivas en todo el mundo. El encargado de velar por su correcta aplicación es el Comité de Ética. También hemos creado un Canal de Denuncias abierto a trabajadores, clientes, proveedores o consumidores de forma completamente anónima. Todo esto se completa con otras actividades y procesos que le terminan de dar sentido, como nuestro Reglamento Interno; las evaluaciones de Satisfacción Laboral y de Desempeño o de políticas vinculadas a las RRHH.

En materia medioambiental hemos empezado a evaluar e implementar acciones para ir avanzando en la implantación de un modelo de economía circular y de reducción de la Huella de Carbono. Entre las acciones más destacadas están la implementación de aireadores de agua en todas las llaves de la megafactory de Maule (Chile); implementación de incentivos para desincentivar el uso del coche para ir a trabajar o la segregación de los residuos desde el origen. Además, ante el problema estructural que tiene Chile con la gestión del agua nos hemos implicado de forma directa para lograr la obtención del Certificado Azul, una iniciativa público-privada que promueve la gestión sostenible del recurso hídrico en el país.

En Global Fruselva somos conscientes de que la comunicación es fundamental para dar notoriedad a este sistema de gestión. Por eso, nos comprometemos a divulgar los Principios del Pacto Mundial a través de nuestros canales de comunicación, tanto internos como externos, así como la publicación de este primer Informe de Progreso. Nuestra firme voluntad es seguir reportando nuestros avances en posteriores Informes de Progreso y llevar a cabo nuestros compromisos con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Atentamente,



Xavier Martínez i Serra
Presidente Ejecutivo

fruselva
GLOBAL BABY FOOD CO-MANUFACTURER
- GLOBAL FRUSELVA ETVE S.L.
Carrer Guerau de Lloist 9
43206 - Reus (Tarragona), Spain
Tel: (+34) 977 95 19 76
NIF: B43606862

A young child with dark hair, wearing a white t-shirt and blue denim overalls, stands in a lush green field. The child is holding a colorful pinwheel on a wooden stick, looking up at it with an open mouth in a joyful expression. The background is a soft-focus green field.

2. PRESENTACIÓN

Global Fruselva ETVE S.L.U. presenta su primer Informe de Progreso sobre el Pacto Mundial de la ONU con el objetivo de hacer público el cumplimiento y promoción de las buenas prácticas a favor de los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la lucha contra la corrupción que plantean los Diez Principios de la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Nuestra firme voluntad de renovar la vinculación con el Pacto Mundial responde a la intención de comunicar nuestros compromisos y avances a todos los grupos de interés vinculados con Fruselva y la voluntad de crear valor a corto, medio y largo plazo. Por todo ello, este Informe de Progreso que se desarrolla a continuación aportará información sobre aquellos aspectos de la compañía que reflejan un impacto económico, buenas prácticas medioambientales y de buen gobierno corporativo.

3. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

Nombre completo (Razón social): Global Fruselva ETVE, S.L.U.

Propietario y Presidente: Xavier Martínez i Serra

Dirección: C/ Guerau de Liost, 9 / CP: 43206

Localidad: Reus

Provincia: Tarragona

País: España

Número de trabajadores: +- 500

Dirección web: www.fruselva.com

Facturación: 37.935.784€

Sector: Alimentación

Países donde está presente o tiene producción:
España, Chile, Colombia, Méjico y EEUU



4. HISTORIA, MODELO DE NEGOCIO Y ENTORNO EMPRESARIAL

4.1 HISTORIA DE FRUSELVA

Fruselva inicia su actividad empresarial el 27 de diciembre de 2007, después de la adquisición por parte de Masergrup de la compañía productora de zumos y néctares Pago Fruchtsäfte, propiedad de Heineken.

Durante sus inicios, la actividad principal de **Fruselva** era la de copacker de zumos y néctares en formato vidrio para la marca Pago, al pasar ésta de ser el propietario de la fábrica al único cliente de la misma. Durante el periodo del 2008 al 2010, el enfoque de la compañía estaba en captar clientes de zumos y néctares en vidrio con el objetivo de diversificar la cartera de clientes. A finales del 2010, y después de un análisis del posicionamiento de la misma, se define la nueva estrategia de la compañía, donde pasa de ser un “Co-Packer” a un “Global Co-Manufacturer”, con clara vocación de internacionalización (Global), de innovación tanto en producto como en formatos (Global), y de competitividad y especialización de toda la cadena de valor del producto final fabricado para terceros (Co-Manufacturer).

Entre 2010 y 2011 se define el modelo competitivo de la compañía, ofreciendo los servicios de:

- Desarrollo de Producto e Innovación
- Certificaciones de Producto
- Gestión de la cadena completa de suministro
- Producción
- Logístico
- Customer Service

Y estratégicamente diversifica su línea de formatos de envasado, añadiendo el formato pouch, formato líder en alimentación infantil y refuerza su vocación de producción de marcas privadas de cliente final y supermercados.

En 2014, y siguiendo la línea estratégica de ser Global, llega la apertura de la segunda fábrica del grupo en el continente americano, concretamente en Chile, para dar un servicio más próximo al mercado americano. A lo largo de estos años, del 2010 al 2018, la compañía se convierte en el principal Global Co-Manufacturer de alimentación infantil en formato pouch, siendo el socio estratégico preferido por las principales cadenas de supermercados y grandes marcas. Fruselva busca trabajar de la mano con sus clientes globales, creando productos naturales, saludables, nutritivos y deliciosos que puedan llegar a los hogares de todo el mundo, ofreciendo una mejor nutrición a niños de todo el mundo, a través de eficiencias, especialización e innovación.

