

Memoria de
Sostenibilidad
2018-2019





El presente informe de Serunion abarca el ejercicio fiscal comprendido entre el 1 de octubre de 2018 y el 30 de septiembre de 2019.

La información reflejada en el presente documento corresponde al ámbito de las actividades de Serunion SAU y de sus sociedades participadas.

Esta memoria constituye el núcleo del informe de Serunion que da respuesta a los requerimientos de Información no Financiera y Diversidad, contemplados por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, información que se completa con el Informe de Estado de Información No Financiera del Grupo Elior, con los datos de todas sus sociedades con cuentas consolidadas.

Esta memoria ha sido elaborada siguiendo el estándar internacional *Global Reporting Initiative* (GRI) con opción de conformidad esencial.



1 CARTA DEL PRESIDENTE	04		
2 PRINCIPALES HITOS 2018-2019	06		
3 SERUNION, líder del sector de la restauración de colectividades en España	08		
3.1. 30 años de historia	14		
3.2. Misión, propósito y valores	15		
3.3. Elior Group, alimentando al mundo	16		
3.4. New Elior, plan estratégico para 2024	17		
3.5. POSITIVE FOOTPRINT PLAN, por una huella positiva	18		
3.6. Nuestro modelo de gestión responsable	19		
3.7. Áreas de trabajo	21		
4 GRUPOS DE INTERÉS Y ANÁLISIS DE MATERIALIDAD	22		
4.1. Relaciones de confianza y diálogo fluido	22		
4.2. Análisis de materialidad, ¿Qué es lo más relevante?	24		
5 DIMENSIÓN BUEN GOBIERNO, un compromiso diario	30		
5.1. Órganos de gobierno	30		
5.2. Ética e integridad	32		
5.3. Sistema de <i>compliance</i> , un mecanismo de control	35		
5.4. El compromiso de la alta dirección con la responsabilidad social	36		
5.5. Certificados que avalan nuestra actividad	37		
5.6. Premios y reconocimientos, una motivación extra	42		
5.7. Entidades colaboradoras para el incremento de valor	43		
5.8. Nos sumamos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible	44		
5.9. Por la prosperidad de las comunidades	45		
6 DIMENSIÓN ECONÓMICA, la innovación, motor de crecimiento	48		
6.1. Resultados 2018-2019	48		
6.2. La excelencia como gran objetivo	49		
		6.3. Una buena alimentación es la mejor inversión	54
		6.3.1. Buenos hábitos alimentarios desde la infancia	60
		6.3.2. El placer por la comida en las personas mayores	62
		6.4. Ingredientes sostenibles, buenos para la salud y para la sociedad	63
		6.5. Seguridad alimentaria, la garantía imprescindible	67
		6.6. La Innovación y la digitalización nos ayudan a crecer	69
		6.7. Compra responsable, nuestros proveedores se suman al compromiso	70
		7 DIMENSIÓN DE MEDIO AMBIENTE, acciones para reducir nuestro impacto	72
		7.1. Sistema de gestión ambiental	74
		7.2. Las 3 r: reducir, reutilizar, reciclar	76
		7.2.1. Lucha contra el desperdicio de alimentos	77
		7.2.2. Menos residuos y mejor clasificados	79
		7.3. #PorElClima	80
		7.3.1. Sistemas para reducir el consumo energético	81
		7.3.2. No malgastamos agua	83
		7.3.3. Cada vez menos papel	83
		7.3.4. Hacia la eliminación del plástico	85
		7.4. Esta es nuestra huella de carbono	86
		8 DIMENSIÓN SOCIAL, la motivación diaria de 19.528 personas	90
		8.1. El equipo crece	91
		8.2. Por la prosperidad de las personas	93
		8.2.1. Formando capacidades	97
		8.2.2. Conciliando la vida personal y profesional	98
		8.3. Las mismas oportunidades para ellas y ellos	98
		8.4. Personas con discapacidad, el complemento perfecto	101
		8.5. Trabajando en un entorno seguro y saludable	103
		9 ÍNDICE DE CONTENIDOS Y TABLA GRI	104

1 Carta del presidente



Hacer las cosas bien, como filosofía de vida en la empresa.

El modelo empresarial actual se enfrenta a grandes cambios provocados a raíz de los avances tecnológicos y al comportamiento del consumidor.

Los modelos de negocio tradicionales parecen haber caducado y por ello es crucial apostar por sistemas alternativos que se alineen con la nueva cultura social. La sociedad está demandando a las empresas un mayor compromiso social y medio ambiental, y eso no lo podemos obviar.

Como es sabido, Serunion es una compañía que, desde hace más de 30 años, tiene como misión alimentar a las personas en todas las etapas de su vida. Dicho de otra manera, Serunion está siempre cerca de cada uno de nosotros en algún momento, lugar o situación de nuestras vidas: en la escuela o universidad, en el hospital cuando estamos enfermos,

en el restaurante de nuestra empresa, en las máquinas vending cuando tomamos un café, en algún evento o espacio singular... y en muchas otras situaciones donde seguro coincidiremos.

Esa proximidad con las personas y con sus necesidades, nos ha inspirado a seguir avanzando en la dirección correcta; “hacer las cosas bien” como filosofía de vida en la empresa, significa servir con la mejor de nuestras sonrisas y preparar nuestras elabora-

ciones con los ingredientes más sanos y equilibrados, cercanos y de temporada; y con cariño, como nos gusta trabajar, siendo personas que ayudan cada día a otras personas, en cualquier centro, en cualquier lugar, ahí estamos para ofrecer el mejor servicio posible. Por eso, me enorgullece destacar que nuestros clientes nos han valorado con un 8,18 sobre 10 de media y el NPS ha sido de 35, gracias a que un 43,9% de ellos nos han puntuado con un sobresaliente.

En este ejercicio 2018-2019 hemos conseguido unas ratios de fidelización de clientes y de satisfacción excepcionales: el 95% de nuestros clientes han vuelto a renovar su confianza con nosotros, un índice muy meritorio especialmente en un sector donde aproximadamente la mitad de la actividad está vinculada a contratos públicos que finalizan y vuelven a salir a concurso automáticamente.

La nueva ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad es un paso muy importante para las empresas en este sentido, identifica a las sociedades no solamente por sus resultados económicos sino por sus buenas praxis.

Pero Serunion, como empresa, como actor social y como motor económico, debe ir más allá y buscar nuevas fórmulas que ayuden a la compañía a ser más responsable, sostenible y ética. Por eso, lideramos acciones que estén comprometidas con esta labor.

En Serunion hace más de tres años, decidimos integrar en nuestro modelo de gestión los principios ISO 26000, unos principios recogidos bajo la certificación IQNet SR10 en Responsabilidad Social, que unifican las diferentes áreas de la empresa en un único modelo de actividad responsable y consensuada con nuestros grupos de interés.

1 Carta del presidente

Igualmente, hemos desarrollado un código ético y de conducta que promovemos internamente para que llegue hasta la última persona vinculada a nuestra organización. Apostamos firmemente por la comunicación interna y externa, integramos el área de Compliance, promovemos la promoción interna de nuestros colaboradores-as, su capacitación e integración en un modelo de igualdad e incentivamos el desarrollo del talento y la toma de decisiones en todos los niveles de responsabilidad de nuestra organización.

Como presidente de Serunion, pero también como el de la patronal, la federación de empresas del sector de la restauración colectiva (Food Service España), me siento responsable de la promoción de las buenas prácticas y muy especialmente en el ámbito de la sostenibilidad. La alimentación es una de las áreas de impacto sobre el cambio climático y la sobreexplotación de los recursos, por lo que es prioritario trabajar conjuntamente por el bien común, con la máxima honestidad y transparencia.

Es urgente en estos momentos el consenso común hacia modelos más sostenibles de alimentación que minimicen los residuos, reduzcan el impacto de CO₂ y apoyen al pequeño productor local. Por este motivo, hemos sido los promotores de la 1ª certificación en España que garantiza la restauración sostenible (proporcionada por Aenor) y los primeros en obtener la certificación de “restaurante sostenible” para L’Oréal así como de “comedor sostenible” para el colegio Liceo Francés de Madrid.

Queremos mantenernos en esta forma de trabajar, buscando aportar el máximo valor a la sociedad a través de nuestra cadena de valor, fomentando el crecimiento de nuestros empleados-as a

través de la formación, promoción interna y del plan de igualdad, mientras ofrecemos el mejor servicio posible a nuestros clientes y consumidores finales, a través de la excelencia en nuestros procesos, productos y personas. Estamos comprometidos en ello y esa será, y es, nuestra forma de actuar y colaborar en pro de un futuro sostenible, equilibrado y ético.



Antonio Llorens

Presidente y Director general de Serunion

Antonio Llorens cuenta con una experiencia de más de 25 años en el sector de la restauración colectiva, ocupando varios cargos de responsabilidad en Serunion, donde empezó como Consejero Delegado. Ha desempeñado también dentro del grupo el cargo de Consejero y Director General de Áreas.

Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña, Llorens posee también un MBA por el IESE.

El Presidente y Director General de Serunion es también Presidente de la federación de restauración colectiva, Food Service España, Presidente de Restaurama (salón de la feria alimentaria) y miembro del Comité de Dirección de Alimentaria desde 1998, así como Presidente de la Fundación Prevent. Además, es Patrono de la Fundación Banco de los Alimentos y de la Fundación de Oncología Infantil Enriqueta Villavecchia.

2 Principales hitos



Experiencia de cliente

El **95%**
de nuestros clientes
renueva con nosotros

8,16 sobre **10**
es la puntuación que nos
dan nuestros clientes

El **43,9%**
nos puntúa con un
sobresaliente

7.100 familias
de Castilla León nos valora como
empresa preferida en los colegios

Premios y reconocimientos

IQNet SR10
Única empresa de nuestro
sector con la certificación
IQNet SR10

Ecovadis
La mejor puntuación del sector
en sostenibilidad por Ecovadis

Nutrición
Única empresa de nuestro sector
dentro del Patronato de la
Fundación Española de Nutrición

Certificados
Certificaciones ISO 9001,
ISO 14001, ISO 22000,
ISO 45000

Certificación ATX
en tratamiento de
alergias e intolerancias

Innovación
Premio “Innovate as one”
por Meetropolitan

20 centros
con la
certificación AMED

3.132 auditorías
de higiene
en nuestros centros

22.060 análisis
de calidad
de productos

Premio Senda
al Plan de
dinamización para mayores



Salud

179
nutricionistas
en plantilla

54%
de las compras son
de proximidad

5.672
recetas propias,
1.029 vegetarianas

80.000 libros
de nutrición editados para
nuestros clientes y comensales

4 chefs con Estrellas
Michelin nos asesoran: Hermanos
Torres, Mario Sandoval, Hermanos
Iglesias y Sergio Fernández



Social

5.000

trabajadores participaron en la encuesta laboral

77%

de índice de compromiso

El **88,9%**

de las promociones a manager son internas

87% mujeres

y 53,8% en categoría manager

10,8 años

de media de antigüedad en nuestra plantilla

Paperless

Lanzamiento del primer portal de empleados

Igualdad

Primer Plan de Igualdad

Comunicación

Implantación del primer canal de denuncias

1.500 becas

comedor a niños y niñas

13,7 Toneladas

de alimentos donados a colectivos vulnerables

161 cafeterías

han incorporado huchas de la AECC

Better taste

Promotores del estudio “Better taste in older age” para mejorar la apetencia de los mayores

100 trabajadores

participan en 7 ciudades en el voluntariado corporativo.

Adopta un abuelo

Acuerdo con las ONG: “Adopta un abuelo” y “Músicos por la salud” para acompañar a nuestros mayores

Medioambiente

Restaurante sostenible

Promotores de la certificación “Restaurante Sostenible”

Green House

1º restaurante sostenible en España: “Green House L’Oreal”

Comedor sostenible

1º comedor escolar sostenible: Liceo Francés de Madrid

Huella de Carbono

Calculamos nuestra Huella de Carbono

69.000

niños y niñas participantes del proyecto escolar: “La comida no se tira”

75%

del aceite usado valorizado en biodiesel de uso industrial

99%

de la flota de vehículos ecoeficientes

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

Serunion nació de la fusión de cinco empresas pequeñas de restauración de colectividades, que decidieron unir sus esfuerzos y compartir su conocimiento para dar a luz una empresa española de mayor envergadura.



La capacidad para asumir nuevos retos y adaptarse a las exigencias del mercado, el enfoque hacia la satisfacción del comensal y la estabilidad de los equipos, son las claves que le han llevado a mantener desde sus inicios un crecimiento sostenido hasta alcanzar desde el año 2011 el liderazgo del mercado, situación que se mantiene hasta el día de hoy.

Una política de desarrollo descentralizado, con sedes en las principales comunidades autónoma, y un sistema de responsabilidad compartida, nos ha llevado a ser el proveedor referente con un servicio cercano y personalizado, adaptado a las costumbres gastronómicas y tradiciones de cada municipio.

La actividad que desarrollamos se centra en las personas, cuidando de su atención y de su alimentación en todas las etapas de la vida.

Nuestro servicio, desarrollado a medida para cada colectivo comporta la elaboración casera de las comidas y el acompañamiento y cuidado del comensal.

La actividad que llevamos a cabo se basa en las personas, tanto las que formamos como las que servimos, por ello es fundamental la capacitación de nuestros equipos y la transmisión de los valores que configuran la cultura de nuestra compañía.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

En línea con estos objetivos y desde la transparencia, aportamos nuestras acciones de responsabilidad social para trabajar de manera coordinada en las diferentes dimensiones.

DE BUEN GOBIERNO

- Identificación de los grupos de interés.
- Análisis de materialidad.
- Política de responsabilidad social.
- Código ético.
- Guía de integridad.
- Compliance.
- Plan de igualdad.
- Protocolo contra el acoso y Canal de denuncias.
- Transparencia informativa.
- Memoria de RS y EINF en GRI (auditada).
- Auditoría anual de RS bajo el estándar IQNet SR10.

SOCIAL

- Encuesta de clima laboral.
- Plan de formación.
- Política de promoción interna.
- Portal del empleado.
- Canales de comunicación con grupo de interés.
- Alianzas con entidades sociales.
- Plan de voluntariado corporativo.
- Compra de comercio justo.
- Política de pagos sin dilaciones.
- Donación de excedentes a Fundación Banco de alimentos, Fundación Altius y Cáritas.

MEDIOAMBIENTAL

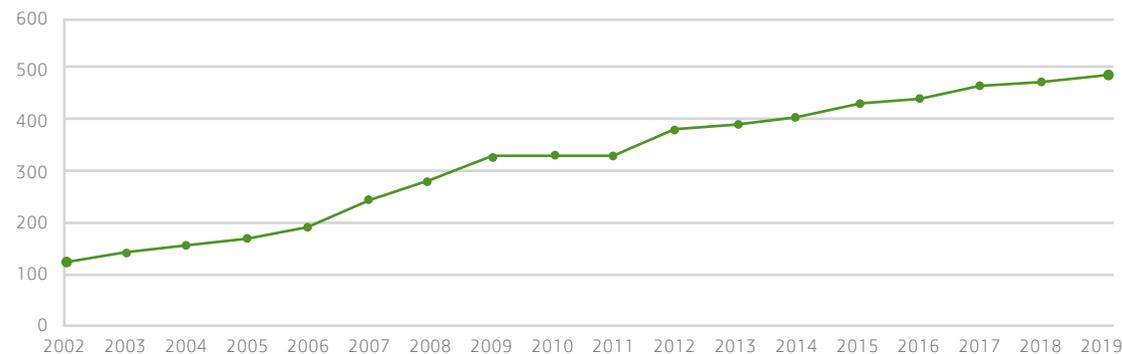
- Cálculo de la huella de carbono.
- Políticas de reducción del impacto ambiental.
- Plan contra el despilfarro alimentario.
- Gestión de los residuos.
- Utilización de material desechable biodegradable o compostable.
- Derivación del aceite usado a valorización en biodiesel.
- Manual de buenas prácticas ambientales.
- Fomento de la compra local.
- Utilización de vehículos de baja emisión.
- Certificación medioambiental ISO 14001.

EL ESFUERZO SE TRADUCE EN RESULTADOS

Serunion ha mantenido un crecimiento sostenido desde sus inicios, manteniendo desde el 2011 el liderazgo del mercado y alcanzando este último ejercicio una cifra de negocios de 485 M€, un 2,6% por encima del año anterior, con una cuota de mercado del 24%.



VENTAS (M€)



Carta del presidente

Principales hitos

Serunion

Grupos de interés

Buen gobierno

Economía e innovación

Medio ambiente

Personas

Anexos

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

En la actualidad, Serunion sirve 498.000 menús cada día a través de 3.050 centros de restauración. Es una de las principales empresas empleadoras del país, con una plantilla de más de 19.500 personas, distribuidas entre 25 oficinas, 5 delegaciones de vending y 16 cocinas centrales.

Entre sus cocinas destacan cuatro proyectos de alto valor medioambiental y social.



COCINA CENTRAL DE SERUNION EN SAN FERNANDO DE HENARES

Reconocimiento público a la sostenibilidad y eficiencia medioambiental

La tecnología de inducción de última generación permite una reducción del gasto energético y una utilización multifunción que favorece la máxima eficiencia productiva. Esta cocina está diseñada partiendo de la optimización y ergonomía de los espacios y dispone de una estación propia de tratamiento de residuos. Sus instalaciones están diseñadas para recuperar el calor generado para transformarlo en refrigeración del local.



COCINA CENTRAL DE VALLADOLID

Proyecto de inserción social

De la mano de la Fundación Lince Asprona hemos desarrollado un modelo de cocina sostenible a partir de la integración de personas con discapacidades físicas y psíquicas que desarrollan su carrera profesional como personal auxiliar de las dependencias. De esta manera, obtienen la estabilidad laboral y económica que necesitan para garantizar su futuro.

COCINA CENTRAL DE MÁLAGA Y ALMERIA

Certificación de platos 100% ecológicos

Ambas cocinas han sido las primeras en España en obtener esta certificación del organismo independiente CCAE, que acredita la elaboración de platos con ingredientes 100% ecológicos, que actualmente se reparten entre los colegios de Andalucía.

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

LOS PRIMEROS COMEDORES DE ESPAÑA CON CERTIFICADO SOSTENIBLE

Serunion ha colaborado con AENOR en la elaboración de la primera certificación que permite catalogar a los establecimientos de restauración como restaurantes o comedores sostenibles. Serunion ha participado en el desarrollo y definición de los estándares necesarios para obtener este certificado. Se han establecido siete requisitos indispensables para ser otorgado este reconocimiento: compra de proximidad y logística de bajo impacto ambiental, control nutricional de la alimentación, reciclaje y revalorización de residuos, consumo responsable de los recursos, reducción del desperdicio alimentario, formación y sensibilización de los grupos de interés, y responsabilidad social corporativa.

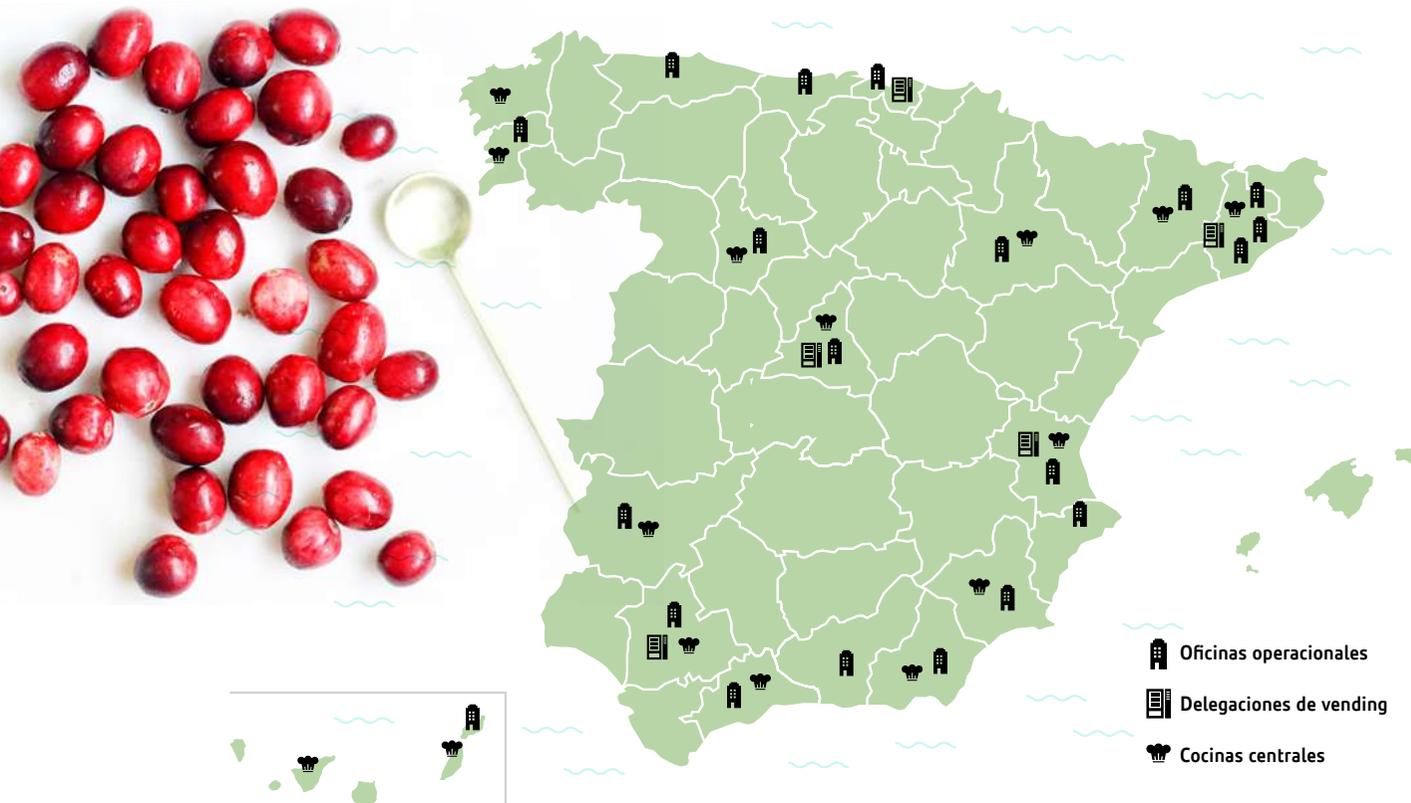
Serunion es la primera empresa de España en conseguir esta certificación y la única con dos centros certificados como restaurante o comedor sostenible: el espacio "The Green House" de L'Oréal París, un modelo de restauración ecológica, saludable y sostenible lanzado por Serunion de manera pionera en España, y el colegio Liceo Francés de Madrid, incorporado posteriormente.

Hasta el momento, las certificaciones en materia de responsabilidad social desarrolladas por AENOR reconocían las buenas praxis de las empresas a nivel corporativo, bajo las premisas de la ISO 26000. Ahora, este nuevo estándar acredita también la sostenibilidad de las instalaciones y la colaboración del cliente. Esta acreditación supone un gran avance en materia de corresponsabilidad, ya que la sostenibilidad baja al nivel de consumidor, que deja de ser un sujeto pasivo, receptor de un servicio prediseñado, para ser parte activa en la toma de decisiones y consumir de una manera mucho más responsable.



