



MEMORIA SOSTENIBILIDAD 2021

1.- PERFIL DE LA EMPRESA

KAURA Coproducts (en adelante KAURA) es una empresa dedicada a la elaboración de Materias Primas de alto valor añadido para el sector de la alimentación animal, así como a la revalorización de subproductos animales para el sector energético. Las dos principales actividades que desarrolla son:

- A. Alimentación Animal (SANDACH C3): - Servicios de retirada y transformación de subproductos cárnicos de mataderos, salas de despieces y supermercados para la producción de: - Harinas de alto contenido proteico para el sector premium de alimentación de animales de compañía (petfood) - Grasas para la fabricación de piensos compuestos para petfood y animales de abasto.
- B. Reciclaje y Valorización Energética (SANDACH C1 y C2).

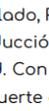
KAURA ofrece un servicio público de retirada y reciclaje de animales muertos y subproductos cárnicos, no aptos para el consumo animal, con origen en mataderos y explotaciones ganaderas, lo que supone un importante beneficio medioambiental por su valorización en:

- Grasas para la fabricación de biodiésel y otros usos industriales.
- Usos para combustible para cementeras y otras industrias. Forman parte del sector de SANDACH (subproductos animales no destinados a consumo humano) regulados por una exigente NORMATIVA.
- Harinas para elaboración de piensos para alimentación animal

Todo esto se desarrolla a través de sus cuatro marcas, RENFEED, RENBIO, RENFATS y RENPORK:



Por un lado, RENFEED dedica sus esfuerzos a la producción de grasas y proteínas de alta calidad. Con amplia experiencia en el sector y una fuerte apuesta por la innovación y por la calidad, ha permitido convertirse en referentes en España en la producción de proteínas animales transformadas de gama alta.



RENBIO por su parte, consigue convertir los residuos animales, tan perjudiciales para la salud y el medio ambiente, en productos totalmente reutilizables: Grasas destinadas para la fabricación de biodiésel, y harinas para los hornos de cementeras.



KAURA, a través de su marca RENFATS produce Grasa para alimentación animal, ofreciendo una valiosa fuente de nutrientes que aumenta la palatabilidad y eficiencia de los piensos, ayudando a un crecimiento óptimo. También suministran Grasa a numerosas industrias alrededor del mundo para diversos usos.



RENORK es la marca de harina de cerdos Premium de Kaura que, con un mercado europeo, asiático y sudamericano, suministra más de 2000 tn/año de producto de una alta calidad para el sector petfood y acuicultura. Tanto esta marca como RENFATS cuentan con certificados ISCC y GMP+.

2.- MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

MISIÓN:

a) Proporcionar soluciones de valor añadido sostenible.

Nuestro papel en este mundo viene definido por nuestro trabajo: **circularidad sostenible**. Como empresa vinculada directamente con la sostenibilidad, nuestra misión se centra en 3 patas:

- **Medioambiente:** revalorización de residuos.
- **Sociedad:** empleo local, apoyo a los pueblos vecinos y contribución con asociaciones.
- **Economía:** sistemas de producción económicamente rentable y abastecimiento energético 100% verde.

Revalorizar los residuos cárnicos reintroduciéndolos a la cadena alimenticia o convirtiéndolos en biocombustible es vital, pues conseguimos:

- Evitar que los destinen a vertederos y que éstos se saturen.
- Evitar que los residuos se deterioren al aire libre y contaminen suelo y aire.
- Que los mataderos puedan seguir trabajando y proveyendo alimento seguro a todos los hogares.

- Proveer ingredientes cruciales para el desarrollo de alimentos saludables ricos en proteína para animales de compañía.
- Proveer ingredientes cruciales para el desarrollo de alimentos saludables ricos en proteína para peces de piscifactoría, que a su vez se convertirán en alimento para seres humanos.
- Proveer materia prima para la elaboración de biocombustibles, alternativas mucho menos contaminantes que los combustibles convencionales, tanto en elaboración como en emisiones finales.

VISIÓN:

Alcanzar el residuo cero y ser un referente en soluciones alternativas 100% sostenibles. La persecución de un mundo mejor para las generaciones que vienen es determinante para nosotros.

Creemos en un futuro en el que todos los recursos consumidos sean 100% reciclados o que provengan de fuentes 100% sostenibles, siendo la completa autosuficiencia el primer gran objetivo.

Electricidad generada por placas fotovoltaicas propias, agua depurada con tratamiento biológico y gas producido por el tratamiento de residuos y aguas residuales generados por la empresa. 100% circular. 100% sostenible.