4. HISTORIA, MODELO DE NEGOCIO Y ENTORNO EMPRESARIAL

Durante el 2015, dentro de la estrategia de diversificación de formatos e innovación de producto, la compañía incorpora la tecnología HPP en su fábrica en España para la producción de productos alimenticios líquidos sin el uso de tratamiento térmico y manteniendo la calidad nutritiva de los productos.

En 2015 y 2016, después de una etapa inicial de consolidación del mercado en Sur América, se inicia el desarrollo del mercado en Norte América, con la apertura de delegaciones comerciales en México y Estados Unidos.

A finales de 2016 se incorpora al accionariado de Fruselva un fondo de inversión, etapa durante la cual Fruselva mantiene su liderazgo tanto en Co-Manufacturing de alimentación infantil en formato pouch, ampliando su presencia en Centro America con la apertura de una sociedad comercial y operativa en Colombia.

Cinco años después, en marzo de 2021, se produce una separación accionarial del negocio, donde Xavier Martínez, fundador y consejero delegado, mantiene la presidencia y la propiedad de Fruselva y se queda con todo el negocio americano y la gran factoría de Chile. En esta nueva andadura como socio único, mantiene además los clientes y el negocio asiático para continuar su exitosa trayectoria centrada en la alimentación infantil.

En junio del 2021 da un paso muy importante y adquiere los activos productivos de pouch de la factoría FLP en Chinchiná (Colombia), para mejorar el servicio closet o customer en Colombia y países de la región. De esta forma, Fruselva pasa a tener dos grandes factorías en el continente americano.

En la actualidad, todo el grupo Fruselva trabaja con los retailers y marcas más relevantes del mundo en la elaboración de alimentos infantiles de máxima calidad y cuenta con las principales certificaciones internacionales y nacionales. Cada planta es regularmente auditada y certificada por las instituciones globales de mayor exigencia y credibilidad. Nuestro compromiso con la calidad y seguridad de los alimentos es total y, por eso, hemos impregnado nuestra filosofía en todas las formas de entender la compañía.

Desde Fruselva cuidamos todos los detalles sociales y competitivos que permiten ofrecer un servicio y atención excelente a nuestros clientes logrando crecer en el mercado. Además, la empresa se focaliza en la producción de alimentos infantiles innovadores, saludables, nutritivos, convenientes, competitivos y con el mejor sabor, que permite la cobertura total de regiones potenciales en un tiempo récord dentro del continente americano. La principal misión es ser el principal Co-manufacturer de alimentación infantil del mundo.

4. HISTORIA, MODELO DE NEGOCIO Y ENTORNO EMPRESARIAL

La calidad y seguridad de nuestros productos también la completamos con un rápido y eficiente suministro gracias a la cercanía y confianza que tienen depositada en nosotros los clientes.

En última instancia, y en línea con la exigencia de cumplir con los estándares más exigentes, tenemos implantado un sistema de gestión de calidad según la norma BRCGS v8, la cual tiene las mejores prácticas para las industrias de alimentos y manufacturación.



4. HISTORIA, MODELO DE NEGOCIO Y ENTORNO EMPRESARIAL

4.2 ACTIVIDAD Y MERCADO

Fruselva es un líder en coproducción de alimentación infantil con fábricas y oficinas en los Estados Unidos, Latinoamérica, Europa y Asia. Con decenas de clientes y cientos de productos vendidos en todo el mundo, Fruselva se ha convertido en el socio estratégico preferido por algunas de las principales cadenas de supermercados y grandes marcas, al igual que ha ayudado a emprendedores a transformar sus ideas en grandes negocios en la industria de la alimentación infantil.

Atentos a las tendencias en lo relativo a nutrición, formatos y envases, así como también a la evolución y avances de la legislación global y local de cada país, respecto principalmente a temas medioambientales, estamos permanentemente buscando las mejores alternativas en cuanto a materias primas, para entregar a nuestros clientes y a través de ellos a los consumidores, las mejores soluciones para la alimentación de los más pequeños de la familia.

Fruselva ofrece un amplio rango de productos, ricos y saludables, en distintos tamaños y formatos. Desde frutas y vegetales hasta lácteos y carnes, ofrecemos alternativas perfectas para cada ocasión de consumo ya para cada etapa del desarrollo de los niños y niñas a partir de los 4 meses de edad.

Trabajamos muy de la mano con cada uno de nuestros clientes, para poder satisfacer de manera efectiva, las necesidades particulares de cada uno. Entendemos esa colaboración, como uno de nuestros valores.