3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividad en España

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE SERUNION



ANDALUCÍA

Polígono Oeste
C/Algaida 26
11408 Jerez de la Frontera
Cádiz

Camino Huerta de
Santa Cruz, 30
Pol. Industrial Santa Cruz
29196 Málaga
Tel. 952.067.470

C/ Benitagla, Nave 2
Pol. Ind. La Celulosa
04007 Almería
Tel. 950.270.580

C/ Segovia nave 160
Pol. Tecnológico Armilla-Ogijares
18151 Ogijares, Granada
Tel. 958.847.619

OFICINAS OPERACIONALES

ARAGÓN

Avda. Miguel Servet, s/n
nave 82 - 83, planta 1
Pol. Ind. El Águila
50180 Utebo, Zaragoza

Tel. 976.775.009

ASTURIAS

Avda. de Gijón, 176 - 1º G
33011 La Corredoria, Oviedo

Tel. 985.207.641

CANARIAS

C/ Malteses, 22
35001 Las Palmas

Tel. 928.460.894

CASTILLA LEÓN

Pol. Ind. San Cristóbal
C/ Aluminio, 9 1ª planta
47012 Valladolid

Tel. 983.220.517

CATALUÑA

Avda. Josep Tarradellas, 34
7ª planta
08029 Barcelona

Tel. 932.289.555

CATALUÑA

Córcega, 612, entresuelo
08025 Barcelona

Tel. 934 551 307

CATALUÑA

Camí de les Comes, 4
25123 Torrefarrera, Lleida

Tel. 973.750.780



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

OFICINAS OPERACIONALES

CATALUÑA

C/ Comerç, 2 nave10-11
Pol. Ind. El Pla
08980 Sant Feliu de
Llobregat, Barcelona
Tel. 936.856.040

MADRID

C/ Esteban Terradas,
8 - Pol. Ind.
28914 Leganés, Madrid
Tel. 914.811.053

COMUNIDAD VALENCIANA

Avda. de Segarra, 42 bajo
03320 Torrellano, Alicante
Tel. 965.683.340

MURCIA

Avda. Las Américas, parcela
17, nave 5, Pol. Ind. Oeste
30169 Alcantarilla, Murcia
Tel. 968.894.161

COMUNIDAD VALENCIANA

C/ Ciudad de Onda, 5 nave D
Pol. Ind. Fuente de Jarro
46988 Paterna, Valencia
Tel. 961.320.011

PAIS VASCO

Pol. Ugaldeguren 1,
pabellón nº 4
48170 Zamudio, Bilbao
Tel. 944.474.080

EXTREMADURA

Avda. de Godofredo
Ortega y Muñoz, 66 -
edificio 3, oficina 10
06011 Badajoz
Tel. 924.259.812

GALICIA

Rua As Teixugueiras, 11 Bajo
nº 13, 36212
Vigo
Tel. 986.453.040



DELEGACIONES DE VENDING

ANDALUCÍA

Avda. Averroes, 8
Edificio Acrópolis, planta 4
Módulos-oficinas 405-406
41020 Sevilla
Tel. 954.475.950

CATALUÑA

Ctra. de l'Hospitalet, 13
08940 Cornellá de Llobregat,
Barcelona
Tel. 934.800.620

COMUNIDAD VALENCIANA

C/ Polígono, 24
46960 Aldaya,
Valencia

MADRID

C/ Esteban Terradas, 8 Pol. Ind.
28914 Leganés,
Madrid
Tel. 916.883.636

PAIS VASCO

Pol. Ugaldeguren 1, pabellón nº 4
48170 Zamudio,
Bilbao
Tel. 944.474.080

COCINAS CENTRALES

ANDALUCÍA

Camino Huerta de Santa
Cruz, 30
Pol. Ind. Santa Cruz
29196 Málaga
Tel. 952.172.753

ANDALUCÍA

C/ Borcha, 24
Pol. Ind. Nuevo Calonge
41007 Sevilla
Tel. 954.355.450

ANDALUCÍA

C/ Benitagla, 2
Pol. Ind. La Celulosa
04007 Almería
Tel. 950.270.580

ARAGÓN

Avda. Academia General
Militar, 80 50015
Zaragoza
Tel. 976.788.608

CANARIAS

Av. América, 107
35250 Ingenio
Tel. 928.460.894

CANARIAS

Maria Auxiliadora, 14
28320 Tenerife
Tel. 661.205.522

CASTILLA LEÓN

C/ Nitrógeno,
Polígono de San Cristóbal
47012 Valladolid

CATALUÑA

C/ Comerç, 2 nave10-11
Pol. Ind. El Pla
08980 Sant Feliu de
Llobregat, Barcelona
Tel. 936.856.040

CATALUÑA

Camí de les Comes, 42
5123 Torrefarrera,
Lleida
Tel. 973.750.780

COMUNIDAD VALENCIANA

C/ Ciudad de Onda, 5 nave D
Po. Ind. Fuente del Jarro
46988 Paterna, Valencia
Tel. 961.320.906

EXTREMADURA

Travesía Manuel Saavedra
Martínez, 2
06004 Badajoz
Tel. 924.259.812

GALICIA

Rua As Teixugueiras, 11,
bajo, n1 13
36213 Vigo
Tel. 986.453.040

GALICIA

C/ Parroquia Cortiñán,
parcela H19
Pol. Ind. Bergondo
15165 Bergondo, A Coruña
Tel. 981.795.934

MADRID

Avda. del Sistema Solar, 9
28830 San Fernando de
Henares, Madrid
Tel. 916.756.462

MURCIA

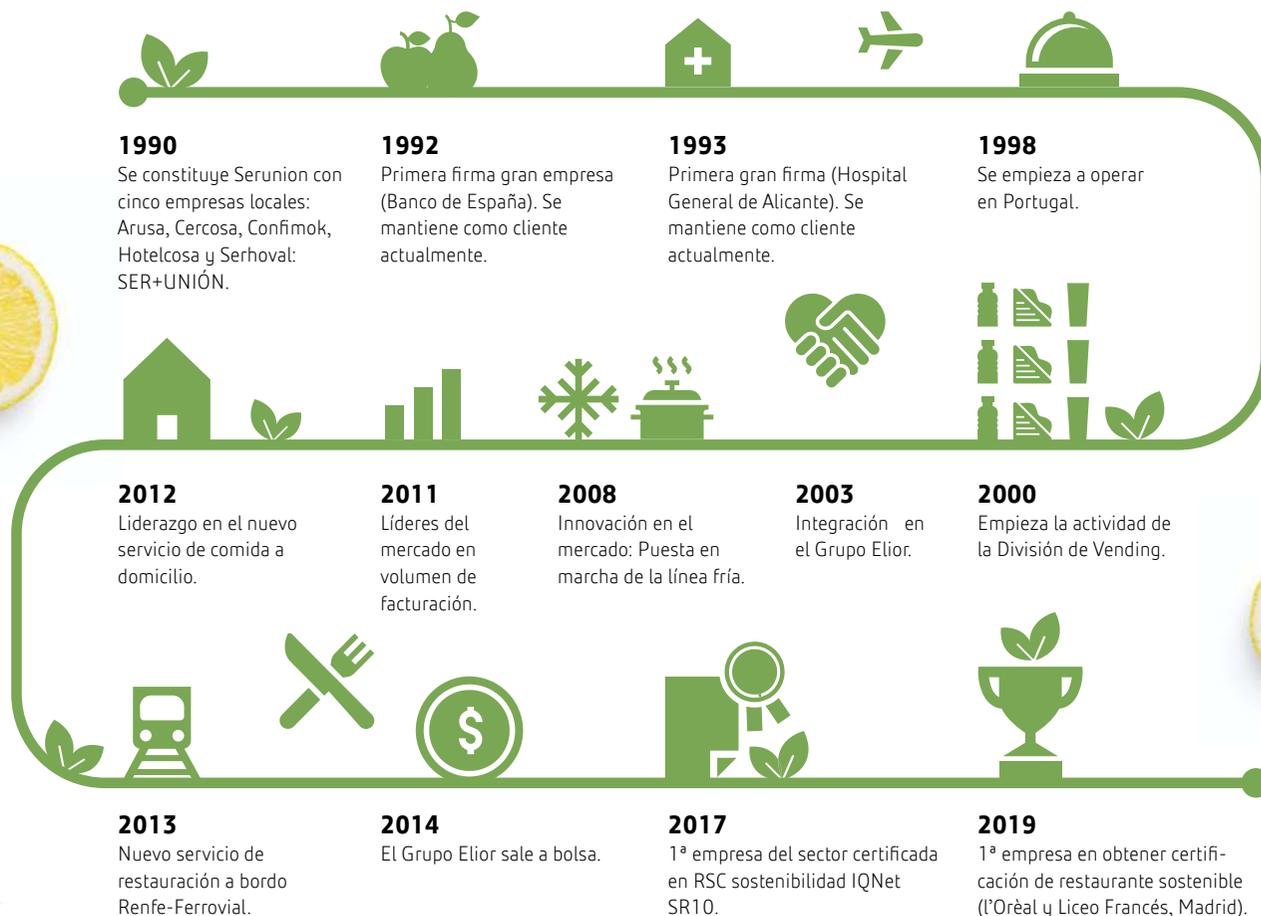
Avda. Las Américas, parcela,
17 nave 5
Pol. Ind. Oeste
30169 Alcantarilla, Murcia
Tel. 968.895.639



3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

3.1. 30 AÑOS DE HISTORIA

El crecimiento de Serunion ha sido como el de un árbol que va tomando consistencia con los primeros éxitos, diversifica sus recursos y consolida su estabilidad con una dirección estable y determinante.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

3.2. MISIÓN, PROPÓSITO Y VALORES

Nuestra misión es alimentar a las personas en todas las etapas de la vida, con el desarrollo de un servicio a medida para cada cliente, enfocado en la experiencia innovadora y en la adquisición de hábitos de vida saludable.

CON UN FIRME PROPÓSITO DE:

Cuidar a las personas, contribuir a su bienestar, apoyar a las comunidades y promover la sostenibilidad en toda la cadena de valor.



NUESTROS VALORES



RECONOCIMIENTO AL TRABAJADOR

Son **la cara visible y nuestro principal activo**. Promovemos su estabilidad y su participación, queremos personas ilusionadas, que quieran formar parte activa de nuestro proyecto, con ganas de aprender y desarrollar un plan de carrera con nosotros.



FIDELIDAD

Forma parte de nuestro ADN y de nuestra preocupación constante: **la satisfacción de nuestros clientes** y la respuesta a sus necesidades, esa es la base sobre la que construimos las relaciones duraderas.



RESPONSABILIDAD

Tanto individual como colectiva, compartida con todos los grupos de interés, **por un impacto positivo medioambiental y social**.



INNOVACIÓN

La **innovación digital** y la mejora continua son los ejes principales de la **experiencia de cliente** sobre las que orientamos nuestros esfuerzos.



EXCELENCIA OPERACIONAL

Trabajo en equipo para conseguir la excelencia en nuestras operaciones, por el cuidado del cliente, por la experiencia innovadora y por la **mejora continua**.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

3.3. ELIOR GROUP, ALIMENTANDO AL MUNDO

Desde el año 2001, Serunion pertenece a la multinacional francesa Grupo Elio, uno de los principales operadores mundiales en servicios de catering. Fundado en 1991, el grupo cuenta con posiciones sólidas en 6 países y en el año fiscal 2018-2019 generó 4.900M€ de ingresos.

ELIOR GROUP 2019 EN CIFRAS

			
Francia	España	Portugal	Reino Unido
€ 45,06%	€ 9,6%	€ 0,3%	€ 8,2%
👤 45.053	👤 19.528	👤 302	👤 12.254
🏠 9.549	🏠 2.771	🏠 71	🏠 1.884
			
Italia	Norte América	India	
€ 10,8%	€ 24,7%	€ 0,8%	
👤 10.247	👤 18.337	👤 4.596	
🏠 2.218	🏠 6.376	🏠 157	

Se trata de una de las compañías más relevantes en los mercados de negocios, ocio, educación y salud, con 110.000 empleados que dan servicios de alimentación a más de 5 millones de personas cada día. El grupo cuenta con 23.500 restaurantes en tres continentes, 2.300 de ellos en Francia. Estas cifras son posibles gracias a un modelo de negocio fundamentado en la innovación y la responsabilidad social.

€ 4.900 M€

Facturación Grupo Elio

110.420

Trabajadores

23.000

Restaurantes y puntos de venta (PDV)

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

3.4. NEW ELIOR, PLAN ESTRATÉGICO PARA 2024

Presentado por Philippe Guillemot, CEO del Grupo Elior, durante el Comité de Líderes de junio de 2019, el **plan New Elior** establece la estrategia del Grupo hasta el 2024.

El plan New Elior es, ante todo, un **ambicioso plan de crecimiento**, que pretende responder a los desafíos sociales a los que se enfrenta el mercado, especialmente en el ámbito de la alimentación: desafíos medioambientales, hábitos de consumo y transformación digital. Son evoluciones que, desde la empresa, se consideran **oportunidades de crecimiento y reinversión** con el objetivo de hacer del Grupo Elior un referente en restauración y servicios y una empresa innovadora y socialmente responsable. El empoderamiento de los equipos es uno de los aspectos clave en el desarrollo de la empresa, en cualquier país o mercado. Por eso, se considera que el éxito de este plan depende, en gran medida, de las personas que trabajan con nosotros.

El plan se desarrollará alrededor de **5 prioridades**:

1. Orientación a mercados de valor.
2. Mejora de la atención al cliente y negocio incremental.
3. Fidelización del cliente.
4. Optimización de costes.
5. Gestión de la tesorería.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

3.5. POSITIVE FOODPRINT PLAN, POR UNA HUELLA POSITIVA

Positive Foodprint Plan configura el compromiso de todas las empresas integradas en el Grupo Elixor por dejar un impacto positivo en el desarrollo de nuestra actividad.

Constituye nuestra estrategia para dar respuesta a los 4 ODS a los que nos hemos vinculado, de manera coherente también con nuestros compromisos con el Pacto Mundial.

Serunion desarrolla y pone en práctica esta estrategia corporativa global, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de sus propios grupos de interés.

El objetivo de **Positive Foodprint** es generar una huella alimentaria positiva del campo al plato y beneficiosa para toda la sociedad. Todo a partir de cuatro ámbitos de actuación.

Estos cuatro ámbitos son la respuesta de Serunion a los 4 objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, que tienen relación con los grandes desafíos mundiales en el ámbito de la alimentación.

-  ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE
-  ALIMENTACIÓN INNOVADORA Y SALUDABLE PARA EL CONSUMIDOR
-  MINIMIZAR EL DESPERDICIO ALIMENTARIO
-  DESARROLLO DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA



El Plan de Responsabilidad Social se enfoca en **4 objetivos**, para generar una huella alimentaria positiva.

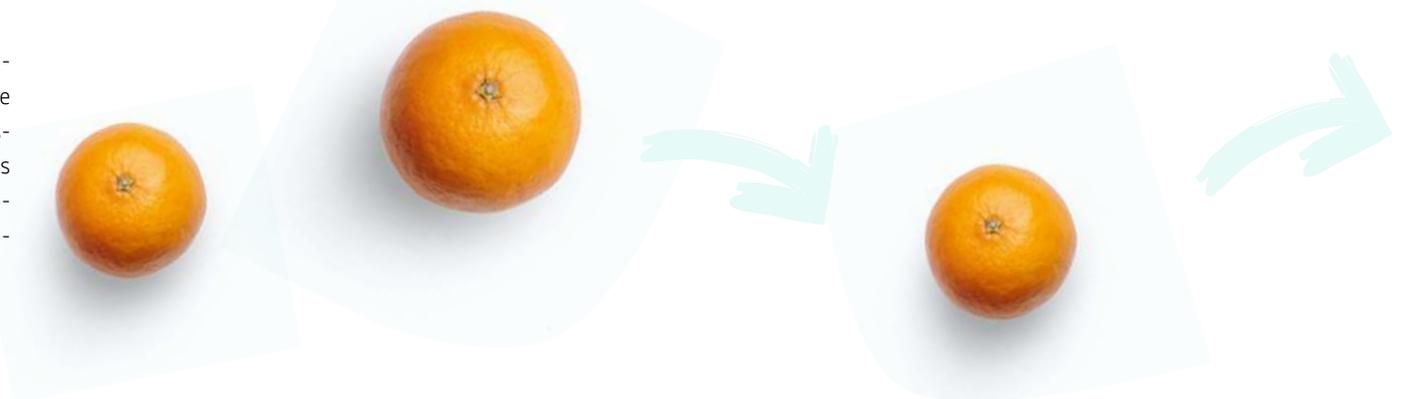
3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Retos Globales ODS	Incremento de los problemas de salud globales enfatizados por una mala alimentación. 3 SALUD Y BIENESTAR 	Cuestiones ambientales causadas por la agricultura. 2 HAMBRE CERO 	Aumento de los residuos alimentarios. 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 	Desempleo, desigualdades y necesidad de empleos decentes. 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 
Nuestra aportación	Apuestas saludables	Ingredientes sostenibles	Modelo circular	Prosperidad de personas y comunidades
Nuestros compromisos	<ul style="list-style-type: none"> • Ser los líderes en Seguridad alimentaria. • Aportar innovación y opciones saludables y equilibradas. • Incrementar el conocimiento de nuestros comensales de los beneficios de comer saludable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Construir relaciones de largo plazo con nuestros proveedores para una mejor calidad. • Desarrollar una cadena de abastecimiento sostenible con énfasis en el producto local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir nuestra huella medioambiental trabajando por evitar el desperdicio alimentario. • Innovar y desarrollar acuerdos hacia el modelo circular. • Compartir las mejores prácticas de sostenibilidad con proveedores y clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la salud y la seguridad de nuestra gente. • Desarrollar las habilidades de nuestros equipos y el incentivo por la promoción interna. • Movilizarnos en contra de la discriminación. • Contribuir al desarrollo local de las comunidades.

3.6 NUESTRO MODELO DE GESTIÓN RESPONSABLE

Conforme los principios de nuestra estrategia Positive Foodprint Plan hemos determinado los puntos de mejora que configuran nuestro modelo de gestión responsable, teniendo en cuenta a nuestros principales Grupos de Interés (clientes, colaboradores, proveedores y comunidad), y los aspectos de gobernanza, sociales y medioambientales.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

Modelo de Gestión Responsable

DIMENSIÓN		BUEN GOBIERNO	SOCIAL	AMBIENTAL
	SERVICIO A CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> Higiene y seguridad. Comprometidos con el servicio. Marketing responsable. Información y sensibilización. Alimentación saludable. Servicio AD-HOC. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de residuos y desperdicio alimentario. Desarrollo de hábitos saludables en consumidores. Productos adaptados al consumidor (salud y cultura). 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión responsable de recursos naturales. Minimización del impacto medioambiental.
	IMPULSO AL DESARROLLO DE LOS TRABAJADORES	<ul style="list-style-type: none"> Medición y seguimiento del clima laboral. Sensibilización en la responsabilidad de la sostenibilidad. Código ético y de conducta. Canal de denuncia. 	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad y salud. Formación y desarrollo. Gestión del talento. Gestión de la diversidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Consumo responsable de recursos energéticos. Voluntariado corporativo.
	CRECIMIENTO AL LADO DE LOS PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> Colaboración con proveedores en RSC. Compra responsable. Trazabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Productos kilómetro 0. Productos saludables. Productos de temporada. Productos ecológicos de proximidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión del agua. Gestión de residuos. Gestión del <i>packaging</i>. Logística sostenible.
	PARTICIPACION EN LA COMUNIDAD	<ul style="list-style-type: none"> Cooperación con comunidades locales. Diálogo con grupos de interés. 	<ul style="list-style-type: none"> Inserción laboral local. Apoyo a grupos de exclusión. Reparto de la riqueza. Resolución de retos locales. 	<ul style="list-style-type: none"> Hábitos saludables. Sostenibilidad del servicio. Compromiso frente al cambio climático.

3 Serunion, líder del sector de la restauración de colectividades en España

3.7. ÁREAS DE TRABAJO

Nuestra actividad se centra en las personas, aportando servicios de alimentación ad-hoc para todo tipo de colectivos, para ello especializamos a nuestros equipos y organizamos nuestra actividad en cinco líneas de trabajo.

Todas las áreas tienen como denominador común la aportación de comidas saludables, adaptadas a las diferentes edades y colectivos, elaboradas diariamente de manera tradicional, con un claro compromiso por avanzar hacia la sostenibilidad presente y futura de nuestro planeta.

RESTAURACIÓN

Alimentación adaptada a las necesidades de cada comensal.

- **Educa:** La alimentación de 0 a 18 años, con un proyecto integral de educación en hábitos saludables, de convivencia y de sostenibilidad.



- **Salud:** La alimentación de recuperación. Aportamos dietas adaptadas a las necesidades terapéuticas de los pacientes y desarrollamos un concepto vanguardista de cafetería hospitalaria, Daily Break, concebido como una zona de desconexión para los usuarios.



- **Restaurantes:** La alimentación en la vida laboral. Desarrollamos espacios gastronómicos absolutamente innovadores como Green House, Metropolitan, Mercado gastronómico, L'Atelier, Bites y World Street entre otros.



- **Vitae:** La alimentación senior y social de 365 días al año, con la atención centrada en la persona.



RESTAURACIÓN A BORDO

- Servicio de comidas en la red ferroviaria de alta velocidad de primera clase.

ESPACIOS Y EVENTOS

- Servicios de alta gastronomía, y de cocina de autor. Desarrollo de la restauración pública en espacios emblemáticos y para eventos exclusivos.



GESTIÓN DE COMPRAS

- Servicio de proveedor único con la garantía del precio cerrado y la máxima garantía en las materias primas. Un servicio a medida de cada demanda.



VENDING

- Servicio de máquinas expendedoras de producto, con el máximo servicio y personalización, que cubre las demandas de todos los públicos 7 días/24h.

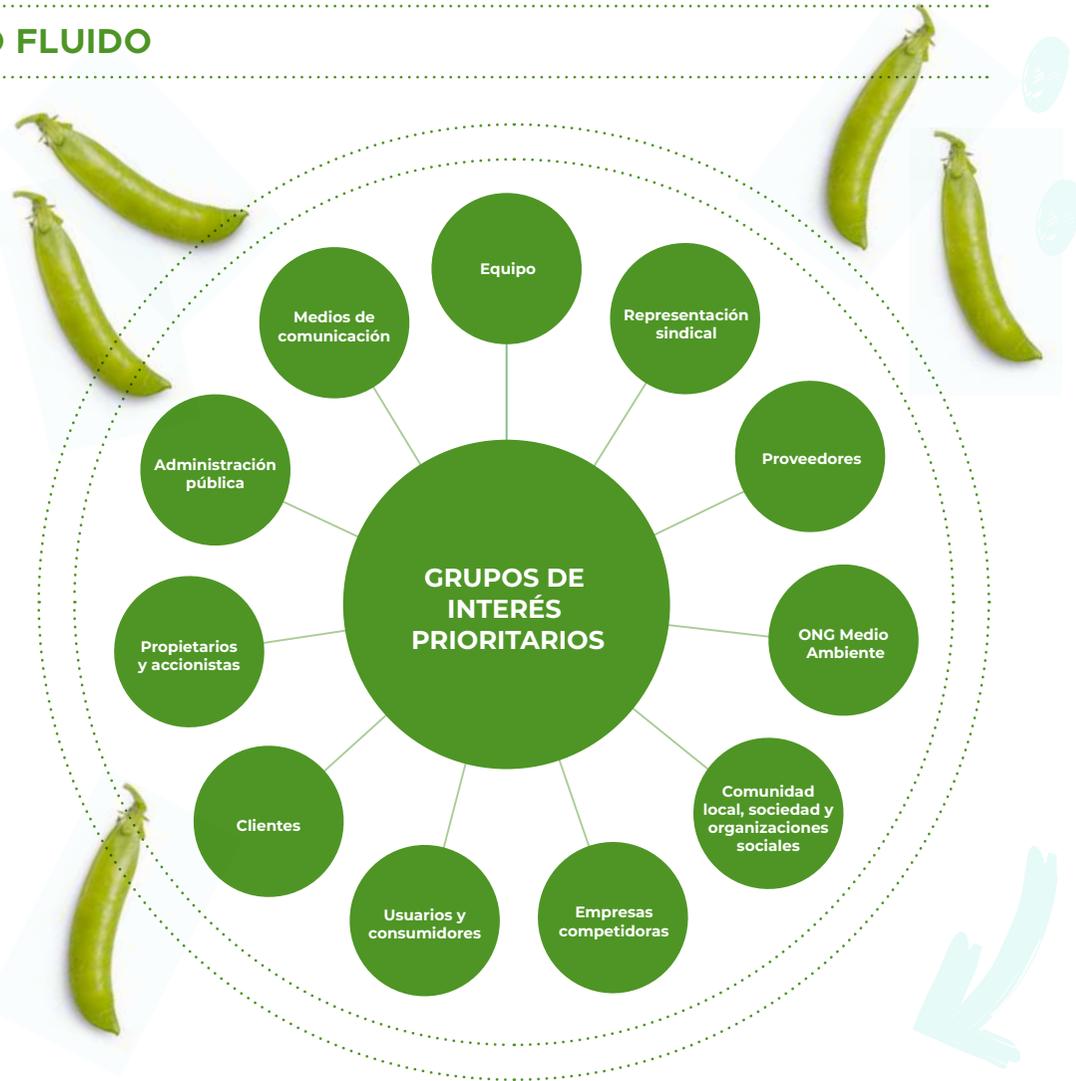


4 Grupos de interés y análisis de materialidad, descubriendo lo más importante

4.1. RELACIONES DE CONFIANZA Y DIÁLOGO FLUIDO

Para llevar a cabo una gestión socialmente responsable, es muy importante incorporar en las líneas de actuación de la organización a todos los grupos de interés implicados. El objetivo es construir con ellos relaciones de confianza y un diálogo fluido y participativo que dará valor al trabajo conjunto.