Aprovechamos la oportunidad de poder dar ejemplo de la mano de nuestros clientes y proveedores.

VALORES:

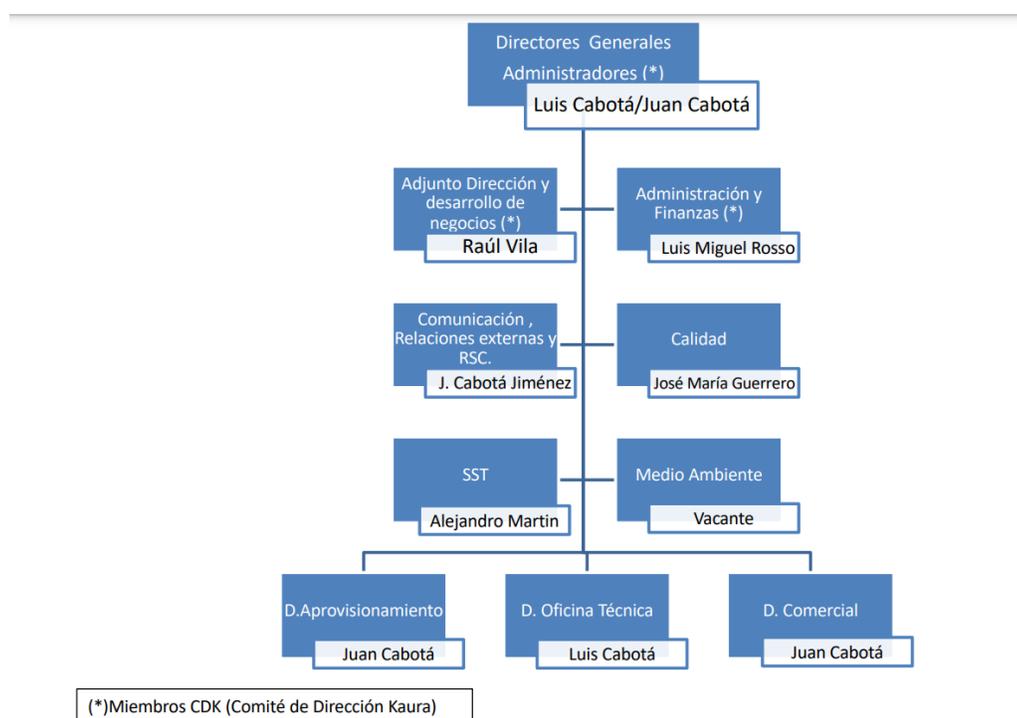
Compromiso, determinación, responsabilidad, cercanía e innovación

3.- GOBIERNO CORPORATIVO

La estructura de gobierno de Kaura es su comité de dirección cuyas funciones son:

- Ostentar la máxima representación y personalidad de la compañía
- Definir y aprobar las estrategias y políticas de la organización
- Tomar decisiones sobre nombramientos y retribuciones
- Identificar los principales riesgos de la organización

- Supervisar los sistemas internos de control e información
- Velar por el cumplimiento de los compromisos de la compañía



MAPA DE PROCESOS KAURA COPRODUCTS

Las instalaciones centrales de KAURA constan de 3 ubicaciones principales diferenciadas: oficinas, C1 y C3. En las oficinas se realizan las labores de administración necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa, mientras que en C1 y C3 se llevan a los procesos necesarios para el desarrollo de la actividad principal de la organización: la transformación de restos animales (SANDACH categorías 1, 2 y 3) en harinas y grasas.

A nivel logístico, KAURA dispone de diferentes almacenes para la distribución de sus productos situados en Totana (Murcia) y Aznalcóllar (Sevilla).

El proceso productivo en las instalaciones es básicamente el siguiente:

los subproductos se reciben mediante la descarga directa de camiones en las tolvas de almacenamiento temporal de materia prima, donde posteriormente se transportan mediante sinfines a trituración gruesa hasta 50mm. Tras esta etapa, la materia obtenida pasa por un separador magnético para eliminar cualquier resto de metal existente.

A continuación, se pasa a una etapa de fluidificación donde las partículas trituradas se mezclan con grasa consiguiendo una pasta de partículas de tamaño menos a 10mm. Dicha pasta se bombea hacia la etapa de evaporación donde se vaporiza el agua contenida en el material.

La evaporación de agua se realiza en contracorriente. El vapor generado por la evaporación del propio material en la tercera etapa se utiliza para el calentamiento del material en la segunda etapa y el vapor generado en la segunda etapa se utiliza en la primera. La pasta exenta de agua se introduce en la etapa de esterilización. Se trata de

unos digestores horizontales en los que el material se somete a una temperatura, presión y tiempo de residencia específicos en el Método 4.