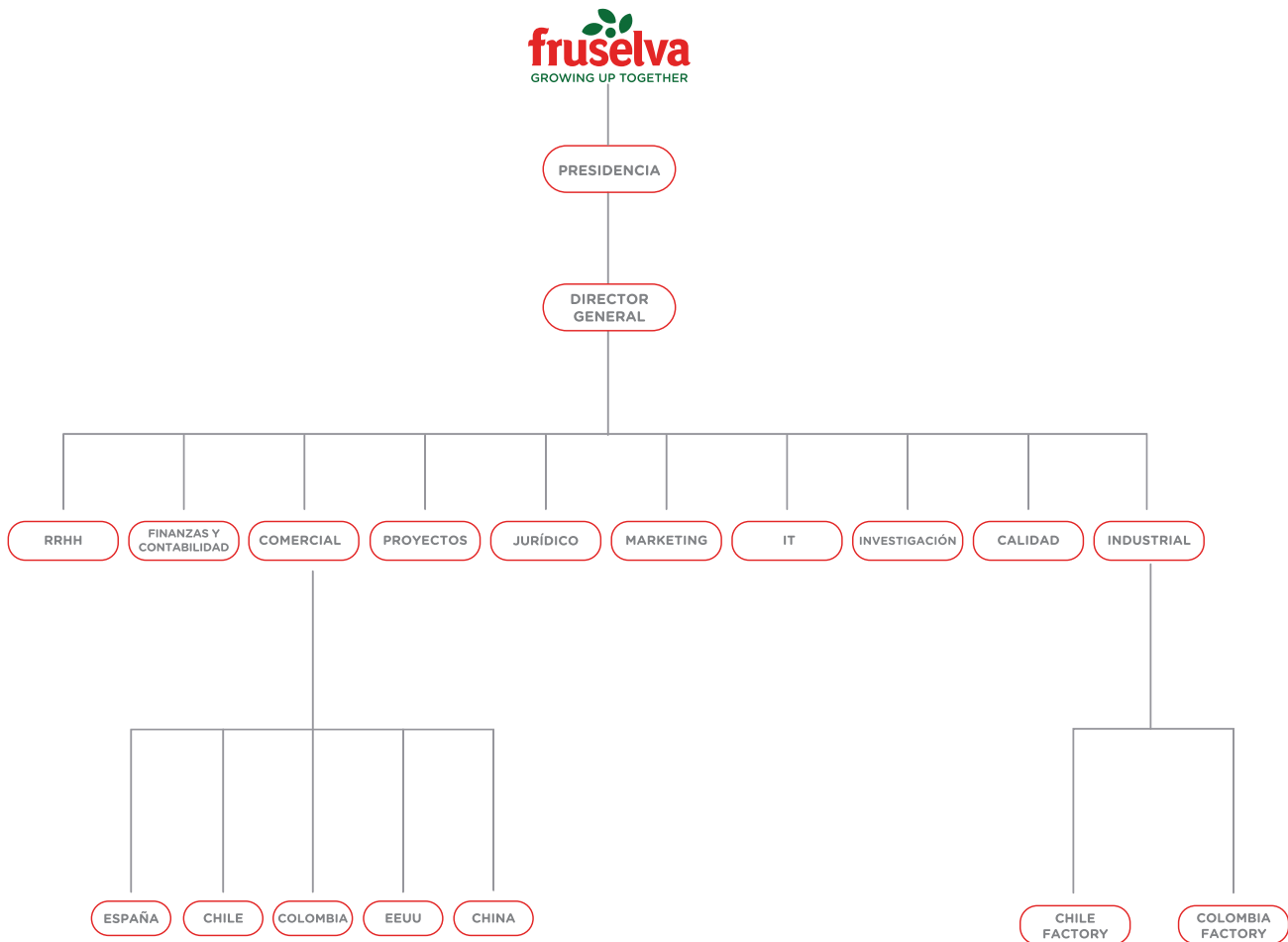
Estamos inmersos en una industria que se ve permanentemente desafiada, tanto por los consumidores, como por la legislación, lo que hace que buena parte de nuestros esfuerzos estén orientados el área de I+D+i.

Queremos seguir liderando el mercado de la coproducción de alimentos, con productos de mejor calidad y cada vez más sostenibles.



4. HISTORIA, MODELO DE NEGOCIO Y ENTORNO EMPRESARIAL

4.3 ORGANIGRAMA

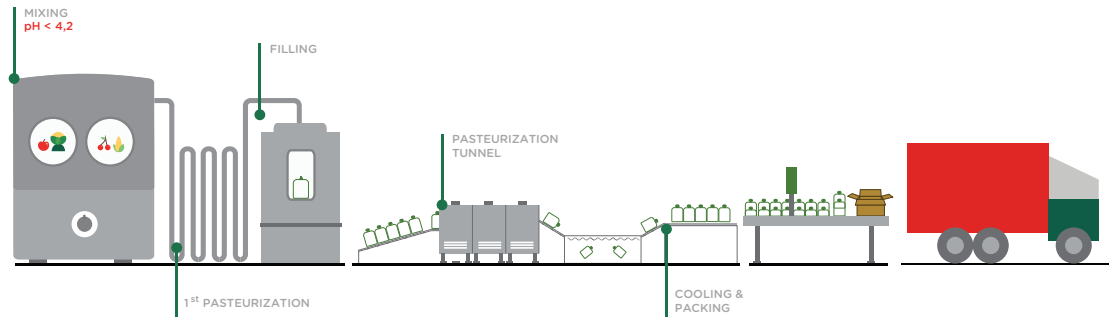


4. HISTORIA, MODELO DE NEGOCIO Y ENTORNO EMPRESARIAL

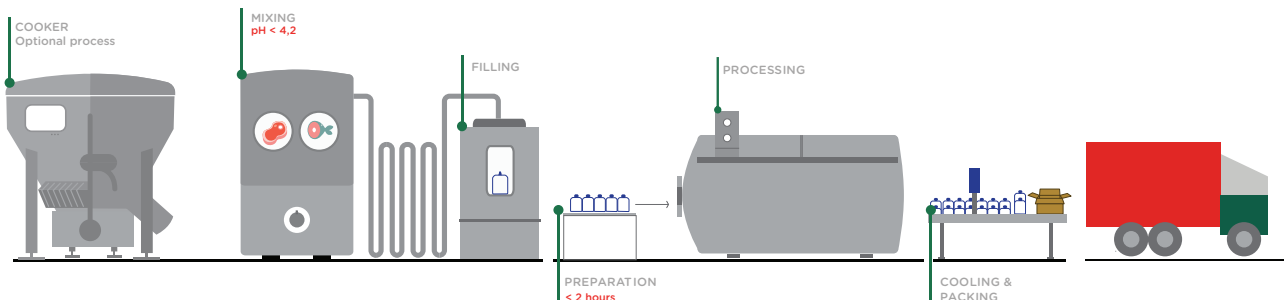
4.4 PROCESO DE FABRICACIÓN



PASTEURIZATION



STERILIZATION



5. METODOLOGÍA

Durante los últimos cinco años se ha puesto de manifiesto que las empresas deben replantearse sus modelos de negocio para que la generación de valor económico no sea su única prioridad.