Los grupos de interés se identificaron en 2016 y se han revisado en el último ejercicio, teniendo en cuenta cómo influye la actividad de la empresa en esta relación. Con algunos de ellos la relación tiene que ver con **responsabilidades** legales, financieras y operativas. Son grupos con los que existen relaciones derivadas de reglamentaciones, contratos, políticas o prácticas vigentes. Otros son actores con posibilidades de **influir**, de manera formal o informal, en la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos, ya que sus acciones pueden impulsar su desarrollo o, por el contrario, frenarlo.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion
----------------------	-------------------	----------

Grupos de interés

Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

4 Grupos de interés y análisis de materialidad, descubriendo lo más importante

Grupo de interés	Canales de comunicación con los grupos de interés	Canales de comunicación transversales
TRABAJADORES Y REPRESENTACIÓN SINDICAL	La Despensa: Portal del empleado	Web y RS Blog Buzón de denuncias: alert.eliorgroup@isope.solutions Call center (teléfonos por delegaciones)
	Canales informales de comunicación (presencial)	
	Comunicaciones internas (correo, teléfono)	
	Intranet	
	Reuniones	
PROVEEDORES	Encuestas de clima laboral	Memoria de Responsabilidad Social Prensa impresa y digital
	Puntos de contacto (correo, teléfono)	
ONG MEDIO AMBIENTE	Plataforma de proveedores	Redes Sociales: LinkedIn (18.292 seguidores) Facebook (22.359 seguidores) Twitter (7.293 seguidores) Instagram (657 seguidores)
	Puntos de contacto (correo, teléfono)	
COMUNIDAD LOCAL, SOCIEDAD Y ORGANIZACIONES SOCIALES	Puntos de contacto (correo, teléfono)	Email corporativo: serunion@serunion.elior.com damosrespuesta@damosrespuesta.com
	Donaciones y patrocinios	
	Reuniones	
EMPRESAS COMPETIDORAS	Reuniones de patronal y subrogaciones	Blog: #Comunidad por el clima Blog: «Cómo llevar una vida saludable» Newsletter Serunion (6.000 receptores)
	Servicio de Atención al Cliente	
	Publicidad / Campañas informativas	
	Encuestas de satisfacción B2C	
	Encuestas en formato quiosco	
	App Educa	
	App Timechef	
Para los servicios de Vending, Tom -un personaje ficticio para contactar o página web (http://serunion-vending.com)		
CONSUMIDORES Y USUARIOS	Reuniones de patronal y subrogaciones	Newsletter Serunion (6.000 receptores)
	Servicio de Atención al Cliente	
	Puntos de contacto (correo, teléfono)	
	Publicidad / Campañas informativas	
CLIENTES	Actas de valoración	comunicacion@serunion.es
	Servicio de Atención al Cliente	
	Puntos de contacto (correo, teléfono)	

4 Grupos de interés y análisis de materialidad, descubriendo lo más importante

Grupo de interés	Canales de comunicación con los grupos de interés	Canales de comunicación transversales
CLIENTES	App Educa App Timechef Mystery shopper	comunicacion@serunion.es
PROPIETARIOS Y ACCIONISTAS	Reuniones periódicas	
ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	Cumplimiento normativo y colaboración	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Publicidad / Campañas informativas Notas de prensa	

4.2. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD, ¿QUÉ ES LO MÁS RELEVANTE?

De acuerdo con los Estándares GRI, el análisis de materialidad es un método que permite identificar los temas más importantes para cada grupo de interés. Además, permite detectar las cuestiones que pueden generar valor desde un punto de vista social, ambiental y económico.



Una vez detectadas, se presentan de forma ordenada en la matriz de materialidad.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

4 Grupos de interés y análisis de materialidad, descubriendo lo más importante

FASES DEL PROCESO PARA LA OBTENCIÓN DE LA MATERIALIDAD

El análisis se llevó a cabo con la colaboración de diferentes áreas de Serunion y con la participación de los grupos de interés. Este proceso de definición de temas siguió los estándares de la GRI (*Global Reporting Initiative*) y los principios de la norma *Accountability* AA1000SES. Se distribuyeron en las fases siguientes:

1 IDENTIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS RELEVANTES

Inicialmente se elaboró un listado de aspectos y asuntos relevantes en base a cómo impactan sobre los grupos de interés, partiendo de un análisis benchmarking del sector e identificando las iniciativas en materia de sostenibilidad. A nivel interno, se realizaron entrevistas con las personas implicadas en el proyecto procedentes de distintas áreas de la organización, para conocer los avances en esta materia.

ASPECTOS DE VALORACIÓN

DIMENSIÓN DE BUEN GOBIERNO

- Liderazgo y cuota de mercado.
- Conducta ética.
- Prácticas anticorrupción y contra la competencia desleal.
- Gestión de riesgos.
- Cumplimiento regulatorio.
- Respeto a los acuerdos.
- Transparencia informativa.
- Diversificación de servicios.
- Marketing responsable.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

- Desempeño económico.
- Solvencia.
- Equidad en las relaciones.
- Seguridad alimentaria.
- Privacidad de los clientes.
- I+D+i Innovación sostenible.
- Calidad de las materias primas.
- Escucha activa y adecuación a las necesidades del cliente.
- Criterios de selección y seguimiento de los proveedores.

DIMENSIÓN AMBIENTAL

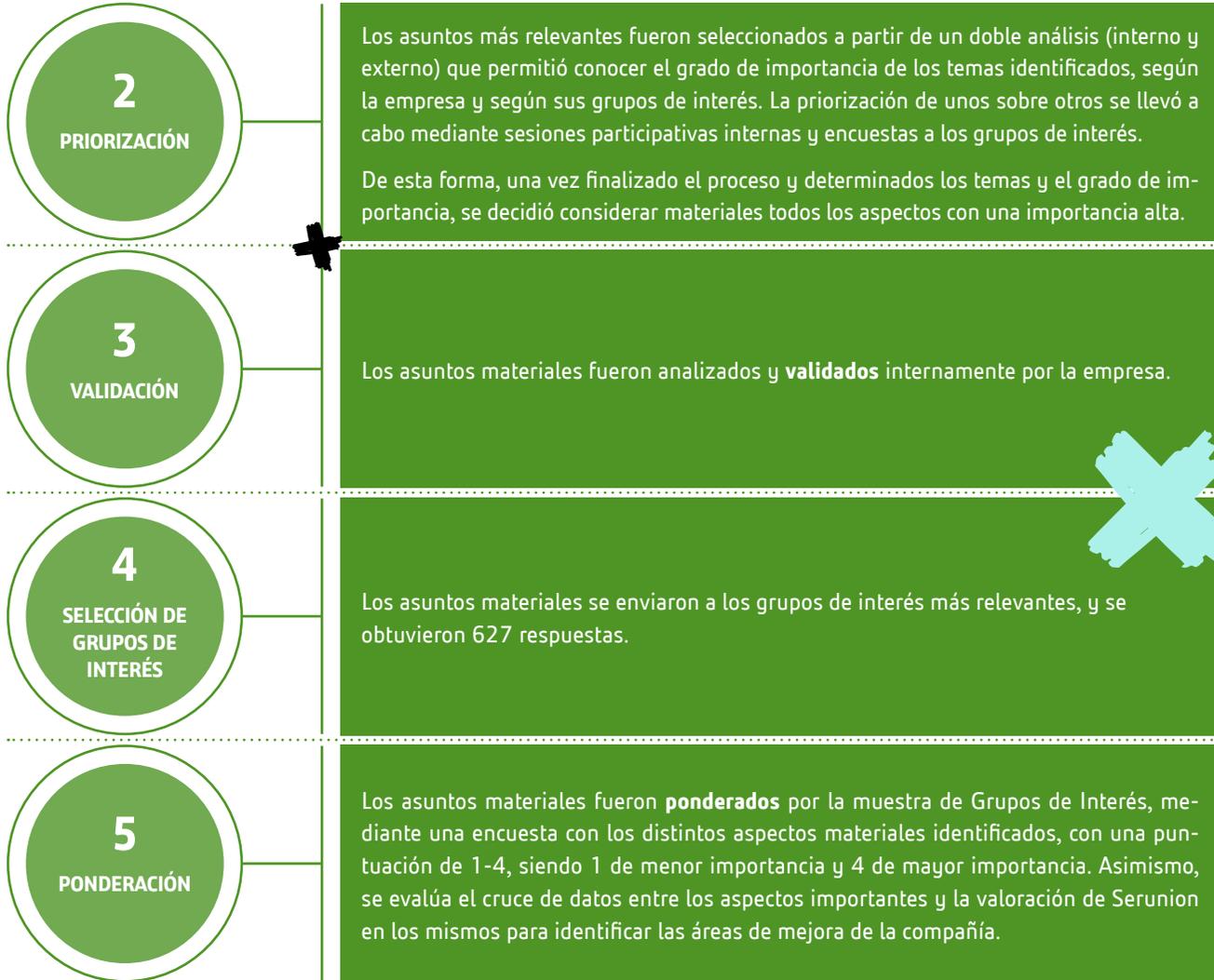
- Compra local.
- Lucha contra el despilfarro alimentario.
- Fomento del consumo responsable.
- Ingredientes sostenibles
- Bienestar animal.
- Uso eficiente de los recursos energéticos y del agua.
- Emisiones y huella de carbono.
- Gestión eficiente de los residuos.
- Acciones contra el cambio climático.

DIMENSIÓN SOCIAL

- Creación y estabilidad en el empleo
- Capacitación y desarrollo de las personas.
- Impulso de hábitos saludables.
- Política de igualdad contra la discriminación.
- Conciliación laboral y familiar del personal.
- Comunicación y fomento de la participación de los trabajadores.
- Código de conducta e integridad de las personas.
- Acuerdos con entidades externas de aportación de valor
- Acción social.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

4 Grupos de interés y análisis de materialidad, descubriendo lo más importante



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

4 Grupos de interés y análisis de materialidad, descubriendo lo más importante

MATRIZ DE MATERIALIDAD

El resultado de este proceso es una matriz en la que se detallan los temas sociales, ambientales y económicos más importantes para Serunion y sus grupos de interés.

Estos temas centran los esfuerzos de mejora de la organización y fundamentarán la futura estrategia en materia de sostenibilidad.

En la siguiente matriz se reflejan todos los temas que se consideraron para realizar el análisis de materialidad. En negrita se detallan los más relevantes:

Seguridad Alimentaria,
un aspecto de máxima relevancia donde se puntúa muy positivamente a Serunion.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

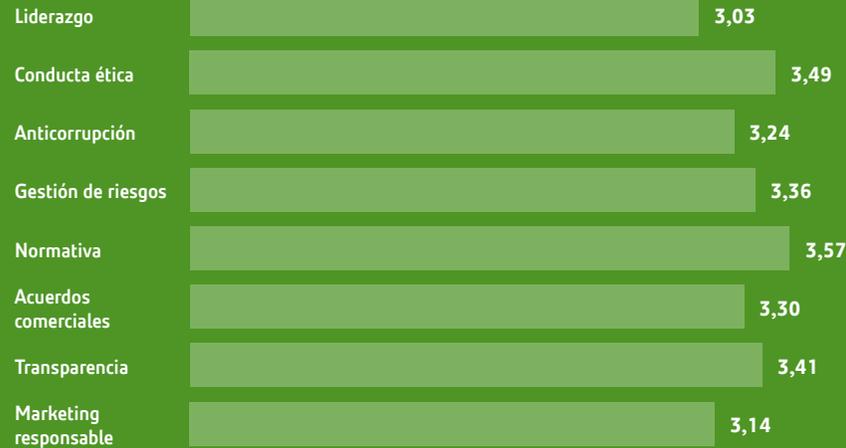
4 Grupos de interés y análisis de materialidad, descubriendo lo más importante



DIMENSIÓN BUEN GOBIERNO

Entre los aspectos de la dimensión de buen gobierno, destacan las valoraciones a la importancia del cumplimiento normativo, la conducta ética y la transparencia.

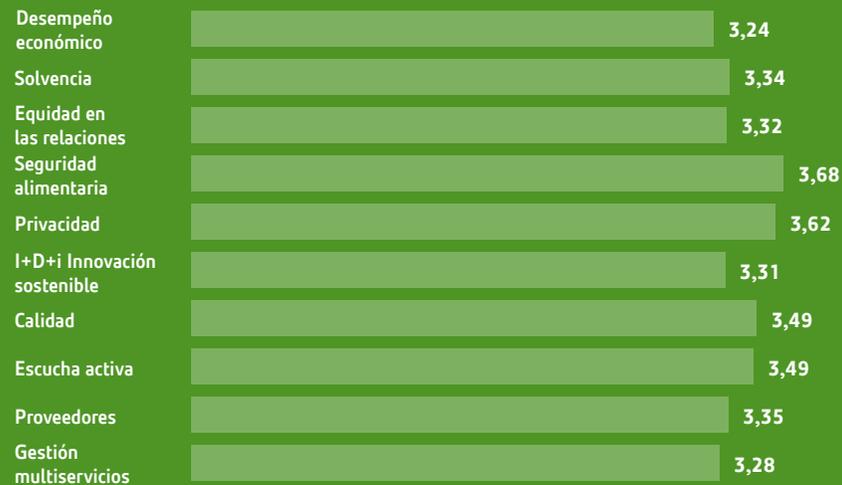
Los clientes puntúan más alto que los trabajadores todos los atributos englobados en la categoría de buen gobierno. Con respecto al resto de grupos de interés las diferencias no son estadísticamente significativas.



DIMENSIÓN ECONÓMICA

Los entrevistados otorgan una mayor relevancia a la seguridad alimentaria y a la privacidad de los datos personales que al resto de aspectos económicos.

De nuevo, los consumidores asignan clasificaciones más altas que los empleados en todos los atributos, con la excepción de los parámetros I+D+I y gestión multiservicios, donde las pruebas implementadas no indican relaciones estadísticamente significativas.



4 Grupos de interés y análisis de materialidad, descubriendo lo más importante

DIMENSIÓN AMBIENTAL

Los atributos más importantes para los grupos de interés, en relación con la dimensión ambiental, son el consumo responsable, la lucha contra el despilfarro alimentario y el uso eficiente de los recursos energéticos y el agua.

Los clientes dan una nota más alta que los trabajadores a todos los atributos, salvo a la compra local, los ingredientes sostenibles y el bienestar animal, con respecto a los cuales no existen diferencias significativas. Además, los consumidores también valoran más positivamente que los demás grupos la lucha contra el despilfarro alimentario y la gestión eficiente de los recursos.



DIMENSIÓN SOCIAL

El atributo de la dimensión social más destacable para los entrevistados es la política de igualdad y contra la discriminación, mientras que la relevancia es inferior en los acuerdos con las entidades externas.

Los clientes puntúan más alto que los trabajadores todos los aspectos sociales, excepto la creación y la estabilidad del empleo, la conciliación familiar y los acuerdos con entidades externas, a tenor de los contrastes estadísticos efectuados.



5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

5.1. ÓRGANOS DE GOBIERNO

El Comité de Dirección de Serunion es el órgano ejecutivo que establece las políticas de la compañía en cada uno de los ámbitos, de manera consistente con los objetivos del Grupo Elior.

La Dirección de Serunion desarrolla y promueve un liderazgo ético, caracterizado por la coresponsabilidad en la toma de decisiones y la delegación en los equipos.

COMITÉ DE DIRECCIÓN

Máximo órgano de decisión de Serunion



ANTONIO LLORENS TUBAU
Presidencia
Director General



FERNANDO MARTÍNEZ PLANILLAS
Calidad y cocinas centrales



LUIS MIGUEL MARTÍN MONTES
CIO



AKSEL HELBEK ABET
Comercial, Marketing, Fidelización, RSC



ALBERT PLANAS MARTÍNEZ
Compras y logística



FELIP PASCUAL FERNÁNDEZ
División B&I



ROSA SÁNCHEZ OLMOS
Finanzas y legal



AGUSTÍN GONZÁLEZ RODRÍGUEZ
Operaciones Enseñanza



JOSÉ ROBERTO CASAL FERREIRA
Operaciones Oeste



FRANCISCO JAVIER MAÑAS GASCÓN
Operaciones Sanidad y Social



ALBERTO NAVARRO IBORRA
Recursos Humanos



ÓSCAR TESOURO RODRÍGUEZ
Transformación y excelencia operacional



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

COMITÉ ÉTICO

Vigila el funcionamiento, la eficacia y el cumplimiento de la estrategia que promueve una cultura preventiva de tolerancia cero con los actos ilícitos y situaciones de fraude. Asesora en la resolución de dudas y recibe, analiza e interviene en caso de denuncias de empleados y demás grupos de interés.

El Comité Ético se reúne al menos cuatro veces al año y, de manera extraordinaria, siempre que lo considere el propio Comité.

ROSA SÁNCHEZ OLMOS
Finanzas y legal

ALBERTO NAVARRO IBORRA
Recursos Humanos

IVETTE VILASECA PARGEROLIS
Legal

PASCAL LEFEBVRE
Chief Compliance Officer Grupo Elior

HÉCTOR DÉNIZ GUEDES
Compliance Officer

COMITÉ DE RSC

Realiza el seguimiento de la aplicación de nuestra estrategia Positive Foodprint Plan, para garantizar su cumplimiento en cada una de las áreas. Transmite a la organización la filosofía de trabajo comprometida con los valores del grupo.

JUAN LUIS CELIS GARCÍA
Calidad y medio ambiente

ROSER BONANCIA CANELLAS
Desarrollo de Recursos Humanos

ITZIAR CATALÁN GONZÁLEZ
Calidad y medio ambiente

LAURA DE LA VEGA GÓMEZ
Fidelización y Responsabilidad Social Corporativa

BRIGIT CLAUDIA RONDÁN TORRES
Calidad y medio ambiente

JORDI JUST JORBA
Gestión de Recursos Humanos

HÉCTOR DÉNIZ GUEDES
Compliance Officer

GUILLEM GIBERT GONZÁLEZ
Organización y compras

JOSÉ CARLOS SÁNCHEZ MARCOS
Compras alimentarias

MAR RUÍZ VARGAS
Salud y seguridad laboral

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

5.2. ÉTICA E INTEGRIDAD

Serunion está plenamente comprometido con una práctica empresarial responsable. Los principios de integridad, honestidad, profesionalidad, transparencia y libre competencia regulan las relaciones del grupo con clientes, proveedores, administraciones públicas, competidores y socios, así como con accionistas y otros agentes.

Como parte del Grupo Elixor, se adhirió al **Pacto Mundial de las Naciones Unidas** en 2004.

GUÍA DE LA INTEGRIDAD Y LOS PRINCIPIOS ÉTICOS

Se trata de un código de conducta que engloba reglas de organización y de responsabilidad en materia de prevención de la corrupción. Incluye normas en relación con obsequios, invitaciones y mecenazgo, así como recomendaciones e informaciones prácticas para el conocimiento de toda la organización.

META 16.5
CORRUPCIÓN Y SOBORNOS
Contra cualquier práctica constitutiva de corrupción o soborno en cualquiera de sus formas.



Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.



OBSEQUIOS

Solo se autorizan si cumplen las tres condiciones siguientes:

- Cumplen con las leyes y costumbres locales.
- Cumplen con las normas internas del beneficiario.
- Se efectúan de forma oficial en un marco profesional.



INVITACIONES

Deberán cumplir las dos condiciones siguientes:

- Cumplir con un objetivo profesional, lo que excluye su extensión a los familiares.
- No invitar a la misma persona más de dos veces al año, salvo circunstancias especiales.



AUTORIDADES

Relaciones con las autoridades

- Está prohibido hacer obsequios de valor o compartir actividades de ocio con un funcionario o con una persona que ostente autoridad pública.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario



PRINCIPIOS ÉTICOS

Regulan los aspectos básicos de la actuación del grupo:

- Posibles conflictos de interés.
- Integridad del patrimonio.
- Confidencialidad.
- Utilización de bienes de la empresa.
- Acoso moral o sexual.
- Igualdad de oportunidades.
- Convicciones políticas y religiosas.
- Normas de actuación para el personal de dirección en cuanto a la formación, salud, higiene y seguridad del personal.
- Relaciones con accionistas, poderes públicos, clientes, proveedores y actores de la sociedad civil.

WEB SOBRE INTEGRIDAD

La compañía ha desarrollado una formación específica y una plataforma web para identificar claramente las acciones ilícitas, incluyendo pequeños vídeos explicativos sobre corrupción, tráfico de influencias, conflictos de intereses, relaciones con terceros, transparencia y responsabilidad.

La web también incluye la Guía de Integridad en imágenes para hacerla más comprensible, y el Estatuto del Denunciante, que garantiza la confidencialidad de las personas que denuncian libres de represalias.

Asimismo, existe un buzón de denuncias como canal de expresión sobre cualquier vulneración de la Guía de Integridad. En este sentido, no se ha recibido ninguna denuncia.

Buzón de denuncias:

alert.eliorgorup@isope.solutions

Teléfono: 900 993 375

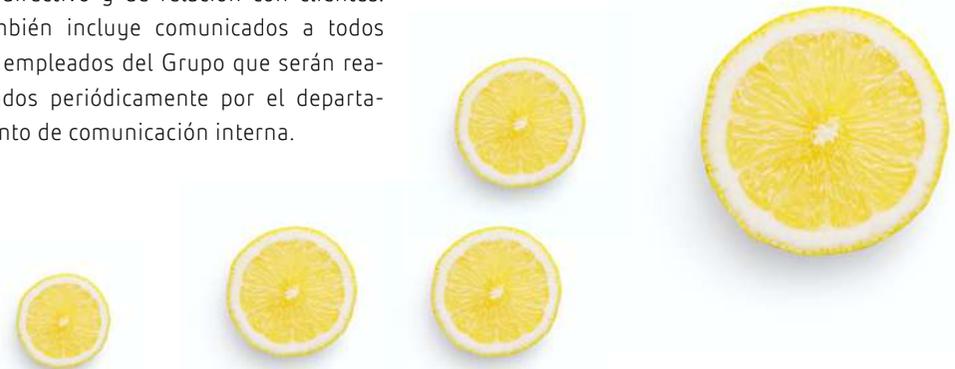


Web sobre integridad:

<https://integrity.eliorgroup.net/>

PROGRAMA DE INTEGRIDAD

El **Programa de Integridad** incluye formación en aspectos éticos a todo el equipo directivo y de relación con clientes. También incluye comunicados a todos los empleados del Grupo que serán realizados periódicamente por el departamento de comunicación interna.



5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

Todas las personas que colaboran con Serunion deben conocer y respetar:

- Guía de Integridad.
- Principios Éticos.
- Política de Competencia.
- Política de regalos e invitaciones.
- Política hacia los intermediarios.
- Política de conflictos de interés.



POLÍTICA SOBRE LA LEY DE LA COMPETENCIA

Las prácticas comerciales del Grupo nunca deben interferir con el funcionamiento adecuado de una competencia sana y justa. En particular, las decisiones comerciales se toman de forma independiente, con exclusión de cualquier forma de consulta con los competidores. El compromiso de cumplimiento de las normas sobre competencia se reflejan en el documento **Política sobre la Ley de la Competencia**.



POLÍTICA DE PREVENCIÓN DEL FRAUDE

Con el objetivo de impulsar, establecer, desarrollar y mantener una adecuada cultura ética, con expresa sujeción a la legislación y regulación vigentes, se ha establecido un sistema de normas, órganos y procedimientos encargados de reforzar la cultura global de cumplimiento ético.

POLÍTICA DE PATROCINIOS Y DONACIONES

La política de patrocinios y donaciones se desarrolla a partir de la evaluación de las solicitudes y el desarrollo de convenios. El objetivo es evitar la participación directa o indirecta de personas que pueda llevar a una situación de conflicto de intereses, y se prohíbe cualquier tipo de actividad que pueda ser constitutiva de tráfico de influencias.

- **POLÍTICA DE REGALOS/INVITACIONES:** Establece límite de entregas y valor, y prohíbe hacer extensibles dichos regalos/invitaciones a amigos y familiares.
- **POLÍTICA DE RELACIONES CON LOS INTERMEDIARIOS:** Da instrucciones para evitar los intermediarios y promover las relaciones directas con los clientes.
- **POLÍTICA DE CONFLICTOS DE INTERÉS:** Guía de comportamiento ante esta posible situación.

Actualmente, se ha desarrollado una formación práctica de tipo quiz, que consta de 17 preguntas con distintas situaciones relacionadas con la corrupción para garantizar el buen entendimiento de la formación.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

5.3. SISTEMA DE COMPLIANCE, UN MECANISMO DE CONTROL

Integridad, rendición de cuentas, transparencia... Todos estos conceptos ayudan a la construcción de una cultura ética, que se controla desde el Departamento de **Compliance**, dirigido por el **Compliance Officer**.

Este departamento evalúa el cumplimiento de los estándares procedimentales establecidos y realiza un reporte trimestral sobre las distintas cuestiones, ya sea por temáticas o por departamentos. Este reporte normalmente se debate en el Comité Ético, integrado por la Directora Financiera, el Director de RRHH, la Directora de Legal, el *Compliance Officer* del Grupo y el *Compliance Officer* de España.

De manera regular, se evalúan riesgos y oportunidades, estudiando posibles consecuencias o efectos potenciales. Desde la formación, el seguimiento y los procedimientos de evaluación se establecen las medidas para identificar si se dieran situaciones de tráfico de influencias, corrupción u otros posibles delitos.

Actuar con integridad nos interpela a todos como personas, empieza en cada uno de nosotros y nos obliga a mantener una actitud de espíritu crítico y atención permanente.