Las personas y el medio ambiente han ido adquiriendo relevancia y esa evolución ha dado forma a lo que hoy conocemos como los modelos de negocio de triple impacto.

Como Fruselva estamos en sintonía con esta evolución. Es por ello que desde fines del año 2021 comenzamos un plan integral de mejoras que buscan precisamente ir haciendo realidad este cambio.

Todo esto, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que son el corazón de la Agenda 2030 y que muestran una mirada integral, indivisible y una colaboración internacional renovada. En conjunto, construyen una visión del futuro que queremos; fueron adoptados por las Naciones Unidas en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el 2030 todas las personas disfruten de paz y prosperidad.

Los ODS, que son 17, están integrados: reconocen que la acción en un área afectará los resultados en otras áreas y que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad social, económica y ambiental. Los países, y dentro de cada país las instituciones privadas y públicas, se han comprometido a priorizar el progreso de los más rezagados.

Este primer reporte, en el cual está plasmada la información del desempeño económico, ambiental, social y de gobierno de Fruselva, busca evidenciar como este propósito, se ha ido traduciendo en iniciativas concretas tendientes a cumplir con nuestra parte en la consecución de estos objetivos globales.



6. GRUPOS DE INTERÉS

Como Fruselva, definimos 5 Grupos de Interés: Clientes, Proveedores, Colaboradores, Comunidad y Accionistas.

Convencidos de que estos 5 grupos son los más relevantes para nuestro modelo de negocio y de desarrollo, estamos orientando nuestros esfuerzos a la resolución de diferentes materias que se relacionan y/o afectan a cada uno o a algunos de ellos.

Con la finalidad de poder definir esta hoja de ruta es que estamos realizando un Estudio de Materialidad, a través del cual queremos alinear los objetivos y prioridades con cada uno de estos grupos, en lo relacionado a temas tan diversos como:

- **Gestión del agua.**
- **Bienestar de los Clientes.**
- **Calidad y Seguridad de los Productos.**
- **Gestión de la Cadena de Suministro.**
- **Salud, bienestar y seguridad ocupacional.**
- **Emisiones de GEI.**
- **Abastecimiento sostenible.**
- **Envases y embalajes.**
- **Gestión de residuos.**
- **Impactos en la biodiversidad**
- **Relacionamiento con las Comunidades entre otros.**

Una vez finalizado el estudio (mediados de Julio 2022), podremos reformular el plan, ajustar políticas y prioridades y definir objetivos concretos y cuantificables, de corto, mediano y largo plazo, para cada una de las áreas definidas como claves.

6. GRUPOS DE INTERÉS

6.1 CLIENTES



Para Fruselva, el Cliente siempre es lo Primero. Nuestros clientes no sólo son el foco de lo que hacemos, también son la principal fuente de ideas y conceptos para nuestra innovación. En Fruselva abrimos las puertas a todo tipo de proyectos de nuestros clientes y trabajamos intensamente para hacerlos realidad. Junto a lo anterior, la calidad y la seguridad alimentaria, son 2 ejes fundamentales dentro de nuestro modelo de negocio.

Fruselva cuenta con un departamento de I+D+i de cabecera en Catalunya y equipos locales en cada una de sus fábricas. Junto con una iteración rápida, una buena I+D requiere una visión a largo plazo para comprender cómo evolucionan los productos con el tiempo. Una cantidad dedicada de nuestros recursos está designada para el análisis a largo plazo de la vida útil y la evolución nutricional de nuestras innovaciones para garantizar que mantengan sus propiedades a lo largo del tiempo.

Podemos garantizar que todos los productos cumplen los estándares y exigencias que rige la legislación aplicable en materia de seguridad alimentaria en el ámbito local e internacional.

6. GRUPOS DE INTERÉS

6.1.1 FOMENTO DE LA CALIDAD

Contamos con la certificación BRCGS, que es un esquema diseñado para armonizar los estándares de seguridad alimentaria en toda la cadena de suministro. Hoy en día es reconocido mundialmente en las industrias alimentarias y no alimentarias como uno de los esquemas de certificación de terceros más rigurosos.

Los siguientes criterios se evalúan durante la certificación de alimentos:

- Compromiso de la alta administración y desarrollo de una cultura de seguridad del producto.
- Riesgos significativos de seguridad alimentaria para productos y procesos, para garantizar la seguridad del producto en base al análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP) y un plan de seguridad alimentaria.
- Sistemas de gestión de la calidad para documentar políticas y procedimientos organizativos y de gestión.
- Condiciones ambientales y operativas necesarias para una producción alimentaria segura.
- Desarrollo de sistemas de prevención del fraude alimentario para proteger el sitio web de la compra de materiales fraudulentos.
- Alentar a los sitios web a desarrollar sistemas sólidos para la seguridad de los productos y la defensa alimentaria.
- Requisitos para áreas de riesgo de producción de alto riesgo, alto cuidado y ambiente de alto cuidado.

A continuación, detallamos todas las certificaciones de las que dispone la empresa:

Seguridad Alimentaria Global



BRCGS Food Safety

BRCGS Ayuda a reforzar la confianza a lo largo de toda la Cadena de Valor. Su estándar global asegura a los consumidores que los productos son seguros, legales y de la más alta calidad.

Otros Estándares Internacionales



Non-GMO

El proyecto Non-GMO busca entregar los más avanzados estándares para garantizar el uso de productos sin modificación genética.



FDA (Food and Drug Administration)

La FDA es una institución norteamericana responsable de proteger la salud pública asegurando eficacia y seguridad de medicamentos, alimentos y cosméticos entre otros para el consumo humano o animal.



Gluten Free

El certificado GFCO es una verificación independiente de la calidad e integridad y los productos que llevan su marca tienen el más alto estándar de garantía de productos libres de gluten.

6. GRUPOS DE INTERÉS

6.1.1 FOMENTO DE LA CALIDAD



Miembro Sedex

Sedex es la mayor plataforma colaborativa sobre operaciones, responsable de información de la cadena logística, con más de 55.000 miembros en todo el mundo.



ACHS

El reconocimiento de la ACHS es el resultado de una cuidadosa auditoría, que certifica que todas las recomendaciones entregadas por las autoridades sanitarias fueron implementadas para evitar la propagación del COVID-19 y cumplir con la normativa laboral vigente.

Lineamientos dietético-religiosos



Kosher

La certificación Kosher es el sello de aprobación de una Agencia Rabina verificando la producción e ingredientes utilizados no tengan ningún elemento de sustancias no-kosher.



Halal

La certificación Halal es un proceso que asegura la calidad y característica de los productos para que cumplan con las reglas establecidas por el Consejo Islámico que permite el uso del sello Halal.

Organic Certifications

Fruselva posee certificaciones que permiten la elaboración de productos orgánicos bajo las normativas de USA Canadá, Chile, Argentina, México, Brasil y Japón.

Poseer certificación orgánica implica que al menos un 95% de los ingredientes utilizados son de origen orgánico, garantizado desde su origen.



6. GRUPOS DE INTERÉS

6.1.2 PRODUCTOS ORGÁNICOS

Los alimentos orgánicos son cultivados sin pesticidas artificiales, fertilizantes o herbicidas. La carne, los huevos y los productos lácteos orgánicos, se obtienen de animales que se alimentan con comida natural y no se les administra hormonas o antibióticos. Además de ofrecer productos que traen beneficios para la salud al ser humano, colabora con detener significativamente daños al medio ambiente y a la tierra de cultivo.

En cuanto a los consumidores, la importancia de consumir productos orgánicos se debe al beneficio que generan los mismos para el cuerpo humano gracias a su cantidad de nutrientes, los cuales no están alterados por ningún químico, conservante, colorante, insecticida, pesticida u hormona como suelen utilizar los alimentos procesados.



6. GRUPOS DE INTERÉS

6.2 EMPLEADOS Y EMPLEADAS. MOTORES DE LA EMPRESA

En toda empresa, el recurso más valioso son los empleados. Gracias a ellos, a su esfuerzo, talento y conocimientos, es posible lograr los objetivos y resultados que las organizaciones esperan, además de crecer y posicionarse en el mercado de forma exitosa.

Esto es sumamente relevante, porque pone en el centro de los esfuerzos internos el cuidado de los colaboradores. En Fruselva se han impulsado muchas acciones para procurar el bienestar, tanto laboral como personal, del recurso humano, siendo la más importante la implementación de una política de No Discriminación. Dentro de esas iniciativas, podemos mencionar las siguientes:

1. **Para fortalecer la comunicación:** Se ha hecho un esfuerzo importante para mejorar las comunicaciones internas. Cosas tan simples como dar la bienvenida de manera formal a una persona que se incorpora a la empresa, así como la formalización de un canal de denuncias, el que además va acompañado de un comité de ética, ayudan a reforzar la calidad y oportunidad de Las comunicaciones.
2. **Para fomentar la convivencia:** La realización de talleres masivos sobre temáticas no exclusivas del trabajo (capacitaciones para la vida), han ayudado al reconocimiento entre compañeros de trabajo. Los saludos de cumpleaños también aportan en ese sentido.
3. **Para impulsar el sentido de pertenencia:** Los talleres antes mencionados, que han contado con momentos dedicados a la conversación sobre Sostenibilidad, Diversidad, Equidad e Inclusión, han logrado que la gente sienta esos espacios como propios. A esto se suma el estudio de Satisfacción Laboral que tenemos en curso y que sin duda generará insumos importantes para fortalecer esa relación.

La preocupación por nuestros colaboradores se traduce en algunos beneficios, tales como:

1. Bus de acercamiento gratuito.
2. Operativos de vacunación Covid19.
3. Aguinaldos de Fiestas patrias y Navidad.
4. Seguro Complementario de Salud.
5. Becas de Estudio, tanto para empleados como para sus hijos.



6. GRUPOS DE INTERÉS

6.2.1 SALUD Y SEGURIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO

Las actividades en materia de salud y seguridad laborales deben tener por objeto evitar los accidentes y las enfermedades laborales, reconociendo al mismo tiempo la relación que existe entre la salud y la seguridad del trabajadores, el lugar de trabajo y el entorno fuera del lugar de trabajo.