El Departamento de *Compliance* es el responsable de seguir posibles denuncias o dudas de quien haya detectado situaciones sospechosas o no conformes con las normas de integridad. Si esto sucede, se insta a la persona afectada a que se ponga en contacto con el Responsable de Cumplimiento de su área o bien con el Responsable de Cumplimiento del Grupo chiefcomplianceofficer@eliorgroup.com o bien utilice la línea del denunciante.

Una situación de conflicto de interés se define como la situación en la que una persona tiene intereses privados que pueden entrar en conflicto con los intereses profesionales que debe defender en su trabajo.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

5.4. EL COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Serunion es una empresa comprometida con sus responsabilidades económicas y sociales, y es por eso por lo que la RSC está en el centro de las acciones que se llevan a cabo en el día a día, tanto en la restauración por contrato como en los servicios.



Funciones de la Alta Dirección relacionadas con la RSC

La Alta Dirección es la encargada de liderar la Responsabilidad Social y comprometer a toda la organización

- Establece una política, indicadores y objetivos compatibles con la dirección estratégica del grupo.
- Controla los requisitos del sistema de gestión para asegurar que se integran en los procesos de la organización.
- Comunica la importancia de una gestión eficaz y responsable.
- Desarrolla los contenidos comunicativos para promover el conocimiento de la responsabilidad social de la compañía entre sus grupos de interés.
- Dirige y apoya a las personas para contribuir a la eficacia del sistema de gestión.
- Promueve la mejora continua.
- Revisa regularmente el sistema de gestión para verificar su conveniencia, adecuación y eficacia: grado de cumplimiento de los objetivos, metas y programas, comunicación con los grupos de interés y su retroalimentación, oportunidades de mejora.

La promoción de la Responsabilidad Social se realiza desde los responsables de cada departamento organizacional.

La dirección de RSC promueve la implicación de los diferentes departamentos organizacionales, que trabajan en el seguimiento e implementación de los compromisos estratégicos en materia de Responsabilidad Social.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Laura de la Vega, Directora de Fidelización y RSC, participó como ponente en varios foros de promoción de la RSC, en concreto, en la 9ª Semana de la Responsabilidad Social de Cataluña, la 1ª Semana de la Responsabilidad Social de Madrid, el Congreso Nutrimat en Madrid y la Feria Expofood también en la misma ciudad.

Asimismo, se han incorporado cuatro jornadas específicas de RSC en el plan de animación de Sanidad y B6I coincidiendo con los días internacionales que tienen relación directa con nuestros objetivos para promocionar la sostenibilidad.

-  **16/10** Día Mundial de la Alimentación.
-  **13/2** Día Nacional del Desayuno.
-  **22/3** Día Mundial del Agua.
-  **5/6** Semana de la Sostenibilidad.



5.5. CERTIFICACIONES QUE AVALAN NUESTRA ACTIVIDAD

Como muestra del compromiso con la calidad y la responsabilidad social, hemos desarrollado e implementado un **Sistema Integrado de Gestión (SIG) de calidad, medio ambiente y seguridad y salud**, bajo las normas internacionales **ISO 9001** en Sistemas de Gestión de la Calidad, **ISO 14001** en Sistemas de Gestión Ambiental, e **ISO 45001** (anterior OSHAS 18001) en Sistemas de Seguridad y Salud en el Trabajo, así como la **IQNetSR10** de AENOR.



ISO 9001:2008
En calidad

ISO 22000:2005
En seguridad alimentaria

ISO 14001:2004
En medioambiente



OSHAS 18001/ISO 45000
En seguridad laboral



110 de los centros han obtenido la ISO 9001, y cinco las ISO 14001 e ISO 22000.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

Nuestra **Política Integrada** está basada en los siguientes **ejes estratégicos**:

- 1 Cumplimiento legal y obligaciones contractuales.
- 2 Objetivos y mejora continua.
- 3 Comunicación eficaz.
- 4 Formación continua.
- 5 Normativa de comportamiento y Derechos Humanos.
- 6 Gestión ética.
- 7 Control desde origen.
- 8 Seguridad alimentaria.
- 9 Garantía de seguridad, salud y bienestar en el trabajo.
- 10 Generación de una huella alimentaria positiva.
- 11 Satisfacción del cliente.

Cinco de nuestros centros han obtenido la certificación **ISO 22000:2015 en Sistemas de Seguridad Alimentaria**, que especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión para asegurar la inocuidad de los alimentos a lo largo de toda la cadena alimentaria.

Serunion ha obtenido la certificación IQNet SR10, un estándar internacional de gestión y mejora desarrollado por la red internacional de certificadores IQNet, que recoge las mejores prácticas y recomendaciones a nivel internacional en materia de responsabilidad social, como las establecidas en la ISO 26000:2010 Guía sobre Responsabilidad Social.

Este estándar establece un sistema de gestión de la Responsabilidad Social basado en la metodología de mejora continua conocida como Planificar/Hacer/Verificar/Actuar (PDCA, en sus siglas en inglés) y que contiene requisitos auditables.

El proceso de certificación requiere de una auditoría interna anual. Posteriormente, también se realiza una auditoría externa, que ha sido llevada a cabo por la



certificadora Aenor, en la que se revisan las evidencias de documentación y se entrevista a representantes de los grupos de interés.

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario



Etiqueta responsable

La certificación IQNet SR10 se complementa con el sello de **Empresa Responsable de la Asociación + Responsables**, por la gestión con valores en los ámbitos medioambiental, social y económico.



Medalla de Plata de Ecovadis en sostenibilidad

SERUNION SA ha sido premiada por **EcoVadis** con una medalla de plata como reconocimiento por sus logros en RSE. La puntuación obtenida ha sido de 54 sobre 100.

La evaluación de EcoVadis se centra en 21 criterios agrupados en cuatro temas (Medioambiente, Prácticas laborales y derechos humanos, Ética y Compras sostenibles). Todos ellos se basan en normas de RSE internacionales como los Principios del Pacto Global, las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el estándar de la Global Reporting Initiative (GRI), la norma ISO 26000 y los principios de CERES.

MEDIO AMBIENTE	OPERACIONES <ul style="list-style-type: none"> Consumo de energía y GEI. Agua. Biodiversidad. Contaminación local y accidental. Materiales, productos químicos y residuos. 	PRODUCTOS <ul style="list-style-type: none"> Uso del producto. Fin de vida útil del producto. Seguridad y salud del consumidor. Servicios ambientales y abogacía.
DERECHOS HUMANOS Y LABORALES	DERECHOS HUMANOS <ul style="list-style-type: none"> Trabajo infantil, trabajo forzado y tráfico de personas. Diversidad, discriminación y acoso. Derechos humanos de terceros. 	RECURSOS HUMANOS <ul style="list-style-type: none"> Seguridad y salud del empleado. Condiciones laborales . Diálogo social. Formación y desarrollo profesional.
ÉTICA	<ul style="list-style-type: none"> Corrupción. Prácticas anticompetitivas. Gestión responsable de la información. 	
COMPRAS SOSTENIBLES	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas medioambientales de proveedores. Prácticas sociales de proveedores. 	

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

Ecovadis incluye en su análisis sectorial una comparativa de posicionamiento de las empresas a nivel de las distintas dimensiones de RSC, en el que Serunion está por encima en todas las dimensiones con respecto al resto de empresas de su sector.



Certificación ecológica en las cocinas centrales de Málaga y Almería

Serunion ha obtenido la **certificación ecológica** del CAAE (Comité Andaluz de Agricultura Ecológica) en dos centros y está prevista la certificación de otra de las cocinas centrales durante el año 2020.

Se certifica la producción de platos con certificación 100% ecológica, es decir, con un método de elaboración basado en sistemas y ciclos naturales, que mantienen la biodiversidad. El resultado son recetas de alta calidad sin productos químicos de síntesis ni OGM (Organismos Genéticamente Modificados).



Aneda Quality System (AQS)

La división de Serunion de Vending ha obtenido el Sello de calidad Aneda Quality System (AQS).

Este distintivo de calidad, impulsado por la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos (Aneda) y enfocado a la actividad del vending, es un referente en el sector de la distribución automática, que reconoce a las empresas operadoras de vending que cumplen con las exigencias establecidas por esta entidad después de un control exhaustivo con auditorías anuales.

Se trata de una certificación que toma como referencia las normas ISO con el objetivo de verificar el cumplimiento de la legislación aplicable al desarrollo de la actividad del vending y la aplicación de prácticas de higiene alimentaria, tanto en las instalaciones de las empresas operadoras de vending como en las máquinas instaladas en los establecimientos de sus clientes.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario



ATX
Allergy Protection

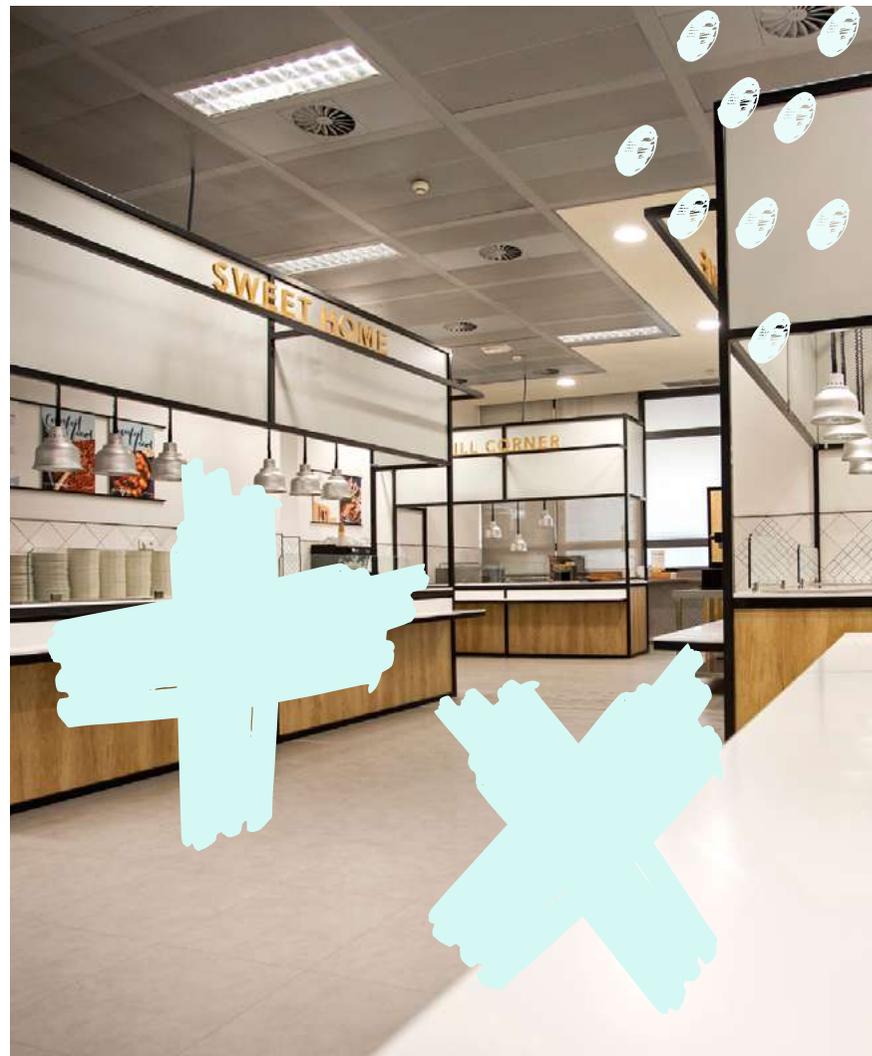
Serunion ha obtenido la certificación ATX Allergy Protection de garantía y calidad para la cocina central en Málaga.

Este sello, impulsado por la asociación ATX Elkartea y expedido por Laztan, cuenta con homologación internacional y avala que tras recibir varias formaciones y rigurosas auditorias, la compañía presenta una oferta alimentaria adaptada a las necesidades de personas que padecen multi alergias.



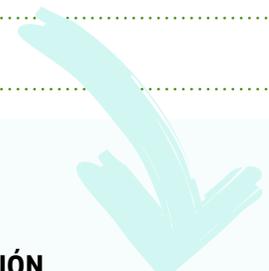
Certificación
Amed

Serunion ha obtenido la certificación AMED de Alimentación Mediterránea en una veintena de centros del ámbito empresarial, entre los que se encuentran Louis Vuitton, Basf, Laboratorios Almirall, Damm o Laboratorios Roche.



5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

5.6. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS, UNA MOTIVACIÓN EXTRA



PREMIO SENDA NUTRICIÓN

La división Serunion Vitae ha recibido el Premio SENDA Nutrición, impulsado por el Grupo SENDA, que valora el Plan de Dinamización de la empresa por su impulso a la salud, el bienestar de las personas mayores y el envejecimiento activo.



GRUPO ELIOR INNOVATION AWARDS 2019

El concepto de restaurante Metropolitan ha sido premiado en los *Innovation Awards* 2019, que tuvieron lugar en el marco de Elior Leaders Committee 2019. Fue considerado el mejor ejemplo de innovación del Grupo, dentro de la categoría "*Innovate as One*". El reconocimiento fue para el equipo de marketing e innovación, que adaptó un modelo de restaurante existente en el mercado francés a las características y necesidades del mercado español.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

5.7. ENTIDADES COLABORADORAS PARA EL INCREMENTO DE VALOR



SERUNION ES PATRONO DE LA **FUNDACIÓN ESPAÑOLA DE LA NUTRICIÓN (FEN)**

Nuestra adhesión a la FEN, máxima autoridad en España en el campo de la nutrición, nos ha permitido convertirnos en el patrono de este organismo especializado en restauración colectiva.



FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE CELÍACOS DE ESPAÑA (FACE)

Serunion cuenta con el apoyo de **FACE** para recibir la formación específica en elaboración de **menús libres de gluten**, así como la información de los **productos garantizados** en este ámbito.



FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES PROVINCIALES DE EMPRESARIOS DETALLISTAS DE PESCADOS Y PRODUCTOS CONGELADOS (FEDEPESCA)

FEDEPESCA colabora con Serunion en el **asesoramiento** de las **variedades de pescado óptimas para nuestros mayores**, así como en proyectos de colaboración para garantizar la pesca sostenible.



ASOCIACIÓN DE NENAS, NENOS E XENTE NOVA CON DIABETES DE GALICIA (ANEDIA)

Serunion se apoya en **ANEDIA** para obtener asesoramiento en el ámbito de la alimentación de las personas diabéticas.



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PERSONAS CON ALERGIA A ALIMENTOS Y LÁTEX (AEPNAA)

Serunion **trabaja de la mano de AEPNAA** para obtener la **formación de los equipos** en materia de adaptación a las necesidades de las personas con **alergias e intolerancias alimentarias**.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

5.8. NOS SUMAMOS A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En 2004, Serunion, junto al Grupo Elior, se unió a la iniciativa de Naciones Unidas de **Pacto Mundial**. Desde 2015, los Informes Anuales de Progreso han permitido a la compañía alcanzar el nivel AVANZADO.

Toda la actividad del grupo se desarrolla alrededor de cuatro de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** de las Naciones Unidas.



Adheridos al Pacto Mundial de Naciones Unidas desde 2004.



Estrategia de RSC basada en 4 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

5.9. POR LA PROSPERIDAD DE LAS COMUNIDADES

Compromiso para avanzar en las condiciones sociales y económicas en las comunidades, abordando sus necesidades y desafíos.

PROGRAMA LÀBORA

PROGRAMA LÀBORA

Serunion ha recibido el reconocimiento del Ayuntamiento de Barcelona a través de la contratación de personas en situación de vulnerabilidad, velando por la igualdad de oportunidades.

Desde nuestros inicios estamos comprometidos a contribuir socialmente en el entorno en el que operamos.

Durante este ejercicio se han desarrollado colaboraciones con distintas asociaciones y fundaciones por valor de 187.668,06 €.

Además participamos activamente en diversas actividades sociales:

ADOPTA UN ABUELO

El compromiso de Serunion para promover la calidad de vida de los mayores también se extiende a colaborar con entidades como Adopta un Abuelo. Mediante el voluntariado, esta iniciativa promueve el contacto de jóvenes con personas mayores que viven en residencias y no reciben visitas.

Con esta colaboración, los voluntarios de Adopta un Abuelo visitan una vez a la semana a los mayores que viven en residencias en las que Serunion presta servicios, para que se sientan acompañados e impulsar así su bienestar emocional.



1.500 BECAS COMEDOR

Cada año, Serunion otorga 1.500 becas comedor para que el mismo número de niños y niñas puedan comer gratuitamente en los comedores de sus colegios. De mutuo acuerdo con los colegios en los que operamos y donde se detectan casos de necesidad, aportamos gratuidades pactadas con la Dirección de dichos colegios.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

REFUGEE FOOD FESTIVAL

En junio, el restaurante de Roche Madrid se sumó a la 4ª edición de este evento solidario internacional, que contribuye a la integración de las personas refugiadas a través del carácter universal de la cocina.



HUCHAS SOLIDARIAS CONTRA EL CÁNCER

Acuerdo de colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) para instalar huchas solidarias en las 161 cafeterías de los centros de Serunion. La recaudación se destina a la lucha contra el cáncer.



JORNADA DE VOLUNTARIADO

Un centenar de trabajadores de Serunion participaron en actividades para los mayores en centros residenciales de DomusVi de 11 ciudades españolas. Esta jornada ha permitido al personal de oficinas de Serunion poder tener un contacto mucho más próximo con este colectivo y entender mucho mejor sus necesidades y sus demandas.

5 Dimensión de buen gobierno, un compromiso diario

MANUTENCIÓN DE LOS VOLUNTARIOS DE LA GRAN RECOGIDA DE ALIMENTOS

Donación de 1.500 bocadillos para alimentar a las personas voluntarias que participan en la Gran Recogida de Alimentos que, durante cuatro días, recoge alimentos en las grandes superficies. Es una actividad en la que Serunion participa cada año.

FAIRTRADE

Además, Serunion cuenta con una colaboración con Fairtrade para la incorporación de productos de comercio justo en sus centros.

RINCÓN SOLIDARIO

El Rincón Solidario es una iniciativa para la comercialización de productos de comercio justo o elaborados por entidades sociales. Con esta campaña se impulsan proyectos de cooperación social, gracias a la visibilidad y comercialización de artículos de alta calidad desarrollados por entidades que integran personas en situación de vulnerabilidad. Por otro lado, también supone el desarrollo de acciones innovadoras contra el desperdicio alimentario, impulsando la economía circular.

El Rincón Solidario se ha implantado en más de 50 cafeterías de empresas y centros sanitarios.

NAVIDAD SOLIDARIA

Desde Serunion felicitamos las fiestas navideñas con pequeños artículos que provienen en su mayoría de entidades que trabajan por la integración de personas vulnerables para contribuir de esta manera a su prosperidad y desarrollo.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

6.1. RESULTADOS 2018-2019

Serunion representa alrededor del 24% del mercado español de restauración colectiva. En los últimos tres años, la empresa ha tenido un crecimiento continuado, en gran parte gracias al esfuerzo que ha realizado en innovación, formación culinaria y nuestro proyecto de sostenibilidad.



En el ejercicio 2018-2019, nuestra facturación ha sido de 485.600.935€.

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

6.2. LA EXCELENCIA COMO GRAN OBJETIVO

El gran objetivo de Serunion es ofrecer un servicio de primera calidad que se consigue gracias a técnicas innovadoras y a la optimización de los procesos.

El compromiso de la empresa se concreta en la implantación de herramientas para valorar el nivel de satisfacción de los clientes, la optimización de los sistemas de control preventivos y la formación del personal en todo lo relacionado con el servicio y la atención al cliente. Son los propios comensales los que avalan esta calidad, pero también las normativas y certificaciones obtenidas.

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y CONSUMIDORES

La valoración de la satisfacción de nuestros clientes y consumidores se ha recogido mediante cuestionarios de evaluación diferenciados entre B2B y B2C, es decir entidad contratante y usuarios del servicio.

En el caso de las valoraciones B2B, es decir, por parte de las entidades contratantes, se ha tenido en cuenta tanto la puntuación obtenida como el indicador NPS (*Net Promoter Score*) global obtenido.

El **Net Promoter Score** es un indicador que mide la diferencia entre los promotores y los detractores del servicio. Se consideran promotores los clientes que, en una escala de 0 a 10, asignan un 9 o un 10. Los detractores son los que puntúan entre 0 y 6.

Hemos obtenido 1.605 actas de valoración de nuestros clientes, un 22% más que el año pasado, con una puntuación media general de **8,18**.

En cuanto al NPS ha resultado de 35, donde un 43,9% de los clientes encuestados nos han valorado con un **sobresaliente**.



SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

Nº DE ACTAS DE VALORACIÓN	B&I	121
	ENSEÑANZA	1.190
	SANIDAD SOCIAL	281
	OCIO Y VENDING	13
	TOTAL	1.605

PUNTUACIÓN MEDIA	B&I	8,03
	ENSEÑANZA	8,29
	SANIDAD SOCIAL	7,87
	OCIO Y VENDING	8,07
	TOTAL	8,18

NPS	B&I	25
	ENSEÑANZA	41
	SANIDAD SOCIAL	15
	OCIO Y VENDING	15
	TOTAL	35

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

Nuestros clientes han valorado distintos aspectos en el desarrollo de nuestros servicios:

ASPECTOS VALORADOS POR NUESTROS CLIENTES

OFERTA GASTRONÓMICA	7,9
MATERIA PRIMA	7,91
LIMPIEZA	7,98
PARTE EQUIPO	8,08
MENÚS PROPUESTA SALUDABLE	8,23
ADAPTACIÓN NECESIDADES	8,29
HERRAMIENTA COMUNICACIÓN	8,3
COMPLEMENTO ACTIVIDAD	8,37
RESPUESTA A LA DIVERSIDAD	8,39
RESPUESTA EVENTUALIDADES	8,43
COORDINACIÓN PERSONAL	8,46
CUMPLIR COMPROMISOS	8,47
ÉTICA	8,47
RELACIÓN	8,59
SEGURIDAD ALIMENTARIA	8,76

Por lo que respecta a la valoración de los comensales, es decir B2C, un total de 6.694 personas han participado en las encuestas de satisfacción, en las que nos han valorado con una puntuación media de 7,27/10.



VALORACIÓN B2C POR MERCADO	Centros	Comensales	18-19
B&I	14	2.896	7,23
Enseñanza	7	2.784	7,67
Sanidad social	8	1.014	6,97
TOTAL	29	6.694	7,27

Por su parte, la Consejería de Educación de Castilla-León, comunidad en la que operamos en centros escolares, ha llevado a cabo encuestas de satisfacción a 7.135 familias que utilizan el servicio de comedor escolar, en las que hemos obtenido una valoración media de 8 sobre 10, por encima del resto de las empresas del territorio.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

Serunion es la empresa mejor valorada entre más de 7.100 familias.



Aspectos mejor valorados por las familias:

- **Limpieza de los platos y el menaje del servicio (9,2/10)**
- **Información acerca de la comida a sus hijos e hijas (8,8/10)**
- **Temperatura de los platos cuando los niños y niñas se sientan a comer (8,4/10)**
- **Grado en el que los familiares consideran el menú saludable y equilibrado (8,2/10).**

El 76% de las familias afirman que el tamaño de las raciones es adecuado, según la percepción que les trasladan sus hijos e hijas.

En nuestra actividad de B&I, 9 centros han incluido el QUIOSCO de preguntas para el *Opinion's Day*. Las respuestas nos permiten ir adaptando la oferta a las preferencias y gustos de los comensales.

Además, hemos incorporado la visita de un *Mystery Shopper*. Nuestros centros de cafeterías mantienen la visita sorpresa de un auditor que evalúa, desde los ojos de un usuario, nuestro servicio de restauración.

Este año se han visitado 147 centros de B&I, Sanidad y Educa, obteniendo una valoración media de 9,48 sobre 10.

Carta del presidente

Principales hitos

Serunion

Grupos de interés

Buen gobierno

Economía e innovación

Medio ambiente

Personas

Anexos

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento



EVENTOS CON CLIENTES

Cada año desarrollamos eventos con clientes de las diferentes divisiones para compartir los nuevos proyectos que estamos llevando a cabo, entre los que destacamos:



Una jornada con los clientes de Singularis para presentar la nueva colección de piezas de autor maridadas, en colaboración con la Fundación Eurofirms.



Con nuestros clientes de Sanidad pudimos visitar las instalaciones del Espacio de Innovación Gastronómica de la Comunidad de Madrid. La visita se complementó con una degustación con el equipo de Acyre (Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid).

Hemos podido disfrutar de la compañía de Sergio Fernández, que volvió a conquistar a nuestros clientes de la división de Educa con el taller de cocina Nutrifriends en Madrid y posteriormente en Málaga.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

ESTÁNDARES EN CALIDAD

La experiencia de más de 30 años en el sector ha contribuido al desarrollo de estándares de calidad y protocolos de seguridad en el manipulado de alimentos durante toda la cadena de producción.