La aparición del Covid, también ha impactado en la forma de relacionarnos y en la revisión de los protocolos asociados a la seguridad y a la prevención. Los resultados de los últimos años son los siguientes:

AÑO	Nº DE ACCIDENTES LABORABLES	CASOS COVID-19	OPERATIVOS DE VACUNACION
2020	23	0	0
2021	27	32	4
2022	27	29	2

Dentro del proceso de inducción de cada nuevo empleado, hay una capacitación específica en temas de seguridad; al final de la misma se hace entrega formal del Reglamento Interno, dentro del cual vienen contenidas las materias relacionadas a seguridad, así como los derechos y obligaciones de cada uno, más allá del rol específico que cada uno desempeñe.

Fruselva reconoce como uno de sus valores, ser una organización con un alto grado de diversidad (de nacionalidad, de edad, de tipo de formación profesional, de identidad sexual), por lo que para reafirmar ese concepto es que estamos trabajando en la revisión y adaptación de todos los Job Description, para que ocupen lenguaje inclusivo.

Otro aspecto importante es el relativo a las remuneraciones. En este ámbito, estamos suscribiendo el Desafío 10x, el que busca la reducción de las brechas salariales y que plantea como meta que no exista una diferencia entre el sueldo más alto y el mas bajo, superior a 10 veces.

6.2.2. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Como ya habíamos mencionado, hemos implementado un Canal de Denuncias y un Comité de Ética, cuyo rol fundamental es atender las denuncias que se puedan presentar y resolverlas, así como también identificar áreas, procesos o tareas que pudieran presentar riesgos. La idea es poder ir actualizando y mejorando el Análisis de Riesgos Éticos ya realizado durante el primer semestre de este año.

Apuntamos a ser, desde los puntos de vista moral y ético, referentes de la industria. La ética es una especie de reguladora de los actos humanos, avocando a cada persona a pensar entre lo que es bueno o malo y de esa manera guiar sus acciones, las cuales va a determinar su desarrollo en la sociedad.

Entonces, la ética debe ser uno de los motores que mueva nuestro proceder como compañía.

6. GRUPOS DE INTERÉS

6.2.3 IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

El crecimiento o las oportunidades de crecimiento de cada persona dentro de Fruselva, debe estar definida por su talento. Se define talento como aquella capacidad que un individuo posee para desempeñar o ejercer una actividad. Son las buenas aptitudes que tiene una persona para hacer algo en concreto.

A modo de ejemplificar podemos decir a Junio del 2022 son 50,2% mujeres y 49,8% hombres, sobre un total de 458 colaboradores, dando una equidad casi total entre géneros.



Equipo del departamento de I+D.

6. GRUPOS DE INTERÉS

6.2.4 COMPROMISO CON LAS BUENAS PRÁCTICAS SOSTENIBLES

Una parte fundamental de todo esto es nuestra adhesión total al cumplimiento y promoción de las buenas prácticas a favor de los DDHH.

Tomamos la Declaración Universal de Derechos Humanos de la ONU, proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en París el 10 de diciembre de 1948, como la guía para la definición de nuestras políticas relacionadas.

En sus 30 artículos, no sólo se definen los Derechos Humanos fundamentales, sino que también se abordan materias tales como la Igualdad, la Inclusión y la Diversidad.

En esa dirección, el pasado Junio realizamos un Taller de Diversidad, Equidad e Inclusión, temas fundamentales para una empresa que quiere, de manera efectiva, poner a las personas en el centro, generando los espacios para que todos los colaboradores puedan participar en la construcción del proyecto Fruselva.

Esto, finalmente, se traduce en una organización donde las relaciones entre personas se dan de manera fraterna y honesta.

Recordemos que el Artículo 1 de dicha declaración dice: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.”



6. GRUPOS DE INTERÉS

6.3 PROVEEDORES. SOCIOS ESTRATÉGICOS

Contar con buenos proveedores es vital para la Sostenibilidad de cualquier negocio, por lo que nos interesa tener relaciones de largo aliento con cada uno. En Fruselva, tenemos una altísima valoración por nuestros proveedores y su trabajo. No obstante aquello y en la medida en que la industria y los clientes van elevando los estándares de calidad, es que estamos permanentemente buscando cómo poder mejorar en toda nuestra cadena de suministros.

En ese sentido, trabajamos un manual de Proveedores, tendiente a estandarizar los criterios de selección. Así también, estamos actualmente trabajando en una medición de nuestra cadena de suministro, para lo cual estamos aplicando una encuesta a los principales proveedores del ejercicio 2021.

Al finalizar este proceso, procederemos a la entrega de un Código de Conducta de Proveedores, el que deberá ser aceptado formalmente por cada uno de nuestros proveedores actuales; lo mismo con los futuros proveedores que se vayan sumando.



6.4 COMUNIDAD. LA RELACIÓN CON EL ENTORNO

El tener operaciones en distintos lugares (fábricas, oficinas, bodegas), lleva a esos territorios el beneficio que significa el abrir posiciones de trabajo para los vecinos. Pero como venimos planteando, el factor económico no es lo único.

Debemos ser buenos vecinos y apostar por ser los mejores vecinos. Esto conlleva el reducir de manera importante los impactos ambientales que se puedan generar, pero además exige que nos relacionemos de manera más directa con las otras organizaciones que cohabitan en el territorio.

Actualmente nos encontramos en conversaciones con la Municipalidad de Maule, para que ellos puedan hacer de puente entre Fruselva y las distintas organizaciones sociales de la comuna, para poder conocernos y entender de qué manera nos podemos vincular en algunos de esos proyectos.



6. GRUPOS DE INTERÉS

6.4.1 COLABORACIÓN CON ENTIDADES SOCIALES Y CULTURALES

Actualmente estamos colaborando con la campaña **Junta tus Tapitas**, organizada por las Damas de Café, que es un grupo de damas, que en el año 1976 formaron un Voluntariado al servicio de niños enfermos de Cáncer. Desarrollan su labor en el área de Oncología de los Hospitales Luis Calvo Mackenna y San Juan de Dios, en Santiago, Chile.

Esta campaña surge en Julio del 2011, como una necesidad de continuar generando fondos para poder ayudar cada día a más niños. Y también que a través del reciclado de tapitas plásticas de bebidas, agua mineral y cerveza (plástico PP-polipropileno) ayudemos a sacar del ambiente estos productos que contaminan y demoran al menos 500 años en degradarse. En nuestro caso, nuestra contribución principal son los tapones de descarte de los pouches. Al mismo tiempo, al vender dicho material como reciclaje se recaudan fondos para apoyar su causa, los niños con tratamiento oncológico de escasos recursos que de todo el país llegan al Hospital Luis Calvo Mackenna y San Juan de Dios a tratarse y más puntualmente al mejoramiento de su Casa de acogida “Oncogar”.

En Fruselva también hemos colaborado con la Fundación Banc d’Aliments de les Comarques de Tarragona para recoger alimentos para los más necesitados a las puertas de las pasadas navidades y con motivo de la celebración de la Gran Recogida de Alimentos que la entidad celebra todos los años. Los trabajadores y la compañía también aportaron su granito de arena para que los niños no se quedaran sin regalos durante estas fechas tan señaladas tomando parte de la campaña especial organizada por la Cruz Roja de Catalunya. En total se recogieron decenas de juguetes nuevos, no sexistas ni bélicos.

Formamos parte de la Fundación Teatre Fortuny de Reus, entidad cultural que nace como instrumento capaz de consolidar y estimular las diversas tareas de divulgación y promoción cultural que, paralelamente a la programación de los espectáculos, se desarrollan desde la propia Fundación del Teatre Fortuny.



Imagen del interior del Teatre Fortuny de Reus.

6. GRUPOS DE INTERÉS

6.4.1 COLABORACIÓN CON ENTIDADES SOCIALES Y CULTURALES

Con el objetivo de contribuir a la creación de talento vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, en Fruselva creamos el Premio Fruselva en el ámbito STEAM (ciencia, tecnología, ingeniería, artes y matemáticas). Se trata de una beca consistente en la aportación económica anual para cubrir la escolarización de un estudiante de la Escuela Internacional del Camp. Desde Fruselva creemos que la educación es fundamental entre los jóvenes que necesitan consolidar unos buenos fundamentos que proyecten su futuro.



El Presidente de Global Fruselva, Xavier Martínez i Serra, firma y entrega el premio Fruselva al alumno de la EIC, Martin Jakolev.

Este 2022, además, el alumno Damià Colet, que se benefició de nuestra primera beca, y dos compañeras de proyecto han sido ganadores del concurso Audi Creativity Challenge frente a más de 532 candidaturas presentadas por centros educativos de toda España. Presentaron el proyecto UTAI, el cual plantea purificar el aire de las ciudades gracias al musgo integrado en los bancos de la calle. También busca concienciar a la sociedad de la importancia de conectar con el espacio natural y desconectar de los dispositivos electrónicos.



Damià Colet, con el resto del equipo, en el momento de recibir el premio como ganador del concurso AUDI CREATIVITY CHALLENGE.

6. GRUPOS DE INTERÉS

6.4.2 COLABORACIÓN CON ENTIDADES R+D

Formamos parte de la Asociación Packaging Clúster, una entidad sin ánimo de lucro que tiene como finalidad la mejora de la competitividad de las empresas, centros de conocimiento y entidades y el impulso de la economía circular. Nuestro compromiso con el trabajo colectivo y de colaboración entre empresas también queda reflejado con la participación como miembros impulsores del HUB FoodTech & Nutrition de Reus, una iniciativa público-privada con el liderazgo del Ayuntamiento de Reus que busca crear un ecosistema empresarial con la tecnología y la nutrición como protagonistas.



Acto de presentación HUB FOODTECH & NUTRITION de Reus celebrado en Febrero de 2022.

6.5 DIRECTORES

Son quienes tienen la responsabilidad de facilitar que el conjunto de personas que forman la empresa alcancen de forma satisfactoria los objetivos establecidos". Dicho con otras palabras, es un profesional cuya misión consiste en "hacer-hacer" para conseguir unos objetivos empresariales. Es por esto que son y deben ser un grupo relevante en el momento de definir no sólo lo qué queremos hacer, sino el cómo queremos hacerlo.

Cada uno de sus roles contribuye de manera directa al objetivo de migrar a un modelo de triple impacto. Dentro de ellos podemos identificar los siguientes:

1. Organizar y gestionar las tareas, las prioridades y las metas que se ha propuesto la empresa.
2. Supervisar y evaluar el trabajo que desempeñan los empleados.
3. Mejorar los proyectos y las políticas de la compañía.
4. Fomentar el compañerismo y contribuir a una Cultura Organizacional acorde con los objetivos de la empresa.

Con habilidades interculturales y capacidad de liderazgo, de comunicación en público, negociación y gestión, son los responsables de llevar un negocio en constante transformación sin dejar de ser competitivo y teniendo visión global.