Mensualmente se monitorizan varios factores en todas las cocinas de la empresa:

- **Potabilidad.**
- **Limpieza y desinfección.**
- **Plagas.**
- **Mantenimiento de instalaciones y equipos de cadena de frío.**
- **Formación y buenas prácticas.**
- **Control de proveedores.**
- **Control de residuos.**
- **Control de alérgenos.**
- **BPM (ECO).**
- **APPCC.**

AUDITORÍAS

Durante el ejercicio 2018-2019 se han realizado **3.132 auditorías** en **2.195 centros**. Además, se han llevado a cabo **22.060 análisis de productos**.

Auditorías de higiene

La empresa cuenta con un **software específico para monitorizar las auditorías**, analíticas o verificaciones de calidad.

PROCEDIMIENTO EN CASO DE INCIDENCIA

Las reclamaciones se centralizan en el área de Sistemas del Departamento de Calidad. A través de la dirección de correo **damosrespuesta@damosrespuesta.com** se atienden todas las quejas o reclamaciones dirigidas a cualquiera de las empresas del grupo. En esta dirección se unifican las incidencias que llegan de cualquiera de los canales de recepción (delegaciones, hojas de reclamaciones, redes sociales, atención al cliente...).



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

6.3. UNA BUENA ALIMENTACIÓN ES LA MEJOR INVERSIÓN

Serunion se preocupa por la salud de las personas a las que alimenta diariamente en sus centros y restaurantes. Por eso, se ofrecen opciones saludables de forma transversal en todos los servicios con la información nutricional necesaria para que nuestros usuarios puedan escoger con la mayor corrección posible.

La empresa dispone de 179 nutricionistas que llevan a cabo el diseño de menú que garanticen la ingesta de todos los nutrientes y aportaciones esenciales en cada plato. Tanto las cantidades de comida como el seguimiento de las dietas específicas y la forma de cocción se estipulan en fichas técnicas.

Durante el ejercicio 2018-2019 Serunion ha invertido 21.350.504€ en **ingredientes nutritivos**, que hemos incorporado en **5.622 recetas**.



Garantizar y promover una vida sana en todas las edades.

179 nutricionistas cuidando de la salud de nuestros consumidores.

NUEVAS GAMAS EN LA ALIMENTACIÓN PARA EMPRESAS

Desde la división *Business&Industry* se han desarrollado nuevos conceptos innovadores como The Green House, Meetropolitan, Bites, L'Atelier o Mercado gastronómico, todos ellos enfocados a los distintos públicos usuarios de nuestros servicios y con una clara oferta gastronómica dirigida a fomentar la **alimentación saludable**.

En Serunion nos apasiona el mundo de la alimentación, por lo que llevamos a cabo un programa de animación que profundiza en el conocimiento de la gastronomía y anima a los comensales a seguir una alimentación natural y rica en productos frescos, que ayudan a cuidarse desde dentro.

Con ese programa invitamos a nuestros comensales a sumarse al movimiento **HEALTHY FOOD LOVERS**, promovido por grandes chefs, nutricionistas e *influencers*. Una nueva manera de entender la alimentación donde la elección es una decisión personal, ejercida desde la plena consciencia.

Nuestro programa promueve la elección de una alimentación saludable por parte de nuestros comensales y usuarios, y forma parte del compromiso de Serunion por dejar un impacto positivo con nuestra actividad.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

GRANDES CHEFS COLABORADORES

Desde Serunion vivimos la restauración desde la máxima *expertise* de nuestros colaboradores y también mejoramos nuestra aportación al mercado con la colaboración de grandes cocineros y cocineras que han desarrollado su carrera profesional de una manera espectacular, obteniendo el reconocimiento público a través de Estrellas Michelin y otros galardones.

En concreto, contamos con la colaboración de los siguientes chefs mediáticos:

CHEF	RECONOCIMIENTO	LÍNEA DE COLABORACIÓN
Hermanos Torres	2 Estrellas Michelin	Restauración a bordo
Mario Sandoval	2 Estrellas Michelin	División de empresas
Grupo Iglesias	2 Estrellas Michelin	Singularis
Sergio Fernández	Chef mediático de Canal Cocina	División Educa



Por su parte, la división **Serunion Vending** ha desarrollado, en colaboración con el Área de Nutrición de la compañía, un proyecto para ampliar la oferta de productos saludables en las máquinas de autoservicio. Se pretende con ello fomentar una alimentación equilibrada y ofrecer productos aptos para personas celíacas. La mayor parte de los productos de estas máquinas vending no contienen ni aceite de palma ni azúcares añadidos y son bajos en sal.

Cada familia de productos cuenta con opciones beneficiosas para la salud y se adaptan a los criterios nutricionales establecidos por la AECOSAN a través de la **Estrategia NAOS** (Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad) del Ministerio de Sanidad y Consumo. Las máquinas de vending son interactivas y permiten acceder al catálogo de opciones virtual para consultar los valores nutricionales, ingredientes y alérgenos de cada snack.

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

INFORMACIÓN NUTRICIONAL PARA NUESTROS CLIENTES Y COMENSALES

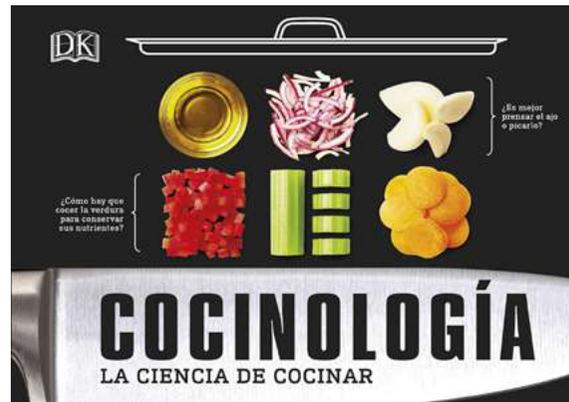
Cada año, coincidiendo con el Día del Libro, Serunion edita guías de alimentación y libros de cocina de chefs mediáticos para obsequiar a nuestros clientes y comensales.



TU ELECCIÓN SALUDABLE, GUÍA DE ALIMENTACIÓN

Este año hemos editado 17.000 e-books junto con la Fundación Española de la Nutrición para dar las pautas nutricionales necesarias para llevar una vida más saludable.

La Fundación Española de la Nutrición impulsa y coordina equipos de ámbitos científicos e industriales y coopera con organizaciones nacionales. Serunion forma parte del patronato de la Fundación desde 2018.



COCINOLOGÍA, UN LIBRO PARA APRENDER A ALIMENTARSE

Asimismo, hemos regalado 1.350 ejemplares de Cocinología, un libro didáctico que aporta datos científicos de los alimentos y consejos para elaborar comidas saludables.



ACUERDO DE COLABORACIÓN SEEDO-SERUNION-ACYRE

Serunion ha iniciado un proyecto de colaboración con la SEEDO (Sociedad Española del Estudio de la Obesidad) y con ACYRE (Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid) para desarrollar conjuntamente un Decálogo para contribuir a que la alimentación fuera de casa sea saludable y, junto con la práctica de ejercicio físico y un estilo de vida activo, prevenir el exceso de peso entre la población.

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

DECÁLOGO DE GASTRONOMÍA SALUDABLE

- 1 Utiliza aceite de oliva o aceite de girasol alto oleico como grasa culinaria. El aceite de oliva virgen para aliños.
- 2 Prioriza preparaciones y técnicas culinarias que disminuyan en lo posible el aporte energético y de bajo contenido en grasa.
- 3 Uno de cada 4 primeros platos debe incluir verduras, hortalizas o legumbres como base principal.
- 4 Uno de cada 2 segundos platos debe ser a base de pescado blanco o azul o bien con carne magra.
- 5 Priorizar las verduras, hortalizas y legumbres como guarnición de segundos platos.
- 6 La oferta de postres debe incluir siempre fruta fresca de temporada o frutos secos.
- 7 Los postres lácteos deben incluir la opción de bajos en grasa (semi o desnatados).
- 8 Priorizar el consumo de agua como bebida habitual. Utilizar unidades individuales si se consume alcohol.
- 9 Utilizar alimentos de temporada preferiblemente adecuados a la gastronomía local y productos de proximidad.
- 10 Informar de las calorías totales y ofrecer medias raciones.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento



1.029 recetas vegetarianas.

RECETAS VEGETARIANAS Y VEGANAS CADA DÍA

Serunion incorpora diariamente en los establecimientos donde opera opciones vegetarianas y veganas en el menú disponibles para todos los consumidores. Para ello, cuenta con 1.029 recetas vegetarianas.

- Este año nuestros chefs han creado 36 nuevas recetas originales con carne vegetal hecha a base de soja.
- Los platos vegetarianos han representado más del 10% del consumo en nuestros restaurantes de empresa.
- Hemos introducido carne vegetal en 30 de nuestros restaurantes de diferentes ciudades, también en entrantes y platos principales.
- Hemos realizado eventos de showcooking con charlas nutricionales y demostraciones de cocina.
- También hemos llevado a cabo una campaña de sensibilización para reducir el consumo de azúcar.



ZUMOS NATURALES

Serunion ha adquirido nueva maquinaria para hacer zumos. Se han desarrollado 15 recetas diferentes de zumos, tanto para la oferta de desayunos como para las opciones de postres.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

6 Dimensión económica, *la innovación, motor de crecimiento*

PROGRAMA DE DESAYUNO SALUDABLE

Bajo la denominación de programa de desayuno saludable incluimos:

- La oferta incorpora siempre un sándwich bajo en calorías.
- Promociones con marcas de productos saludables como jamón bajo en sal y panes integrales.
- Nuevos productos como porridge o cereales.
- Cafés con leches especiales (soja, sin lactosa, etc.).



ACUERDO CON FACE POR LA CELIAQUÍA

La celiacía es una enfermedad autoinmune que afecta a más 400.000 personas en España.

Cada día servimos cerca de 2.000 menús sin gluten en colegios, hospitales, residencias y restaurantes de empresa.

Además, desde hace seis años, tenemos un acuerdo de colaboración con la Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE) para seguir los procedimientos de elaboración, manipulación y conservación que requieren este tipo de menús.

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

6.3.1. BUENOS HÁBITOS ALIMENTARIOS DESDE LA INFANCIA

Para los más pequeños, todas las recetas son controladas por el equipo de dietistas y nutricionistas para garantizar la variedad correcta de ingredientes y contribuir a un estilo de vida más saludable.

- **Ofrecemos diferentes tipos de frutas y verduras de temporada a diario.**
- **Reducimos el consumo de carne roja.**
- **Limitamos el consumo de comida procesada (sopas y salsas de elaboración propia, pan integral, sin azúcares añadidos).**
- **Utilizamos grasas buenas, probióticos y prebióticos e ingredientes funcionales (uso de aceite de oliva virgen, aceite de girasol alto oleico, pescado azul y otros pescados).**
- **Usamos leche sin lactosa y alimentos sin gluten para quienes lo precisan.**
- **No utilizamos potenciadores del sabor, colores artificiales ni mono-sodium glutamato.**
- **Incluimos, de mutuo acuerdo con nuestros clientes, productos ecológicos (sin ningún tipo de pesticida).**
- **Suministramos agua de calidad para una correcta hidratación.**

DÍA DEL CELÍACO

Con el fin de sensibilizar e informar sobre la celiaquía, por noveno año consecutivo y con motivo del **Día Nacional del Celíaco**, servimos cerca de 150.000 menús sin gluten en los comedores escolares de todo el país, acompañados de actividades educativas en torno a esta enfermedad: fichas para colorear alimentos con y sin gluten para aprender a diferenciarlos o el juego **“El comecocos del Día del Celíaco”**, en el que se reta a todos los niños y niñas a crear una merienda libre de gluten a partir de la elección de alimentos aptos para celíacos.

CLUB NUTRIFRIENDS

Hemos desarrollado un programa innovador para aumentar la aceptación de los platos más relevantes en la dieta de los pequeños, como son los pescados, las verduras y las legumbres. Este proyecto se ha desarrollado junto con el chef mediático Sergio Fernández, que ha elaborado 18 nuevos platos nutritivos especialmente pensados para su paladar.

El Club Nutrifriends cuenta con una serie de personajes que ayudan a los niños a entender los diferentes conceptos de manera divertida.

La formación del equipo de cocineros y monitores del Club Nutrifriends ha sido clave, dado su rol en la transmisión de los mensajes a los alumnos.



6ª Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

Hemos implementado el **Día del nutriplato**, un proyecto piloto en el que dos veces al mes, se ofrecen platos con ingredientes nutritivos. Los niños evalúan el plato a través de una caja de sugerencias hecha por ellos mismos y son los protagonistas de esta iniciativa.

No son las únicas actividades realizadas en el ámbito escolar. En 204 centros se han desarrollado **otras actividades lúdicas de sensibilización sobre hábitos de alimentación saludable**: elaboración de chucherías con zumo de fruta natural, puzzle para aprender a distinguir los distintos pescados, un juego de memoria de las frutas estacionales y un juego de desayuno saludable.

4º CUENTO DE NOA & MAX Y LA CARACOLA MÁGICA

Desde hace cuatro años, estamos desarrollando una colección de libros infantiles para promover los hábitos de vida saludables a partir de las historias de sus protagonistas, Noa y Max.

Entre otras cosas, nos recuerdan la importancia de comer pescado y legumbres, hidratarse adecuadamente o hacer ejercicio físico. En la última edición se distribuyeron más de 60.000 ejemplares entre los escolares de los comedores.



6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

6.3.2. EL PLACER POR LA COMIDA EN LAS PERSONAS MAYORES

Serunion Vitae es la una nueva identidad corporativa de la división Serunion Mayores. Su objetivo es aportar frescura, vitalidad y experiencia a la división especializada en la gestión del servicio de comida para residencias y centros de día. Actualmente, esta división sirve más de 120.000 comidas al día a más de 580 residencias.

En el caso de las personas mayores, hemos diseñado un programa que va más allá de atender sus necesidades básicas asistenciales y nutricionales. Se trata del **Plan de Dinamización**, un programa abierto basado en la Atención Centrada en la Persona, que incorpora más de 30 actividades y talleres, diseñados específicamente para estimular las capacidades de los residentes con el objetivo de mejorar su calidad de vida en su rutina cotidiana. Se dividen en tres bloques: gastronomía, de cercanía y fuera de la residencia.

ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS

Desde la vertiente gastronómica, el Plan de Dinamización no sólo ofrece las mejores soluciones nutricionales adaptadas a las necesidades de cada residente, sino que convierte la hora de comer en una verdadera experiencia colectiva, donde compartir, disfrutar y socializar son aspectos clave en la hora del comedor.

ACTIVIDADES DE CERCANÍA

Las actividades de cercanía del Plan cumplen un triple objetivo: acercar a las personas mayores a esta era tecnológica en la que vivimos con actividades para impulsar su integración, acercar al familiar a la residencia y a su día a día, y generar un vínculo emocional mediante el acercamiento del personal de la residencia al residente y a sus familias.

ACTIVIDADES FUERA DE LA RESIDENCIA

Con las iniciativas realizadas fuera de la residencia, el Plan de Dinamización hace partícipes a los residentes de actividades al aire libre fuera de su rutina, en las que comparten con sus compañeros experiencias diferentes.

Hemos creado el concepto **Facile à manger**, una técnica innovadora para texturizar los platos del menú basal, especialmente indicada para aquellas personas con dificultades de masticación y deglución. Conscientes de que las personas mayores necesitan una mayor hidratación, también se han elaborado 32 recetas de hidratación (agua con sabores, con frutas frescas e infusiones), adaptadas a las distintas estaciones del año, con ocho tomas en verano y siete en invierno. El principal objetivo de esta técnica es estimular el apetito y devolver el placer por la comida, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de las personas con problemas de masticación. Para ello, se utilizan moldes de diferentes formas y tamaños y se juega con la presentación de cada plato.

Además de dar servicio a residencias y centros de día, Serunion Vitae también ofrece el **Servicio de Atención Domiciliaria (SAD)**, que reparte menús a aquellos hogares de personas que no pueden prepararse la comida por sí mismas.

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

6.4. INGREDIENTES SOSTENIBLES, BUENOS PARA LA SALUD Y PARA LA SOCIEDAD

El 54% de las compras de alimentación en este ejercicio se han hecho a proveedores locales, es decir, a proveedores que sirven exclusivamente dentro de su Comunidad Autónoma.

Por otro lado, nuestra compra de productos ecológicos ha alcanzado un volumen de **1.216.980€**.

555 proveedores locales sirven exclusivamente en su comunidad.

COMPRA LOCAL POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Andalucía	79%	Castilla-La Mancha	47%	Madrid	26%
Aragón	69%	Cataluña	44%	Melilla	100%
Asturias	77%	Ceuta	100%	Murcia	16%
Baleares	100%	Extremadura	53%	Navarra	30%
Canarias	100%	Galicia	54%	País Vasco	47%
Cantabria	60%	La Rioja	40%	Valencia	63%
Castilla y León	79%				

ACUERDO CON FARMIDABLE

Hemos firmado un acuerdo con Farmidable, una app para la compra de alimentos ecológicos y de proximidad de la zona de influencia de Madrid.

Gracias a este acuerdo ayudamos a que nuestros usuarios se puedan llevar la compra a casa sin tener que hacer desplazamientos posteriores a la jornada laboral. Con ello también contribuimos a reducir la huella de carbono.

El 2% nuestras compras son **productos certificados con sellos sociales y medioambientales** de suministro responsable, que representa un volumen superior a 3,8 millones de € al año.

54% Compras totales se realizan a proveedores locales

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

MÁS PESCA SOSTENIBLE

Estamos comprometidos con la preservación de la biodiversidad marina y, por ello, hemos aumentado la adquisición de productos procedentes de pesca sostenible en un 27,3% con respecto al año anterior. En 2018-2019, el 22% del pescado que se compró pertenece a esta categoría.

Serunion formó parte de la comisión que llevó a cabo la redacción de la **Guía sobre Pesca y Acuicultura Sostenible**, liderada por Fedepesca, para conocer y proteger el medio marino. A través de esta publicación se explican los recursos pesqueros, la regulación, las buenas prácticas en el sector y las recomendaciones para que los consumidores contribuyan a la sostenibilidad.

www.pescaverde.org/home-knowtoprotect/



DÍA NACIONAL DE LA NUTRICIÓN

En diversos centros y muy especialmente en el Hospital General Universitario Morales Meseguer de Murcia, hemos desarrollado una jornada especial para este día. En concreto, hemos contado con la colaboración del prestigioso **chef murciano con dos Estrellas Michelin, Pablo González**, que ha preparado alrededor de **200 menús con platos típicos de la gastronomía local**. Durante la jornada, se han llevado a cabo tres charlas informativas alrededor de la importancia de una alimentación sana y equilibrada: *Publicidad, Alimentos y Salud*, a cargo de José Manuel López Nicolás, investigador docente de la Universidad de Murcia; *Alimentación sana, equilibrada, fácil y sostenible*, de la mano de Luis Hidalgo, dietista-nutricionista de la Región de Murcia; y *Actuaciones y dinámica dentro de una cocina hospitalaria*, impartida por Laura Sánchez, dietista y nutricionista de Serunion.



FISH 4 KIDS

Hemos colaborado en una iniciativa para promover el consumo de pescado sostenible en los colegios, con la colaboración de la Fundación Biodiversidad y cofinanciado por el Fondo Europeo Marítimo y de Pesca, de la mano de Fedepesca como entidad ejecutora.



6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

THE GREEN HOUSE

Configura el nuevo concepto de restaurante de empresa ecológico, saludable y sostenible.

De la mano de L'Oréal, hemos desarrollado un nuevo concepto de restaurante que combina los aspectos saludables con la sostenibilidad medioambiental y social. Se trata de *The Green House*, un concepto innovador que, además de incluir una decoración y mobiliario basados en materiales nobles, incluye platos vegetarianos, *smoothies*, desayunos healthy, ensaladas, pollo y bistec ecológicos, buffet de frutas o postres caseros, entre otros. También cuenta con espacios realmente novedosos como el *Green Corner* o *The Green Van* (en el exterior).

Cerca del 40% de los productos son ecológicos, un 40% de km 0, más de la mitad proceden de proveedores locales y los envases son compostables y biodegradables, con una clara apuesta por la sostenibilidad.

La multinacional L'Oréal es el primer cliente de Serunion donde se implanta este modelo que, además de en la gastronomía, se focaliza en aportar bienestar al empleado y generarle una buena experiencia en espacios sumamente *eco friendly*.

Join the Green Life,
comida sana y estilo
de vida saludable.



BIENESTAR ANIMAL

Serunion considera que el bienestar animal contribuye a la buena salud de los animales y que es un eslabón esencial de una cadena de suministro sostenible. El bienestar animal forma parte de la estrategia de RSC de Serunion, con el nombre Serunion Positive Foodprint Plan, y se inscribe específicamente en su pilar de Ingredientes sostenibles. Esta cuestión da respuesta al Objetivo de Desarrollo Sostenible número 2 de las Naciones Unidas (Hambre Cero), que integra las problemáticas del bienestar animal. Las necesidades mundiales de alimentos de todo tipo, entre ellos la carne, están en constante aumento y Serunion considera que es necesario asegurar la constante preservación del bienestar animal; es también motivo de preocupación para sus comensales y clientes, así como para sus trabajadores y partes interesadas.

A pesar de no ser propietario de explotaciones agrícolas o centros de transformación, Serunion es consciente de que le corresponde tejer vínculos de confianza constructivos con sus proveedores para garantizar la consideración del bienestar animal y la aplicación de buenas prácticas resultantes de la investigación científica en este ámbito.

Las cuestiones referentes al bienestar animal se encuentran en constante evolución y, en consecuencia, Serunion examinará de manera regular su posicionamiento a fin de garantizar que está en sintonía con las recomendaciones del mundo científico y que integra los avances del Grupo en cada región en la que está presente.

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

LAS CINCO LIBERTADES

Serunion apoya la idea de que los animales no son mercancías, sino seres sensibles. Por esta razón, la compañía se basa en el principio de las «cinco libertades» del Farm Animal Welfare Committee (FAWC) y exige a sus proveedores que sigan, al menos, las siguientes prácticas éticas, tal y como se enuncia en estas Cinco libertades del FAWC:

NO PASAR HAMBRE O SED – acceso a agua fresca y a una alimentación adecuada que garantiza la buena salud y el vigor de los animales.

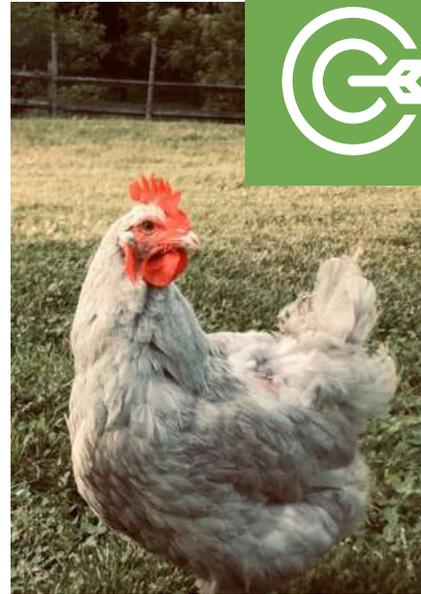
NO SUFRIR INCOMODIDADES – entorno apropiado que incluye cobijo y una zona de descanso cómoda.

NO PADECER DOLORES, HERIDAS O ENFERMEDADES – prevención o diagnóstico rápido y tratamiento.

PODER EXPRESAR LOS COMPORTAMIENTOS NATURALES PROPIOS DE LA ESPECIE – espacio suficiente y entorno apropiado para las necesidades animales y contacto con otros congéneres.

NO SENTIR MIEDO O SUFRIMIENTO – condiciones de cría y prácticas que no generen sufrimiento psicológico.

Nos hemos comprometido a suprimir por completo los huevos de gallinas enjauladas (incluyendo los ovoproductos) para el año 2025. El impacto en el precio y la baja demanda actual de este producto provoca que el ritmo de incorporación no sea tan rápido como nos gustaría. En 2019, se han consumido 44 toneladas de huevos de gallinas no enjauladas, el doble que el año pasado (22,7t).



Objetivo

100% de huevos de gallinas no enjauladas.



Objetivo

0% de aceites que causen deforestación.

POSICIONAMIENTO DE LA COMPAÑÍA CONTRA EL ACEITE DE PALMA

Serunion no cocina con aceite de palma en ningún establecimiento. La producción del aceite de palma produce un impacto negativo en el medio ambiente y, desde un punto de vista nutricional, contiene un mayor volumen de ácidos grasos saturados que otros aceites alimentarios. Es por eso por lo que, dentro de la política de compras responsables, la empresa tiene el objetivo de ir sustituyendo el aceite de palma por otros aceites vegetales.

En los casos de productos preelaborados que adquirimos, en los que el aceite de palma no puede sustituirse, solicitamos a los proveedores que lo utilicen bajo certificación de sostenibilidad. Algunos productos, especialmente los de pastelería industrial, integran ya el aceite de palma certificado RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*).