7. MANEJO DE RESIDUOS Y ECONOMÍA CIRCULAR



A partir de la entrada en vigencia de la Ley 21100 que prohíbe la entrega de bolsas plásticas de comercio, el Estado chileno comenzó a dar pasos importantes hacia el cuidado del medio ambiente. Hoy la Ley 20920, que establece el marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y el fomento al reciclaje, conocida con “Ley REP”, nos exige comenzar a prepararnos para su implementación. La ley tiene por objeto disminuir la generación de residuos y fomentar su reutilización, reciclaje y otro tipo de valorización, a través de la instauración de la responsabilidad extendida del productor y otros instrumentos de gestión de residuos, con el fin de proteger la salud de las personas y el medio ambiente.

Uno de sus principios, tal vez el que mejor explica su objetivo es “El que contamina paga: el generador de un residuo es responsable de éste, así como de internalizar los costos y las externalidades negativas asociados a su manejo.

Dentro de ese proceso, estamos comenzando a evaluar e implementar acciones que nos lleven a ir cumpliendo con la ley y con nuestro objetivo de reducir nuestra Huella de Carbono; algunas de esas medidas son:

- Implementación de aireadores de agua en todas las laves de la Planta de Maule.
- Compra y uso de papel reciclado para impresoras y/o fotocopadoras.
- La segregación de los residuos desde el origen.
- Implementación de incentivos para desincentivar el uso del automóvil para el traslado hacia y desde la planta en Maule, promoviendo el uso de bicicletas o los buses de acercamiento.
- Evaluar el remplazo de los actuales buses de acercamiento, por buses eléctricos.
- Reducir el consumo de carne en el casino de la planta, remplazándola por otro tipo de proteínas de origen vegetal.
- Búsqueda y priorización de proveedores locales, que permitan reducir el uso de combustible en transporte y poder además implementar procesos de compra responsable, que permita reducir los niveles de inventario de materias primas y materiales.
- Reemplazar los productos de ase utilizados en planta, por productos biodegradables.

En paralelo, debemos ir explorando nuestro modelo de negocio para hacerlo más Circular. Para este tránsito, necesitamos no sólo recursos, sino también voluntad de todos, ya que deberemos aprender a hacer las cosas distinto.

Para esto resulta indispensable que comencemos a:

Repensar, Rediseñar, Refabricar, Reparar, Redistribuir, Reducir, Reutilizar, Reciclar y Recuperar Energía.

8. GESTIÓN / RECUPERACIÓN DEL RECURSO HÍDRICO

El problema estructural de gestión del agua en Chile junto con la crisis climática, son las principales causas de la problemática de la disponibilidad del recurso hídrico en Chile. Es así como el 53% de las comunas del país fueron declaradas en sequía hídrica, viviendo en su mayoría bajo racionamiento del recurso.

Según el último estudio (2019) de World Resources Institute del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, 17 países de 164, que reúnen a una cuarta parte de la población mundial, enfrentan un estrés hídrico cuando la demanda de agua es más alta que la cantidad disponible extremadamente alto.

En este informe, Chile se encuentra en el puesto 18, ubicándose en el segundo nivel denominado “estrés hídrico alto”, posicionándose así como el primer país en América Latina en esta condición, seguido por México que ocupa el puesto 24 y todo el resto del continente se posiciona en los estamentos medio-alto, medio-bajo y bajo.

En el informe final de la Mesa Nacional del Agua de marzo del 2022, se definió lo siguiente: “Una política hídrica para el Chile de hoy debe dar lineamientos que estimulen la inversión pública y privada para el desarrollo equilibrado y sustentable de nuevas fuentes de aguas, tales como la desalinización, reúso de aguas servidas tratadas, recolección de aguas lluvias e infiltración artificial de acuíferos. Para ello se está trabajando en la elaboración de un Plan de Infraestructura Hídrica 2020-2050 (PIIH 2050)”.

- Entre los ejes prioritarios se definió:
- Mejora de eficiencia hídrica en sistemas de riego.
- Reúso de aguas tratadas.
- Reúso de aguas grises
- Estructura de las tarifas de agua potable y eficiencia en el consumo.
- Educación y eficiencia hídrica y
- Eficiencia y huella hídrica.

Considerando eso, en Fruselva estamos evaluando algunas iniciativas que vayan en ese sentido, siendo la más desafiante, el Certificado azul, un acuerdo voluntario público privado (APL). El Certificado Azul, es un instrumento voluntario mediante el cual las empresas pueden implementar acciones concretas de resiliencia para enfrentar estos efectos adversos provocados por el cambio climático. La iniciativa público-privada promueve la gestión sostenible del recurso hídrico en Chile, mediante el uso eficiente y sustentable en la producción de bienes y servicios, con el fin de contribuir a la seguridad hídrica del país.



8. GESTIÓN / RECUPERACIÓN DEL RECURSO HÍDRICO

El Acuerdo establece que cada empresa debe aplicar la ISO 14.046, norma internacional para la Evaluación de la Huella de Agua, la cual permite identificar el consumo directo de agua (producción interna), el consumo indirecto (cadena de suministro) y los posibles efectos de la producción en la salud humana y ecosistemas (indicadores de impacto).

El Certificado Azul se gesta bajo el marco del proyecto SuizAgua del programa latinoamericano “El Agua nos Une”, iniciativa que impulsó también el Certificado Azul en Perú y que es liderada por Fundación Chile en nuestro país y financiada por la Agencia Suiza para la Cooperación y Desarrollo (COSUDE).

El Certificado Azul se gesta bajo el marco del proyecto SuizAgua del programa latinoamericano “El Agua nos Une”, iniciativa que impulsó también el Certificado Azul en Perú y que es liderada por Fundación Chile en nuestro país y financiada por la Agencia Suiza para la Cooperación y Desarrollo (COSUDE).



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

Fruselva
Carrer Guerau de Liost, 9
43206, Reus, Tarragona