Es uno de los aspectos que se tienen en cuenta en el proceso de evaluación de proveedores.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

6.5. SEGURIDAD ALIMENTARIA, LA GARANTÍA IMPRESCINDIBLE

El Sistema Integrado de Gestión de Serunion incluye distintas guías de buenas prácticas y protocolos de actuación para la higiene personal y procesos de manipulación, así como acciones correctoras ante emergencias.

Garantía de Seguridad Alimentaria con el sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC) e ISO 22000:2015.

Nuestras cocinas tienen implantado un sistema de control de calidad basado en los principios del **Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC)** y la norma **internacional ISO 22000:2015**, que garantizan la inocuidad de los alimentos. Asimismo, nuestras instalaciones están sometidas a auditorías de seguridad alimentaria periódicas tanto internas como externas.

La **metodología APPCC** es un enfoque preventivo sistemático de seguridades alimentarias y farmacéuticas que identifica los peligros físicos, alérgicos, químicos y biológicos de los procesos de producción que pueden provocar que el producto final sea inseguro, y diseña mediciones para reducir estos riesgos a un nivel seguro. El sistema puede utilizarse en todas las etapas de una cadena alimentaria (producción de alimentos, procesos de preparación, embalaje, distribución, etc.).

Además de todo ello, en Serunion trabajamos con un **software específico para la gestión y el tratamiento de información y la seguridad alimentaria**, que ofrece diferentes indicadores de calidad con respecto a la información de los productos y fichas técnicas relacionadas, además de permitir ver el estado de proveedores y sus productos.

La seguridad e higiene alimentaria también se garantizan con la formación continua y actualizada del personal para una correcta manipulación de los alimentos. En las cocinas existen planes de limpieza y desinfección de todas las instalaciones, que se realizan

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

de forma periódica, y un protocolo de seguridad para garantizar la trazabilidad de los alimentos desde la recepción de la materia prima hasta el traslado de los menús y su consumo en los distintos centros en los que sirven.

En 2004, Serunion fue la primera empresa que apostó por el **sistema de la línea fría** en el sector de escuelas. Fue una importante innovación en el mercado español donde, al contrario que en Europa, el sistema estaba poco implantado. Las técnicas de cocina en 'línea fría' aumentan los niveles de seguridad y calidad en la restauración colectiva, aportando numerosas ventajas, especialmente en los comedores escolares.

La línea fría combina la cocina tradicional con los modernos sistemas de conservación en los que, tras la elaboración del plato, se enfría rápidamente (conservación y transporte en frío positivo de +4°C) y se mantiene en frío hasta el momento del consumo. La recuperación de la temperatura es fundamental en este proceso, ya que permite reducir tanto el riesgo de crecimiento de microorganismos patógenos como de formación de toxinas. También resulta indispensable, además de no romper en ningún momento la cadena de frío, que el plato se consuma inmediatamente después de su regeneración que, por tanto, deberá realizarse en el mismo centro de consumo. Los principales destinatarios de esta modalidad son centros escolares de pequeño y mediano tamaño.

Del mismo modo, Serunion garantiza la seguridad y la calidad de los alimentos que dona con la **Instrucción de donación de alimentos**. El servicio de **Take Away** se encuentra también controlado mediante el sistema de autocontrol implantado en cada centro.

Desde el momento que la compañía pone a disposición del usuario la comida solicitada, es responsabilidad del propio usuario recogerla y consumirla lo más rápidamente posible para seguir con el protocolo sanitario establecido.

Las técnicas de cocina en 'línea fría' aumentan los niveles de seguridad y calidad en la restauración colectiva.

VISITA DE LA CONSEJERÍA DE SALUD Y EL ALCALDE DE ALCANTARILLA

Serunion es la principal empresa contratada en el servicio de comedores escolares de la región de Murcia. En mayo de 2019 la cocina central Alcantarilla recibió la visita de la Consejería de Salud y del alcalde de la localidad.



6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

6.6. LA INNOVACIÓN Y LA DIGITALIZACIÓN NOS AYUDAN A CRECER



Serunion destina un 2% de su facturación anual (8M€-9M€) a nuevas instalaciones. Esta inversión es parte del compromiso de innovación y de mejora de procesos y prácticas.

2% de la facturación destinada a I+D.

Dentro de la estrategia de negocio, la digitalización es un pilar fundamental para conocer las necesidades del comensal. En este ámbito se pueden enmarcar iniciativas como **TimeChef**. Forma parte de la división de Business&Industry y se inició su implantación en 40 restaurantes de empresa.

Otra de las aplicaciones desarrolladas por la compañía es la 'App Educa', dirigida a padres y tutores de los niños que comen en los comedores escolares. En la actualidad, la **App Educa** está implantada en 351 colegios de toda España.

Además, se han instalado más de 80 pantallas interactivas en más de 50 restaurantes gestionados por la empresa y se ha implantado el sistema **People counter** conectado a **TimeChef**, que permite saber con exactitud y a tiempo real las personas presentes en el restaurante para así evitar colas o esperas indeseadas. Esta tecnología está presente en ocho restaurantes, entre los que figuran 'Roche', 'L'Oréal' o 'Volkswagen'.

Por otro lado, la empresa ha implementado mejoras internas para empoderar y desarrollar al máximo el potencial de la plantilla. Durante 2018 ha apostado por la innovación digital para mejorar la infraestructura y los sistemas del puesto de trabajo, evolucionando hacia la **digital workplace transformation**.

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

MÁS INFORMACIÓN EN LAS MÁQUINAS DE VENDING

Nuestras máquinas expendedoras de productos llevan un distintivo donde, además de mostrar datos de la empresa, canales de atención al cliente y el número identificativo de cada unidad, incluyen un código QR que permite a los usuarios acceder al catálogo virtual de productos. Ahí pueden ver las propiedades de cada producto: ingredientes, valores nutricionales por porción (envase) y por 100 g/100 ml y alérgenos. Para hacerlos más visibles, los productos saludables van identificados mediante etiquetas para que sean fácilmente reconocidos.

Además, Tom -un personaje ficticio a modo de repartidor- permite el contacto directo con la central ante cualquier duda o sugerencia a través del uso de Whatsapp, del teléfono de atención al usuario o de la página web (<http://serunion-vending.com>).

LA NUEVA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Hola Serunion es una nueva plataforma de comunicación entre la empresa y los colaboradores para acceder a sus nóminas, las distintas políticas de la empresa y otros documentos de interés.

PORTAL PARA LA FORMACIÓN A MEDIDA

Otro de los esfuerzos ha sido la mejora en las plataformas de formación como, por ejemplo, el portal de *microlearning* al que los colaboradores pueden acceder para mejorar y adquirir nuevas competencias. Hasta ahora, más de 1.200 personas han utilizado el portal para desarrollar su carrera profesional.

6.7. COMPRA RESPONSABLE, NUESTROS PROVEEDORES SE SUMAN AL COMPROMISO

Serunion ha establecido un código de buenas prácticas para garantizar que la cadena de valor de los profesionales externos esté alineada con la manera de trabajar de la empresa.

La Plantilla de Condiciones generales establece los términos y condiciones que regulan la relación con los proveedores. El Departamento de Calidad lleva a cabo la homologación de cada empresa proveedora que, a su vez, debe estar de acuerdo con el documento de Política de Sistema Integral de Gestión, la Estrategia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), la Declaración Responsable y el Compromiso de Especificaciones de Calidad de las materias primas.

El **Código de Conducta para Proveedores** les compromete a cumplir con determinadas obligaciones, con la posibilidad de ser auditados en estas materias:

Objetivo

Entre los objetivos de mejora la empresa ha establecido indicadores cuantitativos de seguimiento, como los porcentajes de proveedores auditados en cuestiones de RSE, que han firmado el Código de Conducta de Proveedores o de empleados o compradores formados en compra sostenible.

6 Dimensión económica, la innovación, motor de crecimiento

DERECHOS HUMANOS

Los proveedores mostrarán apoyo y respeto hacia la protección de los Derechos Humanos fundamentales declarados por las Naciones Unidas.

TRABAJO INFANTIL Y TRABAJADORES JÓVENES

Los proveedores deben asegurar que sus empleados cumplen con la legislación vigente en cuanto a las edades de sus trabajadores. Los niños y trabajadores jóvenes no deben llevar a cabo actividades potencialmente peligrosas para su salud o desarrollo.

SALARIO

Los salarios no podrán ser inferiores al salario mínimo fijado por la legislación nacional.

ANTI-CORRUPCIÓN

Se espera que los proveedores trabajen al más alto nivel de ética, honestidad, igualdad e integridad. No se tolera la corrupción en ninguna de sus formas, incluidas la extorsión o el soborno.

DISCRIMINACIÓN

No habrá discriminación en la contratación, acceso a la información, remuneración, despidos o jubilaciones basados en el sexo, edad, discapacidad, nacionalidad, estado civil o en las orientaciones sexuales, políticas y religiosas.

HORAS DE TRABAJO

Los empleados deben cumplir con el horario legislado en el país. Las horas extraordinarias serán voluntarias y remuneradas de acuerdo con la legislación.

MEDIO AMBIENTE

Los proveedores están obligados a hacer mejoras continuas para respetar el medio ambiente, tales como la reducción de embalajes, aumento del reciclado y la reducción de gases efecto invernadero, cumpliendo con las leyes nacionales e internacionales.

CASTIGO FÍSICO O MENTAL

La violencia, su simple amenaza o el trato inhumano de la misma nunca podrá ser tolerada.

SALUD, SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

Los proveedores han de asegurar el cumplimiento de la legislación local y nacional en estos aspectos, además de proporcionar una formación adecuada. Igualmente, harán todo lo posible por que los trabajadores desarrollen sus funciones en un entorno seguro e higiénico.

PAÍS

Los proveedores deben asegurar que sus trabajadores pueden desarrollar su trabajo en el país que fueron contratados, de acuerdo con la legislación vigente.

TRABAJOS FORZOSOS

El trabajo, en ningún caso, será forzado o involuntario.

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Los proveedores reconocerán los derechos a la libre asociación de sus empleados.



7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

En Serunion somos conscientes de los efectos que tiene nuestra actividad en el medio ambiente y por eso trabajamos en la prevención de riesgos ambientales, apostando por la reducción de los impactos.



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), lanzados por las Naciones Unidas en 2015, son un excelente vehículo para impulsar el cambio hacia una sociedad más responsable y equitativa, teniendo en cuenta a las generaciones presentes y futuras.

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

Los ODS representan un plan de acción para 2030, para lo que abordan la pobreza, el hambre y el cambio climático, entre otros temas centrales para el progreso humano y el desarrollo sostenible, como la igualdad de género, el agua potable y el saneamiento, y el consumo y la producción responsables.

Estos objetivos son estratégicos para Serunion y, por ello, centramos el programa Positive Foodprint en 4 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Nuestros compromisos medioambientales son los siguientes:



Retos Globales ODS	Incremento de los problemas de salud globales enfatizados por una mala alimentación. 3 SALUD Y BIENESTAR 	Cuestiones ambientales causadas por la agricultura. 2 HAMBRE CERO 	Aumento de los residuos alimentarios. 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 	Desempleo, desigualdades y necesidad de empleos decentes. 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 
Nuestra aportación	Apuestas saludables	Ingredientes sostenibles	Modelo circular	Prosperidad de personas y comunidades
Nuestros compromisos ambientales	<ul style="list-style-type: none"> Informar, formar y sensibilizar a los trabajadores de la empresa, promoviendo su participación en la gestión ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> Minimizar y cuantificar el desperdicio alimentario mediante la formación, la flexibilidad en el servicio para adecuarse a las preferencias de los usuarios y la búsqueda de mecanismos para evitarlo, ya sea reduciéndolo o aportando otras alternativas de consumo del producto excedente. 	<ul style="list-style-type: none"> Prevenir, reducir y eliminar la incidencia ambiental negativa derivada de nuestra actividad. Racionalizar el consumo y promover una mayor eficiencia en la utilización de recursos materiales y energéticos. Promover el reciclaje, recuperación y reutilización de residuos. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un seguimiento continuo de la repercusión ambiental de nuestra actividad evaluando el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos. Adecuar la política ambiental de la empresa a las exigencias legales vigentes.

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

7.1. SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

Serunion no solo cumple con la legislación ambiental, sino que pretende ir más allá y ha creado la Guía de Buenas Prácticas Medioambientales.

Las Administraciones Públicas están aprobando nuevas exigencias y regulaciones ambientales que pueden suponer una motivación para que el sector privado siga avanzando en este ámbito. Serunion no solo cumple con la legislación ambiental, sino que pretende ir más allá y ha creado la Guía de Buenas Prácticas Medioambientales.

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES

Este manual recoge las pautas para la formación de los colaboradores y el seguimiento de los aspectos ambientales. Incluye líneas de comportamiento, a escala personal y colectiva, y de sensibilización en la protección y mejora del medio ambiente.



CONTROL DE CONSUMOS

Seguimiento y control para su racionalización y reducción de los consumos de gas, energía eléctrica, agua y materias primas.



GESTIÓN DE RESIDUOS

Separación de residuos para su posterior tratamiento: vidrio, aceite usado, papel y cartón, envases (plásticos y metálicos) y residuos peligrosos. La recogida del aceite usado se centraliza para su valorización como biodiesel.



SITUACIONES DE EMERGENCIA

Relativo a la prevención de incendios, fugas de gases refrigerantes o gases de conducciones, derrames accidentales, inundación y gestión de la depuradora.

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

La empresa identifica los aspectos ambientales relacionados directamente con la actividad del centro de trabajo, sobre los que se dispone de control sobre la cantidad, la forma de gestión y la operativa.

Clasificación de los riesgos:

- **Indirectos:** Son los aspectos sobre los que se carece de control por no ser responsabilidad directa de la gestión. En la tabla de identificación y evaluación de aspectos se justifica su no-evaluación.
- **Directos:** Se trata de los aspectos sobre los que se realiza un control y que deben aparecer evaluados en la tabla de evaluación e identificación.
- **Anormales:** Son aquellos riesgos que se dan en situaciones excepcionales. Por ejemplo, los aspectos ambientales asociados a una obra.

Cada grupo aparece referido en dos tablas: magnitud y/o peligrosidad y/o sensibilidad, y se valora en cada una de las categorías como 1, 2, 3, 4 o 5. La evaluación se realiza sumando los valores de las dos tablas en las que aparece el grupo de aspectos. Aquellos valores cuyo resultado sea superior o igual a 5 son considerados potencialmente significativos.

En la evaluación realizada a los centros certificados según la ISO 14001 para el ejercicio 2018/2019 destacan la generación de residuos asimilables a urbano (RSU), papel y cartón y plásticos, y el consumo de energía eléctrica.

Para los aspectos más significativos se establecen objetivos y oportunidades de mejora para el ejercicio 2019/2020 con el fin de reducir su impacto.



OBJETIVOS CUMPLIDOS EN EL EJERCICIO 2018/2019



Mejora de un **5%** en la puntuación media global del chequeo ambiental.



Reducción de envases de plásticos peligrosos en **148 kg**.



Reducción de residuos fluorescentes en **28** unidades.



Material de celulosa con etiqueta Ecolabel, un **58%**.



Eliminar la compra de servilletas de papel blanco para servilleteros.



Reducción del uso de envases plásticos en **10.748** desechables.



Reducción del uso de papel y cartón no degradable por biodegradable en la zona de restaurante y cafetería en **79.562** unidades.

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

7.2. LAS 3 R: REDUCIR, REUTILIZAR, RECICLAR

El modelo circular tiene como objetivo la reducción del consumo y el desperdicio de materias primas, agua y fuentes de energía en la producción de bienes y servicios.

Mediante la prevención, la reutilización, la reducción y el reciclaje se pretende optimizar materiales y residuos, huyendo del sistema lineal de usar y tirar, para alargar su vida útil.



7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

7.2.1. LUCHA CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

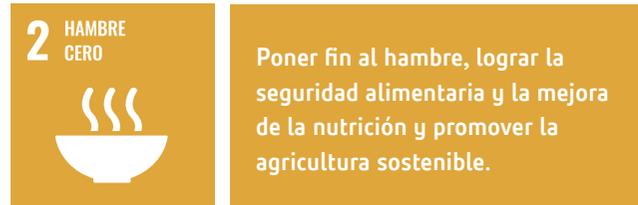
Los **desperdicios alimentarios** son aquellos alimentos que, siendo aptos para el consumo, se descartan o no se consumen por no alcanzar los estándares requeridos. También se consideran desperdicios los que ya no están en condiciones de ser consumidos.

En Serunion, trabajamos para que el sistema sea lo más eficiente posible a través de herramientas informáticas que nos permiten garantizar una operativa eficiente del servicio, desde la gestión de los pedidos hasta el detalle de los menús de los comensales, pasando por el control de consumos e inventarios, la gestión de las fichas técnicas y la producción.

En el caso de alimentos excedentes, si se generan, aseguramos que tengan un fin social. Así conseguimos un doble beneficio: humanizar el sistema y evitar la generación de residuos orgánicos que perjudican al medioambiente.

Para el **control de la sobreproducción**, las cocinas llevan un registro diario de las raciones/Kg producidas de cada plato, así como las raciones/Kg sobrantes. De esta manera, es posible comprobar la sobreproducción en los centros y trabajar para reducir el desperdicio alimentario.

En 11 de nuestros centros estamos identificando mediante un registro de calidad el volumen de excedente alimentario para llevar a cabo un **Plan de acción de reducción del desperdicio alimentario** acompañado de sesiones de sensibilización.



Plan contra el desperdicio alimentario.

DONACIONES DE EXCEDENTES DE ALIMENTOS

Como parte del proyecto contra el desperdicio de alimentos, seis de nuestros centros participan en esta iniciativa y se identifican con el distintivo de «**Restaurante Solidario**» para sensibilizar a los comensales. En estos centros, se donan los excedentes alimentarios a entidades sociales que los derivan a colectivos en situación de vulnerabilidad para su consumo inmediato.

Como principales clientes, han participado en esta iniciativa:

- Palau de la Música.
- World Trade Center.
- Sabdik.
- Lestonnac.
- Televisió de Catalunya.
- Cocina Central Valladolid.

Además, este año Serunion ha dado un paso adelante en la reconducción del excedente alimentario con un **acuerdo de colaboración**

A través de nuestros Restaurantes solidarios hemos donado 13,7 toneladas de excedentes de alimentos.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

con la **Fundación Banco de los Alimentos**, **Fundación Altius** y **Cáritas** principalmente.

Gracias a estas colaboraciones, durante **este año hemos donado 13,7 toneladas de alimentos**.



FUNDACIÓN
ALTUIS



CAMPAÑA “LA COMIDA NO SE TIRA”

10.000 alumnos de más **50 centros escolares** han participado en la campaña “La comida no se tira”.

La campaña fue impulsada a nivel nacional por tres organizaciones no gubernamentales: SED, PROYDE y PROCLADE con el reconocimiento del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Los alumnos miden la cantidad de residuos que se producen de acuerdo a la **“Guía práctica para reducir el desperdicio alimentario en centros educativos”** de la estrategia “Más alimento, menos desperdicio” del Ministerio, con el objetivo de disminuir la comida que es desechada. A través de esta campaña, los restos de alimentos se han reducido más de un 16%.



RINCÓN SOLIDARIO PARA FRUTAS Y VERDURAS QUE NO PUEDEN COMERCIALIZARSE POR SU ESTÉTICA

Una de las gamas de productos que se han comercializado en el Rincón Solidario son las mermeladas y salsas Es Im-Perfect, un producto de alta calidad de la empresa social Espigoladors que da salida alimentaria a frutas y verduras que no pueden comercializarse por su estética poco comercial. Los productos Es Im-Perfect cuentan con el apoyo de la chef Ada Parellada.



-16%
desperdicios alimentarios
gracias a la campaña
“La Comida no se Tira”.

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

7.2.2. MENOS RESIDUOS Y MEJOR CLASIFICADOS

Las distintas actividades que se desarrollan en Serunion generan un importante volumen de residuos. El objetivo es controlarlos y minimizarlos, por lo que se está trabajando en un análisis de servicios y productos para establecer las acciones que contribuyan a lograrlo.

En **11 centros**, la empresa gestiona directamente los residuos. La retirada se realiza de forma **segregada** por fracciones (orgánica, vidrio, plásticos cartón y papel) mediante el servicio municipal o bien a través del gestor autorizado. En nuestras oficinas centrales, además, se realiza la segregación de pilas y aparatos eléctricos.

A lo largo de este año se ha puesto en marcha una **campana de sensibilización** para la segregación de residuos con carteles informativos.

RECICLAJE DEL ACEITE USADO

El aceite empleado en la elaboración de frituras debe cambiarse periódicamente y no debe ser eliminado en ningún caso a través de la red de saneamiento público, ya que contamina las aguas residuales y dificulta su depuración.

Un litro de aceite puede contaminar mil litros de agua, mientras que un kilo de aceite usado puede transformarse en 0,92-0,97kg de biodiesel. Durante este ejercicio hemos reciclado el 75% del aceite que se utiliza en las cocinas, 105,2 toneladas, revalorizándolo en biodiesel para uso industrial.

RECOGIDA DE TÓNERES Y CARTUCHOS

Al lado de cada impresora, hemos colocado cajas para depositar el tóner gastado y se dispone también de servicio de recogida de cartuchos de impresoras de sobremesa para su recogida por el gestor contratado para este fin.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

7.3. #PORELCLIMA

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Con el objetivo de reducir nuestra huella ambiental, también llevamos a cabo distintas medidas que contribuyen a combatir el cambio climático.

Meta 13.3

EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático.



#PORELCLIMA

Aprovecha la luz natural siempre que puedas



La campaña de sensibilización #PorElClima se ha desarrollado a través de carteles en las oficinas y cocinas, con recomendaciones para conseguir un menor impacto ambiental en el consumo de electricidad y de agua.

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

7.3.1. SISTEMAS PARA REDUCIR EL CONSUMO ENERGÉTICO

Reducir el consumo de energía también es un reto en una empresa de nuestras características. Gestionamos el suministro en 53 centros en los que operamos, donde se han consumido **8.326.539 kWh**.

ELECTRICIDAD

APAGADO AUTOMÁTICO DE LUCES

Hemos implementado el apagado automático de luces en las oficinas para generar una mayor eficiencia energética. Además, esta acción también contribuye a la conciliación entre la vida familiar y la laboral.

CONTROL DE AIRE ACONDICIONADO

Hemos establecido un límite de las temperaturas mínimas y máximas en los sistemas de refrigeración.

CAMBIO A BOMBILLAS LED

Estamos llevando a cabo un progresivo cambio a bombillas LED en todos nuestros centros.

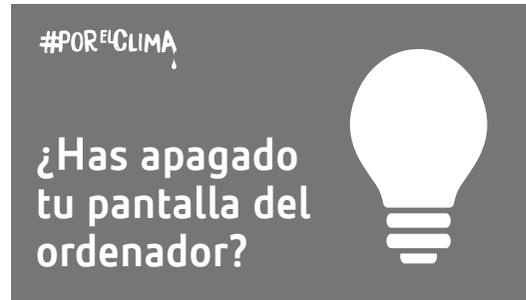


100% ENERGÍA RENOVABLE

Toda la contratación de la energía se ha transformado en energía verde. Eso significa que una cantidad equivalente al total de la energía que hemos consumido se genera a partir de fuentes de energía renovable y de cogeneración de alta eficiencia.

GAS

La mayoría de nuestras cocinas funcionan con gas, por lo que concienciamos en el uso de los fuegos para reducir nuestro impacto ambiental.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

MOVILIDAD SOSTENIBLE

VEHÍCULOS ECOEFICIENTES

Nuestra actividad requiere que algunas personas deban utilizar vehículo de empresa. Para minimizar el impacto de los transportes, el 99% (1% más que el año anterior) de la flota de 385 vehículos lo componen 380 vehículos ecoeficientes.

Serunion Vending, con la voluntad de dar un paso más en materia de sostenibilidad, ha renovado parte de su flota con vehículos con gas natural comprimido (GNC).

El GNC es un gas (90% metano) como el que se utiliza en los domicilios, pero que se vende comprimido para su uso en automóviles. Los vehículos con GNC cuentan con un único motor de combustión interno capacitado para utilizar un gas como combustible además de la gasolina. Los beneficios medioambientales son relevantes, ya que las emisiones se reducen, hay un menor desgaste de las mecánicas y la duración del motor se duplica. Además, el gas es más limpio y deja menos depósitos carbonosos en la combustión, hecho que permite que el aceite del motor se mantenga limpio durante más tiempo. Estas características, adaptadas a las necesidades de autonomía y carga en las operativas de Serunion **Vending**, convierten este sistema en la mejor alternativa para la empresa actualmente. Sin embargo, dado que el compromiso con la sostenibilidad es total, cada año seguimos buscando las mejores soluciones del mercado.

99% de vehículos ecoeficientes.

RUTAS MÁS EFICIENTES

Se estima que el sector del transporte aporta más del 22% de las emisiones de gases de efecto invernadero, por lo que ajustamos las rutas que deben recorrer nuestros productos de la manera más eficiente posible para contaminar menos y reducir costes de transporte.

RECOMENDACIONES PARA UN MENOR CONSUMO DE COMBUSTIBLE



Conduce eficientemente: Circula en marchas largas y a bajas revoluciones, evitando frenazos, aceleraciones y cambios de marchas innecesarios (permite generar un ahorro medio de carburante y una reducción de emisiones de dióxido de carbono del 15%).



Programa rutas de reparto optimizadas: Escoge los trayectos más cortos y con menos tráfico.



Siempre que sea posible, opta por **reuniones telefónicas o por videoconferencia** para reducir las emisiones generadas por los desplazamientos físicos en transporte.



En los casos en los que esto no sea posible, elige desplazamientos en **tren** frente al avión, ya que este medio de transporte supone una menor emisión de dióxido de carbono al medio ambiente.



Verifica que **tu vehículo de empresa pasa la ITV** en los plazos establecidos, ya que una parte de esta revisión consiste en controlar que las emisiones que produce se encuentran dentro de los parámetros establecidos.



En los almacenes **vending**: **apaga el motor** de las furgonetas y toros mecánicos para reducir el consumo de combustible siempre que sea posible por el tipo de carga del vehículo.



En caso de avería, avisa a tu superior para realizar una **revisión del vehículo** cuanto antes.

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

7.3.2. NO MALGASTEMOS AGUA

La escasez de agua en muchos lugares del mundo y la creciente desertificación de muchas áreas del planeta obligan a poner en valor el agua como un recurso natural escaso.

Nuestra actividad requiere de un considerable consumo de agua, por lo que es importante sensibilizar al personal para minimizar su consumo.

Serunion gestiona el suministro de 50 centros, que durante este año han consumido **159.991,49 m³ de agua**.



CENTROS	PRODUCCIÓN (MENÚS)	AGUA (m ³)
Cocinas propias*	3.974.009,00	25.938,00
Cocinas centros cliente*	ND	103.998,78

*San Fernando y Valencia.

**Endesa, H. Burgos, H. Universitario Central de Asturias, H. San Juan, H. Virgen de los Lirios, H. San Vicente, H. Sagunto, H. General de Alicante.

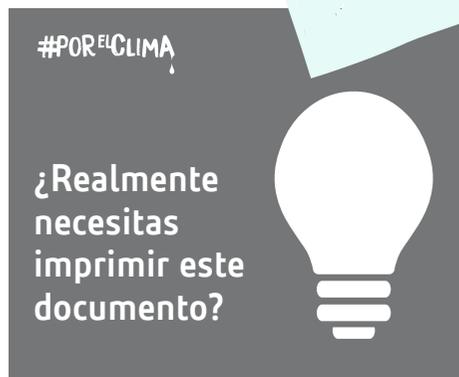
7.3.3. CADA VEZ MENOS PAPEL

Estamos implantando y desarrollando nuevos proyectos de **digitalización** en los procesos internos de gestión y de servicio al cliente para reducir el consumo de papel.

DIGITALIZACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN LABORAL

Se ha eliminado el papel en dos de los procesos con los colaboradores.

Se ha implantado la firma digital de los contratos laborales y las nóminas a través de la web Hola Serunion. También se ha creado la hoja de gastos digital.



7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

La **Guía de Buenas Prácticas Medioambientales** contiene unas recomendaciones para reducir el consumo de papel y cartón:

RECOMENDACIONES PARA REDUCIR EL CONSUMO DE PAPEL Y CARTÓN

-  Utilizar los **soportes informáticos** siempre que sea posible.
-  Utilizar **folios ya usados** como borradores.
-  **Imprimir por las dos caras.**
-  Usar **papel de gramaje bajo.**
-  Utilizar **papel reciclado** y/o no blanqueado con cloro o, en el caso de que no pueda ser reciclado, que sea ecológico (certificado FSC o TCF-*Total Chlorine Free*).
-  Realizar **ajustes de tamaño** de la letra, los márgenes y el interlineado para que ocupen lo menos posible, especialmente en documentos de trabajo.

100% SERVILLETAS Y CELULOSA DE PAPEL RECICLADO

El consumo de productos elaborados con **materiales reciclados** tiene un menor impacto en el medio ambiente, durante todo su ciclo de vida.

El 100% de las servilletas desechables, de las bobinas industriales, de las bobinas higiénicas y demás tipos de celulosas que utilizamos disponen del certificado europeo Ecolabel, que garantiza el uso de material reciclado y fabricado teniendo en cuenta la salud de las personas.



7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

7.3.4. HACIA LA ELIMINACIÓN DEL PLÁSTICO

El plástico se ha convertido en unas de las mayores amenazas de contaminación ambiental. Por ello, nuestro objetivo es reducir el uso de plástico y sustituirlo por materiales que tengan un menor impacto ambiental.

PACKAGING BIODEGRADABLE Y RECICLADO

Estamos en proceso de eliminar todo el plástico desechable de nuestros centros, en concreto, ya hemos introducido los siguientes elementos con materiales compostables: vasos, cubiertos, paletinas, tápers y vajilla de un solo uso.

En las cafeterías se han utilizado **46.843 unidades de packaging sostenible**.

PROYECTO AGUA SOSTENIBLE: REDUCIENDO LAS BOTELLAS DE PLÁSTICO

Con el fin de reducir los plásticos de botellas de agua, se están instalando fuentes de agua en los centros donde hasta la fecha sólo se servía agua embotellada en plástico. También estamos incorporando botellas de agua de cristal y, en algún caso, en formato tetrabrik.

7.4.5. VIGILANDO EL USO DE PRODUCTOS QUÍMICOS

Como parte del compromiso con la mejora continua, se están centralizando los indicadores de los consumos de otros recursos como líquidos refrigerantes, tóneres, consumibles informáticos, entre otros.

Los productos profesionales de limpieza contienen sustancias químicas, pero, en la concentración recomendada, no tienen la consideración de sustancia peligrosa. Son los productos lavavajillas manual, para el lavado mecánico de la vajilla, aditivo para el aclarado, limpiador de cocinas y suelos y limpiador multiusos.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

7.4. ESTA ES NUESTRA HUELLA DE CARBONO

En 2018 hemos calculado por primera vez nuestras emisiones de CO₂. Midiendo el volumen de emisiones de Gases de Efecto Invernadero que supone nuestra actividad podemos conocer cuál es nuestra huella de carbono.

Los Gases Efecto Invernadero (GEI) son gases cuya presencia en la atmósfera contribuye al efecto invernadero y, como consecuencia, al calentamiento global del planeta. El cálculo de nuestra huella de carbono se ha llevado a cabo con los datos del año natural de 2018. Hay que tener en cuenta que todos los datos de este informe, excepto éste, se refieren al ejercicio fiscal de 1 de octubre de 2018 a 30 de septiembre de 2019.



EMISIONES DE ALCANCE 1
EMISIONES DIRECTAS

Son las emisiones asociadas a la actividad desarrollada y controlada dentro de la organización. En **Serunion** son las emisiones procedentes de los focos de combustión de vehículos de transporte propiedad de la organización, del combustible del grupo electrógeno y de fugas de gases de equipos de climatización y frío.



EMISIONES DE ALCANCE 2
EMISIONES INDIRECTAS

Las emisiones indirectas derivan de actividades o procesos de la organización, pero sobre las cuales no se dispone de ningún control. Estas emisiones son debidas al consumo de energía eléctrica empleada por las instalaciones de la organización, pero producida fuera de ellas.

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

Hemos calculado las emisiones de CO₂ tomando como referencia dos de nuestras instalaciones de Madrid:

Oficina Operacional Madrid

Calle Esteban Terradas, 8. 28914, Leganés.

Cocina Central San Fernando

Avenida del Sistema Solar, 9. 28830, San Fernando de Henares.

Calculamos nuestra huella de carbono.

El 75% de las emisiones son de Alcance 2.

OFICINA OPERACIONAL MADRID	t CO ₂ eq
ALCANCE 1	
Instalaciones fijas	0
Desplazamientos en vehículos	132,76
Refrigeración/climatización	0
Total Alcance 1	132,76
ALCANCE 2	
Electricidad	35,77
Total Alcance 1+2	168,53

COCINA CENTRAL SAN FERNANDO	t CO ₂ eq
ALCANCE 1	
Instalaciones fijas	0
Desplazamientos en vehículos	15,29
Refrigeración/climatización	11,96
Total Alcance 1	27,25
ALCANCE 2	
Electricidad	454,71
Total Alcance 1+2	481,96



PONDERACIÓN DE EMISIONES POR ALCANCE

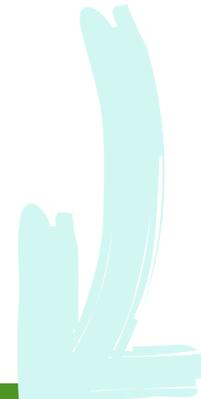


7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

Durante el año 2019, se ha realizado el **Registro de la Huella de Carbono** de alcance 1 y 2 en el Registro creado por el Real Decreto 163/2014 para la sociedad Serunion S.A.U., en la sección a) "Sección de huella de carbono y de compromisos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero".

De cara a 2022, hemos desarrollado un **Plan de reducción de huella de carbono**, con el objetivo específico de reducir en un 2% las emisiones de CO₂ por unidad de producción.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

7 Dimensión de medio ambiente,

acciones para reducir nuestro impacto

Acciones de mejora previstas para minimizar el impacto de nuestra huella de carbono:

ALCANCE 1

En el **alcance 1**, la mayoría de las emisiones se deben al consumo de combustible:

- **Conducción eficiente:** prácticas de conducción para reducir las emisiones de combustible.
- **Sustitución de vehículos de combustible por vehículos eléctricos:** cambio de tecnología para minimizar el impacto del combustible fósil.
- **Optimización de rutas:** estudio de las rutas realizadas por vehículos de nuestra flota con el objetivo de reducir los kilómetros recorridos o el número de trayectos realizados.

CUANTIFICACIÓN DE LAS EMISIONES

En nuestro compromiso de medición y reducción del impacto ambiental, hemos determinado **dos indicadores de desempeño**:

- **Toneladas de CO₂eq entre las unidades de producción.** Cálculo del inventario de emisiones de GEI y valor relativo con respecto a la unidad de producción. Así, se ha determinado que la **huella de carbono por cada menú es de 0,0007 t CO₂eq.**
- **Indicador de t CO₂eq por los profesionales contratados para el desarrollo de la actividad.** Se trata de un indicador secundario que puede aportar información con respecto al crecimiento profesional de la organización y la dotación de recursos. La **huella de carbono por cada empleado es de 6,4404 t CO₂eq.**

Huella de carbono por cada menú
0,0007 t CO₂eq.

ALCANCE 2

En el **alcance 2**, es el responsable del 75% de las emisiones de nuestra huella de carbono debido al gran consumo de la instalación de la cocina central de San Fernando de Henares. Este consumo se debe, en gran parte, a elementos que no pueden ser eliminados o sustituidos (cocina de inducción, cámaras frigoríficas...) pero se ha decidido tomar otras medidas de eficiencia energética:

- **Sustitución de luminarias por tecnología LED:** reduce la potencia instalada y repercute en el consumo.

- **Adquisición de equipamiento eficiente:** a medida que sea necesario reponer o adquirir nuevos equipos, escogeremos los que indiquen menor consumo en el etiquetado energético.
- **Elementos que colaboren en la gestión de la energía:** instalación de elementos de control de presencia para el encendido y apagado de las luminarias.
- **Sensibilización y concienciación del personal:** sobre buenas prácticas ambientales y de gestión de la energía.

8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

Cada día, los hombres y mujeres que trabajan en Serunion se comprometen y, gracias a su **know-how**, su talento, su espíritu innovador y su sentido del servicio, la empresa se está transformando en beneficio de los clientes y usuarios.

CAMPAÑA #PASIÓNPORMITRABAJO

Campaña lanzada en septiembre de 2018. El objetivo era dar visibilidad a las oportunidades que ofrece la empresa para consolidar la carrera profesional de los colaboradores y futuros aspirantes.

Con una imagen directa, positiva y fresca, y el hashtag:

#PasiónPorMiTrabajo

se crearon cinco perfiles para poner de manifiesto lo que buscan los candidatos:



“Me gusta que cada comida sea una historia de amor”

“Me gusta hacer de mis recetas una explosión de sabor”

“Me gusta crear una cocina con estilo”

“Me gusta sonreír en todos los idiomas”

“Me gusta digitalizar todas las salsas”

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

NUEVA PLATAFORMA HOLA SERUNION

Plataforma de comunicación interna desde la que se puede acceder a las nóminas, los distintos compromisos en ética, como el Código Ético, la documentación y normativa relativa a la Protección de Datos, la Política de Gastos, la Guía de Integridad, la Política de Patrocinios y Donaciones, la Política sobre Conflictos de Interés, la Política de Relaciones con Intermediarios y la Política de Regalos e Invitaciones.

Hola Serunion,
la plataforma para comunicarnos
con nuestros colaboradores.



La plataforma también se utiliza para la gestión de gastos y viajes de los colaboradores.

8.1. EL EQUIPO CRECE

El equipo Serunion lo conforma una plantilla de 19.528 personas. En relación con el ejercicio anterior, ha habido un incremento de 1.320 profesionales, un 7,2% más.



Plantilla de
19.528 personas
+7,2%.

8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR GÉNERO



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR GÉNERO	2018-2019	2017-2018
Mujeres	16.946	15.918
Hombres	2.582	2.290
Total	19.528	18.2018

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR EDAD	Nº EMPLEADOS	%
>25 años	1.141	6%
Entre 25-40 años	5.251	27%
<40 años	13.136	67%
Total	19.528	100%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR PAÍS DE ORIGEN

Albania	1	Etiopía	1	Nigeria	6
Alemania	15	Federación Rusa	8	Países Bajos	1
Andorra	4	Filipinas	3	Pakistán	1
Argelia	2	Francia	26	Paraguay	13
Argentina	56	Georgia	5	Perú	54
Armenia	1	Ghana	1	Polonia	9
Australia	2	Grecia	2	Portugal	24
Bangladesh	1	Guatemala	3	Reino Unido	7
Bélgica	4	Guinea	6	República Checa	1
Bolivia	57	Guinea Ecuatorial	1	República del Congo	1
Brasil	33	Honduras	14	República Dominicana	43
Bulgaria	18	Hungría	1	Ruanda	1
Chile	7	India	2	Rumanía	147
China	1	Irlanda	1	Sáhara occidental	1
Colombia	96	Islas Feroe	1	Senegal	9
Cuba	25	Italia	36	Serbia y Montenegro	1
Dominica	9	Líbano	1	Siria	1
Ecuador	108	Libia	1	Suecia	3
El Salvador	3	Lituania	2	Suiza	5
Eslovaquia	2	Marruecos	97	Ucrania	15
España	18.461	México	6	Uruguay	17
Estonia	2	Nicaragua	5	Venezuela	36
				Vietnam	1

8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR CATEGORÍA PROFESIONAL	2018-2019	2017-2018
Cocina	4.317	3.984
Estructura / oficinas	818	769
Mantenimiento / limpieza	3.978	3.648
Monitoraje	8.582	8.511
Servicio al público	1.173	1.024
Titulados / especialistas	660	272

El diálogo con los representantes de los trabajadores se realiza a través del **Comité de Empresa Intercentros**, que cuenta con representación de la totalidad los distintos centros distribuidos por todo el territorio español.

El **Comité de Empresa Europeo (EWC)** reduce los conflictos en el trabajo, ya que mejora y sistematiza los canales de comunicación, aumenta el poder de negociación de los empleados, les representa durante las reestructuraciones y ayuda a crear una atmósfera de confianza mutua entre plantilla y equipo directivo.

El 100% de nuestra plantilla está dada de alta en la Seguridad Social y cubierta por el **Convenio de colectividades**.

8.2. POR LA PROSPERIDAD DE LAS PERSONAS



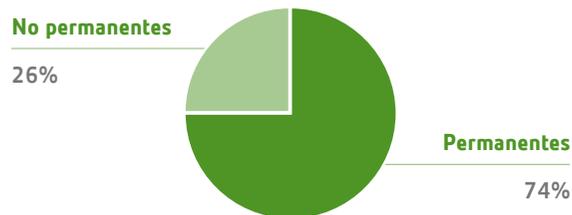
En nuestro compromiso por la creación de empleo estable, el 74% de la plantilla cuenta con contratos indefinidos.



8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO



Puesto que la mayoría de los puestos de trabajo requieren una dedicación parcial, la contratación a jornada completa se concentra en los puestos con tareas administrativas y directivas. El 74% de la plantilla está contratada a **tiempo parcial**, con contratos de menos de 24 horas a la semana.



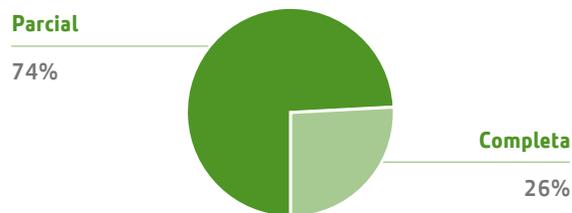
El 21,5% de las mujeres y el 57,4% de los hombres están contratados a completo.

CONTRATOS FORMALIZADOS 18-19	Masculino	Femenino	Total
Indefinido	175	1.105	1.280
Temporal	7.154	29.478	36.632
Total	7.329	30.583	37.912

CONTRATOS FORMALIZADOS 18-19	<25	Entre 25-40	>40	Total
Indefinido	160	529	591	1.280
Temporal	7.668	13.930	15.034	36.632
Total	7.828	14.459	15.625	37.912



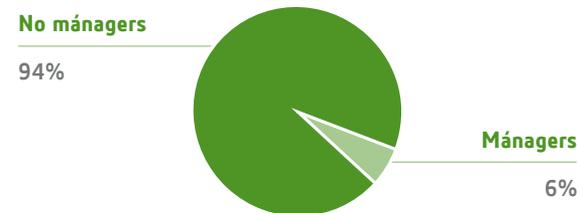
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE JORNADA



Sobre un total de 1.249 personas que ocupan puestos con la categoría profesional de **mánager**.

53,8% de mujeres en la categoría de mánager.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

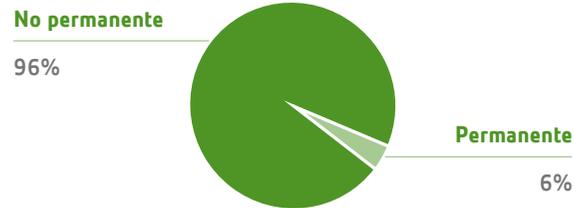


8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

ANTIGÜEDAD

Las personas que trabajan para Serunion lo hacen durante una **media de 10,85 años**. Por categorías, la antigüedad de las personas en posición de **mánager** es de 12,84 años, mientras que la de **no mánager** es de 8,86 años.

DESPIDOS POR TIPO DE CONTRATO



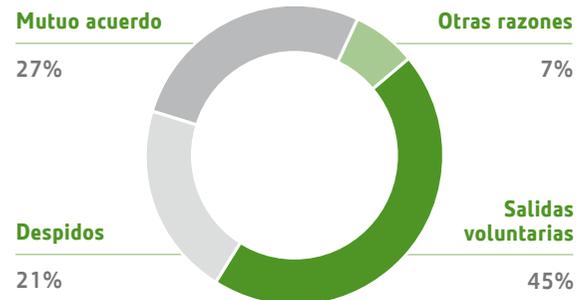
Los **ceses de la relación contractual** se deben a la finalización del contrato por tiempo determinado. Tan sólo un 4% de los ceses son de contratos permanentes.

Sólo el **21% de los despidos son por decisión unilateral de la empresa**.

Para evaluar el grado de satisfacción de la plantilla, anualmente se realizan **encuestas de clima laboral**, que contribuyen a detectar áreas de mejora como medida para la retención del talento. Este año han participado más de 5.000 personas, que han valorado favorablemente la compañía y han declarado un grado medio de compromiso con Serunion del 77%.



TIPO DE DESPIDOS



8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

SALARIOS

Los datos siguientes no tienen en cuenta las jornadas ni las categorías laborales en cada caso. Son los resultados exclusivamente por razón de género.

REMUNERACIÓN MEDIA POR EDAD	PROMEDIO SALARIO MES	PROMEDIO SALARIO AÑO
<25	441,70	4.277,96
Entre 25-40	728,85	7.654,20
>40	872,07	9.308,03

REMUNERACIÓN MEDIA POR CATEGORÍA PROFESIONAL	Promedio salario mes 2018-2019	Promedio salario año 2018-2019	%VARIACIÓN
Cocina	1.301,17	13.995,90	5,52%
Estructura / oficinas	2.010,92	23.408,87	3,24%
Mantenimiento / limpieza	1.232,22	13.811,88	3,00%
Monitoraje	595,40	5.665,34	-7,73%
Servicio al público	1.392,38	15.850,84	2,14%
Titulados / especialistas	1.068,43	11.083,17	3,41%
Total general	1.178,48	12.827,44	2,26%

IMPULSANDO EL TALENTO INTERNO

La apuesta de la empresa es mantener el vínculo con las personas que ya trabajan en ella. Por ello, se ha establecido como objetivo que en 2025 el 70% del equipo directivo provenga de escalas inferiores de la empresa.

Cada año se realiza una **evaluación profesional**, para todos los mandos técnicos, intermedios y de dirección, mediante entrevistas anuales de desempeño y seguimiento.

El **88,9% de los contratos permanentes en la categoría de manager** proviene de promoción interna, siendo la ratio de movilidad interna del 5,7%.



8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

8.2.1. FORMANDO CAPACIDADES

Invertir en la formación y consolidación de las capacidades es la clave para el desarrollo personal y profesional de las personas que trabajan en Serunion. Por ello, se han mejorado las plataformas de formación como el **portal de *microlearning***.

A través de este portal, los colaboradores pueden acceder para mejorar y adquirir nuevas competencias. Hasta ahora, más de 1.200 personas han utilizado el portal para desarrollar su carrera profesional.

Anualmente, se elabora un informe de necesidades formativas que sirve de base para la elaboración del **Plan de Formación Anual**, que es aprobado por la Dirección.

El Departamento de Recursos Humanos realiza un seguimiento de las acciones formativas y elabora una evaluación final de la idoneidad/valoración de las acciones formativas llevadas a cabo. Siguiendo los indicadores de seguimiento, durante 2018, se ha alcanzado un 69% de grado de cumplimiento.

El mismo departamento supervisa a los proveedores externos de formación y realiza un chequeo del Plan de Formación según el procedimiento de calidad determinado por la ISO 9001 en la auditoría externa.

La empresa también apuesta por la promoción del talento joven, lo que se traduce en la colaboración con entidades para ofrecer **prácticas en la empresa**. Este año hemos firmado un **convenio de colaboración con el centro integrado de formación profesional de la Villa de Agüimes**, ubicado en Las Palmas, para que los jóvenes puedan realizar prácticas en la nueva cocina central propia de Ingenio y aplicar los conocimientos adquiridos en el aula, impulsando así su entrada en el mercado laboral.

HORAS DE FORMACIÓN		
	MEDIA H/PERSONA	TOTAL HORAS
Por género		59.576
Mujeres	3,1	50.327
Hombres	3,6	9.249
Por categoría profesional		
Mánager	3,0	
No Mánager	3,0	

1.200 personas formadas a través del nuevo portal de *microlearning*.

59.576 horas de formación.



8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

8.2.2. CONCILIANDO LA VIDA PERSONAL Y PROFESIONAL

PERMISOS DE PATERNIDAD/MATERNIDAD	
Hombres	57
Mujeres	222
Total	279

Con el objetivo de incrementar el bienestar y la satisfacción de las personas que trabajan en Serunion, implementamos **acciones para promover la conciliación** de la vida personal, familiar y profesional.

Este año 279 personas se han acogido a los permisos de maternidad y paternidad.

También se han mejorado los tramos de disponibilidad horaria diaria para los trabajadores con adaptación de la jornada por el cuidado de menores y se ofrece la posibilidad de acumulación del permiso de lactancia.

8.3. LAS MISMAS OPORTUNIDADES PARA ELLAS Y ELLOS

En Serunion estamos comprometidos con la diversidad y la igualdad de oportunidades en todas las fases de la actividad, desde la selección, la contratación y la finalización de las colaboraciones.

En la **selección de talento**, las ofertas están dirigidas a profesionales del sexo que sea. Igualmente, se respeta la privacidad de los datos personales de los candidatos, y se realiza una valoración objetiva según los requisitos profesionales que se exigen para cada puesto ofertado.

El Manual **DIANA, Manual de Selección no Discriminatorio**, integrado en la Política y procedimiento de selección de personas de Serunion, incluye el proceso a seguir para evitar cualquier discriminación en el proceso de selección, teniendo en cuenta la utilización inclusiva del lenguaje en convocatorias, ofertas y publicaciones.

Meta 16.B
LEYES Y POLÍTICAS (DERECHOS HUMANOS)
 Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible.




<p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p> 	<p>Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.</p>
<p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p> 	<p>Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.</p>

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

OBJETIVOS

-  Garantizar la **igualdad de trato y oportunidades** en la selección, evitando prejuicios y estereotipos por razón de sexo en los procesos de acceso a la empresa. El trato será siempre respetuoso y confidencial.
-  Fomentar la **integración y participación equilibrada** de mujeres y hombres en todas las áreas y niveles de la organización.
-  Asegurar la utilización de un **lenguaje inclusivo** en todo el proceso de selección y en la redacción de las ofertas de empleo.
-  Formar, sensibilizar y orientar en técnicas de **selección no discriminatoria** y en los principios de igualdad de oportunidades a las personas que son responsables de la selección de personal.
-  Fomentar la **objetividad** y la **transparencia** en todo el proceso de selección.

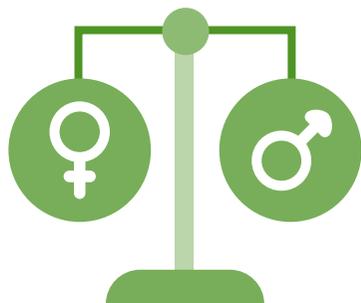
COMPROMISOS DE LA COMISIÓN DE SEGUIMIENTO

La comisión de seguimiento vela para que los compromisos se desarrollen según lo previsto:

-  **Formación:** Para favorecer que las mujeres opten en igualdad de oportunidades a puestos de liderazgo o responsabilidad.
-  **Promoción de las empleadas:** El objetivo es aumentar hasta un 70% la presencia de las mujeres en los procesos de promoción para puestos superiores. Así, si se encuentran disfrutando de permisos de maternidad, reducción de jornada, lactancia o excedencia por el cuidado de hijos, tienen las mismas posibilidades de participar en los procesos de promoción interna.
-  **Realización de un estudio de retribuciones** para analizar los diferentes complementos, pluses, categorías y retribuciones desagregados por sexo.
-  **Garantizar el ejercicio del derecho a la conciliación entre vida personal,** familiar y profesional y hacerlo accesible a toda la plantilla, independientemente del sexo, estado civil, antigüedad en la empresa o modalidad contractual. Asimismo, el plan contempla la mejora de las medidas legales para facilitar dicha conciliación como, por ejemplo, posibilitar la adaptación de la jornada para quienes tienen personas a su cargo, como menores o familiares dependientes.

NUESTRO PRIMER PLAN DE IGUALDAD

En este ejercicio hemos firmado el primer Plan de Igualdad con los sindicatos mayoritarios, con el objetivo de garantizar las mismas oportunidades y derechos entre hombres y mujeres.



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas	Anexos
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------	--------

8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

Meta 16.1

Reducir significativamente todas las formas de violencia y las correspondientes tasas de mortalidad en todo el mundo.

Convenio por la lucha contra la violencia de género junto a Cruz Roja de Murcia

Serunión se ha sumado a la iniciativa de Cruz Roja de Murcia contra la violencia de género, con recomendaciones y consejos para las mujeres que se encuentren en esta situación.



EMPRESAS POR UNA SOCIEDAD LIBRE DE VIOLENCIA DE GÉNERO



Manual de comunicación no sexista

Tan importante es lo que se hace como lo que se dice. Hemos elaborado un documento que establece las pautas para un uso del lenguaje no sexista.



Difusión de los derechos de las mujeres víctimas de violencia de género

Se han llevado a cabo una serie de medidas para dar a conocer los derechos de las mujeres víctimas de violencia de género.



Contratación indefinida para las mujeres víctimas de violencia de género

Nos comprometemos a hacer contratos indefinidos a estas trabajadoras para dotarlas de mayor estabilidad e independencia económica, así como garantizar que no se tendrán en cuenta las ausencias parciales o totales.



Protocolo contra el acoso sexual y por razón de género

Es el documento que establece los pasos a seguir, órganos y funciones relacionados si se detecta algún caso de acoso sexual o por razón de género.



Empresas por una sociedad libre de violencia de género

Serunión se ha adherido al programa “Empresas por una sociedad libre de violencia de género”, impulsado por la Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades de la Región de Murcia.

8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

8.4. PERSONAS CON DISCAPACIDAD, EL COMPLEMENTO PERFECTO

Durante este ejercicio hemos contratado un total de 39 personas con discapacidad.

Actualmente, son **246 las personas con discapacidad** que trabajan para la empresa. Las subrogaciones laborales obligatorias en el convenio y las plantillas con reducción de jornada hacen que el cumplimiento de la legislación de contratación de personas con discapacidad sea complejo. Por este motivo, hemos solicitado la excepcionalidad a la contratación y, a cambio, suplimos el diferencial obligatorio del 2% contratando bienes o servicios a Centros Especiales de Empleo que ocupan a personas con discapacidad.



Convenios con organizaciones que promueven el trabajo de las personas con discapacidad (entre otros):



Programa Incorpora de la "la Caixa"



Fundación Prevent



Lince Asprona



Fundación Aura



Afanias



Formació i Treball



Down España



Fundación Pinardi



Federación Ecom



Dulce Chacón



Otro tiempo otro Planeta



8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

FUNDACIÓN PRIVADA PREVENT

La Fundación Privada Prevent tiene como objetivo promover y contribuir a la inserción social y laboral de las personas con discapacidad, así como fomentar la cultura preventiva en la empresa. La Fundación cuenta con tres áreas especializadas que trabajan de forma coordinada:

- Inclusión social y laboral de personas con discapacidad.
- Prevención de riesgos laborales.
- Fomento del deporte adaptado.

COLABORACIÓN CON CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO (CEE)

- Fundació Joia-Apunts
- La Fageda
- Fundación Cedes
- La Hogareña
- Fundació Tallers
- Asproseat

PROGRAMA INCORPORA DE "LA CAIXA"

Serunion está adherida al Programa Incorpora de La Caixa desde octubre de 2016 para contratar a personas en riesgo de exclusión social: personas con discapacidad, personas en desempleo de larga duración o ex reclusos.

Gracias a este programa es posible canalizar las solicitudes internas de personal y los procesos de selección se llevan a cabo de una manera ágil y adaptada a cada necesidad.

PRÁCTICAS TUTELADAS

Convenio de colaboración con la organización Down España, para la inserción de jóvenes con síndrome de Down en los centros, como en el centro de SEAT.

APUNTS

Esta empresa de economía social de Fundació Joia se dedica a las artes gráficas y a la mensajería mediante su cadena de valor social y bajo los parámetros de la responsabilidad social empresarial.

Apunts aporta, entre otros servicios:

- Cartelería de los centros.
- Documentación del sistema de autocontrol de los centros (APPCC).
- Soporte de papelería para el uso interno.
- Campañas de promoción.



8 Dimensión social, la motivación diaria de 19.528 personas

8.5. TRABAJANDO EN UN ENTORNO SEGURO Y SALUDABLE

Serunion cuenta con una ambiciosa política de prevención de riesgos laborales para garantizar la salud y la seguridad de las personas que trabajan en la compañía. Por ello, cuenta con la certificación de la norma ISO 45001 en Seguridad y Salud en el Trabajo, que avala un entorno seguro y saludable.



Aplicación de la norma **ISO 45001 en Sistemas de Seguridad y Salud en el Trabajo:**

- Prevención de lesiones y deterioro de la salud de los empleados en lugares de trabajo seguros y saludables.
- Liderazgo y compromiso de la Alta Dirección, asumiendo la revisión e implantación del sistema de gestión.
- Eliminación de los peligros y minimización de los riesgos con medidas de prevención eficaces, aprovechando las oportunidades y mejorando el desempeño.
- Consulta y participación de los empleados a todos los niveles y funciones aplicables de la empresa.
- Desarrollo de una cultura corporativa que apoye todos los resultados previstos del sistema de gestión.

Anualmente, se lleva a cabo un seguimiento de los objetivos y metas en la gestión de la Salud y Seguridad Laboral para evaluar su grado de cumplimiento. También se realizan auditorías internas regularmente, especialmente en el área de obras, y las auditorías externas requeridas para la certificación. La **Comisión de Prevención en Seguridad y Salud** es la encargada de velar por la implantación y seguimiento de la Seguridad y Salud bajo la norma ISO 45001.

ACCIDENTES DE TRABAJO

Gracias al sistema de prevención de riesgos y a la formación que se ofrece a la plantilla en materia de prevención de accidentes, los casos de **accidentalidad** suelen ser de baja gravedad, y principalmente ocurridos en las cocinas.

	Hombres	Mujeres
Índice de frecuencia	33,07	42,78
Índice de gravedad	0,7	0,98
Nº Bajas por EP	1	6
Horas Absentismo	217.695	1.319.790

ABSENTISMO

Este año el índice de absentismo ha sido del 8,4%, 6 décimas superior al registrado el año anterior (7,8%).

9 Índice de contenidos Ley 11/2018

Información no Financiera y Tabla GRI

¿QUÉ EXIGE LA LEY 11/2018?	¿DÓNDE ESTÁ LA INFORMACIÓN?	MARCO DE REFERENCIA GRI
Marco de reporting	ALCANCE DE ESTE INFORME	GRI 102-54, 102-46, 102-47
A) Breve descripción del modelo de negocio del grupo	Áreas de actividad (GRI 102-2, 102-6, 203-2)	-
Entorno empresarial, entorno empresarial, organización y estructura, mercados en los que opera, objetivos y estrategias, principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	SERUNION	GRI 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7, 102-14, 102-15
Políticas, resultados, riesgos, indicadores clave	Gestión ética (GRI 102-16, 102-15, 102-17, 102-30, 103-2, 103-3, 205-2) Sistema de Compliance (GRI 102-11, GRI 102-15) La compañía lleva a cabo de manera regular, un análisis de riesgos en todos los ámbitos de la actividad. La compañía dentro de su programa de compliance, también lleva a cabo un análisis de riesgos penales	GRI 103-1
MEDIOAMBIENTE		GRI: 103-2
Información detallada	-	-
Sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	Sistema de gestión ambiental (GRI 103-2, 103-3, 102-11, 102-30, 307-1)	GRI 307-1, 308-2
Los procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Sistema de gestión ambiental (GRI 103-2, 103-3, 102-11, 102-30, 307-1) Certificaciones	GRI 103-2, 308-1
Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	Sistema de contabilidad financiera	-
La aplicación del principio de precaución	Sistema de gestión ambiental (GRI 103-2, 103-3, 102-11, 102-30, 307-1)	GRI 102-11
La cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Garantías legales establecidas por la ley de Responsabilidad Ambiental	-

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------

9 Índice de contenidos Ley 11/2018

Información no Financiera y Tabla GRI

¿QUÉ EXIGE LA LEY 11/2018?	¿DÓNDE ESTÁ LA INFORMACIÓN?	MARCO DE REFERENCIA GRI
CONTAMINACIÓN		
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	Huella de carbono (GRI 305-1, GRI 305-2)	GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-6, 305-7
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	Segregación y reducción de residuos (GRI 103-2)	GRI 301-2, 301-3, 306-1, 306-2
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	Lucha contra el desperdicio de alimentos	No se aplica
USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS		
El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	Agua (GRI 303-1)	GRI 303-1
Consumo de materias primas	Sistema de gestión ambiental (GRI 103-2, 103-3, 102-11, 102-30, 307-1) Lucha contra el desperdicio de alimentos	GRI 301-1, 301-2
Y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	Lucha contra el desperdicio de alimentos	GRI 302-4, 302-5
Consumo, directo e indirecto, de energía	Energía	GRI 302-1, 302-2
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	#PorElClima (GRI 103-2, 302-1, 303-1, 305-1, 305-2) Energía	GRI 203-1, 302-1, 302-4, 302-5
Y el uso de energías renovables	Energía	
CAMBIO CLIMÁTICO		
Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	#PorElClima (GRI 103-2, 302-1, 303-1, 305-1, 305-2)	GRI 201-2, 305-1, 305-2, 305-3
Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	#PorElClima (GRI 103-2, 302-1, 303-1, 305-1, 305-2)	GRI 103-2, 201-2

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------

9 Índice de contenidos Ley 11/2018

Información no Financiera y Tabla GRI

¿QUÉ EXIGE LA LEY 11/2018?	¿DÓNDE ESTÁ LA INFORMACIÓN?	MARCO DE REFERENCIA GRI
Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	Huella de carbono (GRI 305-1, GRI 305-2)	GRI 305-5, 301-1
PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD		
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	Llevamos a cabo medidas de prevención de acuerdo con la legislación	GRI 304-3
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	La compañía no opera en áreas protegidas.	GRI 304-2, 303-2
LABORAL		GRI: 103-2; 102-8
EMPLEO		
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	Nuestro equipo (GRI 102-8, 103-2, 404-1, 402-1, 401-3, 404-1, 404-2, 405-1, 405-2)	GRI 405-1
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	Nuestro equipo (GRI 102-8, 103-2, 404-1, 402-1, 401-3, 404-1, 404-2, 405-1, 405-2)	GRI 401-1
Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	Nuestro equipo (GRI 102-8, 103-2, 404-1, 402-1, 401-3, 404-1, 404-2, 405-1, 405-2)	GRI 401-1, 405-1
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	Nuestro equipo (GRI 102-8, 103-2, 404-1, 402-1, 401-3, 404-1, 404-2, 405-1, 405-2)	GRI 401-1
Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	Prosperidad de las personas	GRI 405-2
Brecha salarial	Prosperidad de las personas	GRI 405-2
La remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	Prosperidad de las personas	GRI 405-2
La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	Prosperidad de las personas	GRI 102-35

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------

9 Índice de contenidos Ley 11/2018

Información no Financiera y Tabla GRI



¿QUÉ EXIGE LA LEY 11/2018?	¿DÓNDE ESTÁ LA INFORMACIÓN?	MARCO DE REFERENCIA GRI
<p>Implantación de políticas de desconexión laboral</p> 	<p>Menos de un 7% de las personas de nuestra plantilla disponen de medios telemáticos corporativos para mantener la conexión por cuestiones inherentes a nuestra propia actividad.</p> <p>El resto de la plantilla dispone de un calendario cerrado que garantiza su desconexión laboral conforme los acuerdos de negociación colectiva y siempre en línea con la política del grupo Elior en este ámbito.</p> <p>Las recientes normativas como la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y el Real Decreto-ley 8/2019, de 8 de marzo, de medidas urgentes de protección social y de lucha contra la precariedad laboral en la jornada de trabajo, constituyen marco de desarrollo en acciones encaminadas a dichos objetivos y otras acciones de alcance obligatorio que son tenidos en cuenta para que empresa y representantes de los trabajadores definan las modalidades de ejercicio del derecho a la desconexión y los medios técnicos a emplear para garantizar la efectividad del derecho una vez consensuadas</p>	<p>GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-6, 305-7</p>
<p>Empleados con discapacidad</p>	<p>Entornos inclusivos</p>	<p>GRI 405-1</p>
<p>ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO</p>		
<p>Organización del tiempo de trabajo</p>	<p>Prosperidad de las personas</p>	<p>GRI 401-2, 401-3</p>
<p>Número de horas de absentismo</p>	<p>Prosperidad de las personas</p>	<p>GRI 403-2</p>
<p>Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores</p>	<p>Conciliando la vida personal y profesional</p> <p>La empresa cumple estrictamente con las medidas legales de conciliación laboral.</p> <p>Concreción de jornada para las personas que tengan a su cargo un familiar con discapacidad superior al 33%.</p> <p>Facilitar el cambio de turno, movilidad geográfica y turno de vacaciones para atender situaciones parentales en caso de régimen de visitas para padres/madres divorciados/as separados/as</p>	

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------

9 Índice de contenidos Ley 11/2018

Información no Financiera y Tabla GRI

¿QUÉ EXIGE LA LEY 11/2018?	¿DÓNDE ESTÁ LA INFORMACIÓN?	MARCO DE REFERENCIA GRI
SALUD Y SEGURIDAD		
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	Espacios y hábitos de trabajo seguros y saludables	403-3, 403-4
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo	Espacios y hábitos de trabajo seguros y saludables	GRI 403-2, 403-3
RELACIONES SOCIALES		
Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	Nuestro equipo	GRI 402-1, 403-1, 403-4
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	Nuestro equipo El convenio aplicable es el de restauración de colectividades. Respetamos los derechos de los trabajadores subrogados que provienen de otros convenios.	GRI 102-41
El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	Nuestro equipo	GRI 102-41, 403-4
FORMACIÓN		
Las políticas implementadas en el campo de la formación	Impulsando el talento interno	GRI 404-2
La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	Impulsando el talento interno	GRI 404-1
ACCESIBILIDAD UNIVERSAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD	Personas con discapacidad. el complemento perfecto Las medidas de accesibilidad a los centros de trabajo están condicionadas por la tipología de contratación en la que se opera en las instalaciones de nuestros clientes. No nos permite el establecimiento de medidas concretas de accesibilidad o, en todo caso, están supeditadas a los criterios técnicos y organizacionales de nuestros clientes en sus instalaciones. SERUNION está analizando las medidas de accesibilidad en sus instalaciones propias, si bien todavía no se está en condiciones de accesibilidad universal.	

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------

9 Índice de contenidos Ley 11/2018

Información no Financiera y Tabla GRI



¿QUÉ EXIGE LA LEY 11/2018?	¿DÓNDE ESTÁ LA INFORMACIÓN?	MARCO DE REFERENCIA GRI
La integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Entornos inclusivos	GRI 405-1
IGUALDAD		
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	Igualdad de oportunidades	GRI 401-3, 405-1, 405-2
Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres)	Igualdad de oportunidades	GRI 103-2, 405-1
Medidas adoptadas para promover el empleo	Prosperidad de las personas	-
Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	Igualdad de oportunidades	-
La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	Igualdad de oportunidades	GRI 103-2, 406-1
DERECHOS HUMANOS		GRI: 103-2; 102-15; 102-16; 102-17
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	Certificaciones Suministro responsable	GRI 103-2, 412-2
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos	Certificaciones Suministro responsable	GRI 412-2
En su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	No se han establecido medidas específicas	GRI 412-2
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	No ha habido denuncias de vulneración de Derechos Humanos	GRI 406-1
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva	Suministro responsable	GRI 407-1, 408-1, 409-1, 410-1



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------

9 Índice de contenidos Ley 11/2018

Información no Financiera y Tabla GRI

¿QUÉ EXIGE LA LEY 11/2018?	¿DÓNDE ESTÁ LA INFORMACIÓN?	MARCO DE REFERENCIA GRI
La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	Gestión ética Igualdad de oportunidades	GRI 405-1
La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	Gestión ética	GRI 409-1
La abolición efectiva del trabajo infantil	Gestión ética	GRI 408-1
CORRUPCIÓN		GRI: 103-2; 102-15; 102-16; 102-17
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	Gestión ética Sistema de compliance (GRI 102-11, 102-15)	GRI 205-1, 205-2, 419-1
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Gestión ética Sistema de compliance (GRI 102-11, 102-15)	GRI 205-2, 419-1
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	Donaciones por valor de 187.668,06 €	GRI 201-1, 413-1
SOCIEDAD		GRI: 103-2; 413-1
COMPROMISOS DE LA EMPRESA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE		
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	Prosperidad de las personas	GRI 102-42, 102-43
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	Prosperidad de las comunidades	GRI 411-1, 413-2
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	Prosperidad de las comunidades	GRI 102-43
Las acciones de asociación o patrocinio	Prosperidad de las comunidades	GRI 203-1, 102-12, 102-16, 102-13
SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES		
La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	Suministro responsable	GRI 102-9, 308-1, 414-1

Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------

9 Índice de contenidos Ley 11/2018

Información no Financiera y Tabla GRI

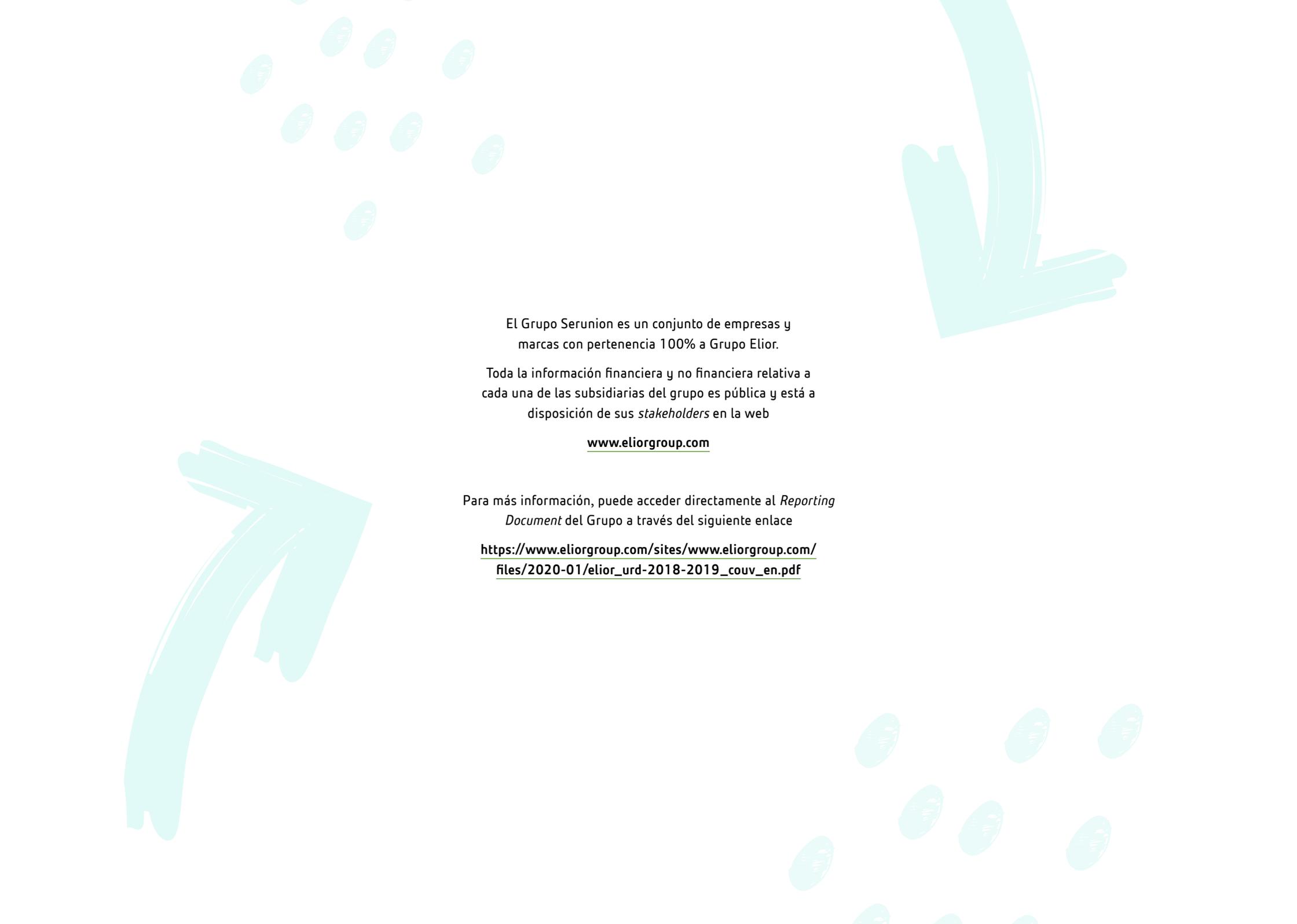


¿QUÉ EXIGE LA LEY 11/2018?	¿DÓNDE ESTÁ LA INFORMACIÓN?	MARCO DE REFERENCIA GRI
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	Suministro responsable	GRI 102-9, 414-2
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	Suministro responsable La excelencia como gran objetivo Seguridad alimentaria	GRI 308-2, 407-1, 408-1, 409-1
CONSUMIDORES		
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	Seguridad alimentaria	GRI 416-1
Sistemas de reclamación	La excelencia como gran objetivo	GRI 416-2, 418-1
Quejas recibidas y resolución de las mismas	La excelencia como gran objetivo	GRI 103-2, 416-2, 417-2
Y las subvenciones públicas recibidas	No se han recibido subvenciones públicas.	GRI 201-4



Carta del presidente	Principales hitos	Serunion	Grupos de interés	Buen gobierno	Economía e innovación	Medio ambiente	Personas
----------------------	-------------------	----------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------	----------

Anexos

The page features a light teal background with decorative elements. In the top-left and bottom-right corners, there are clusters of small, light teal oval shapes. Large, thick, hand-drawn style teal arrows are positioned in the top-right and bottom-left corners, pointing towards the center of the page.

El Grupo Serunion es un conjunto de empresas y marcas con pertenencia 100% a Grupo Elix.

Toda la información financiera y no financiera relativa a cada una de las subsidiarias del grupo es pública y está a disposición de sus *stakeholders* en la web

www.eliorgroup.com

Para más información, puede acceder directamente al *Reporting Document* del Grupo a través del siguiente enlace

https://www.eliorgroup.com/sites/www.eliorgroup.com/files/2020-01/eliur_urd-2018-2019_couv_en.pdf

serunion ©