Finalmente, el material se somete a una separación sólido-líquido. En una primera etapa de separación el material se introduce en un filtro rotativo en el que se separan los sólidos de las grasas. Las grasas se introducen en una centrífuga para separar la grasa de las impurezas sólidas. La grasa de salida se manda a unos decantadores y a continuación a los silos de producto final. Los sólidos que salen del filtro rotativo junto con los que salen de la centrífuga se introducen en las prensas obteniendo harina que se introducen en la etapa final de molienda antes de almacenarlos en los silos de producto final.



4.- POLÍTICAS CORPORATIVAS

Además de la estructura corporativa, como garantía de buen gobierno, se establecen una serie de políticas:

- Código ético
- Política anticorrupción
- Política de calidad y seguridad alimentaria
- Política ambiental
- Política de prevención de riesgos
- Política de responsabilidad social

5.- DERECHOS HUMANOS

En Kaura respetamos y apoyamos los derechos humanos definidos en las normas internacionales, como la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas y los principios fundamentales publicados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

- No toleramos el uso o la amenaza de violencia ni ninguna otra forma de coacción.
- Prohibimos estrictamente el trabajo infantil y el trabajo forzoso.
- Apoyamos la igualdad de oportunidades.
- Respetamos la libertad sindical.
- Implantamos condiciones seguras de trabajo.
- Protección de los datos personales y privacidad de cada persona.
- Protección de los recursos ambientales.
- Asumimos nuestra responsabilidad en la cadena de suministros.

5.- PLAN RSC

| OBJETIVOS | | ACCIONES | | | | | | GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS | GRADO DE CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO |
|-----------|--|--|--|------------------------------|-----------------|--------------------|-------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Nº | DESCRIPCIÓN | METAS | VALOR INDICADOR (EN SU CASO) | RESPONSABLE DEL CUMPLIMIENTO | RECURSOS | PLAZO DE EJECUCIÓN | SEGUIMIENTO | | |
| OB.1 | Fomentar el conocimiento de las medidas de conciliación en el personal | Fomentar el uso de buzones de sugerencias a disposición de la plantilla | Nº de sugerencias recibidas | RBLE RSC | INTERNOS | dic-22 | | 0% | 50% |
| | | Realizar campañas informativas a la plantilla sobre las medidas de conciliación existentes | Nº de personas que han adaptado la jornada | RBLE RSC | INTERNOS | dic-22 | | 0% | |
| OB.2 | Mejora de la ergonomía | Evaluación de riesgos | N/A | RBLE RSC | INTERNOS | jun-22 | | 0% | 50% |
| | | Sustituir el 50% de los asientos convencionales por ergonómicos | Nº de asientos sustituidos | RBLE RSC | EXTERNOS 5000€ | dic-22 | | 0% | |
| OB.3 | Realizar patrocinios y acciones sociales | Realizar patrocinios por valor de 18.000 | Total € patrocinios | RBLE RSC | INTERNOS 18.000 | Febrero/ Julio 22 | | 100% | 50% |
| | | Realizar acciones sociales por valor 7000 | Total € acciones sociales | RBLE RSC | INTERNOS 7000 | sept-22 | | 0% | |
| OB.4 | Fomentar mujeres en tareas de producción | Comunicar RRHH las intenciones de la dirección | N/A | RBLE RSC | INTERNOS | sept-22 | | 0% | 100% |
| | | Conseguir al menos 2 mujeres en producción | N/A | RBLE RSC | INTERNOS | dic-22 | | 0% | |

6.- INDICADORES RSC

| ITEM | INDICADOR | VALOR ESPERADO | 2022 |
|----------------|----------------------------------|----------------|------|
| Trabajadores | Horas de formación/trabajador | >4horas | 6,75 |
| | Absentismo laboral | <1 | 0,5% |
| Proveedores | % proveedores locales | >60% | 68% |
| Clientes | Satisfacción clientes | >3 | 0 |
| | Nº Reclamaciones | <50 | 29 |
| Diversidad | % de trabajadores extranjeros | 2% | 2,0% |
| | % de mujeres en producción | >5% | 6,0% |
| | % de trabajadores discapacitados | 2% | 1,0% |
| Anticorrupción | Nº de casos detectado | 0 | 0 |
| Plan RSC | % de objetivos RSC cumplidos | 80% | 70% |

7.- FORMACIÓN RSC

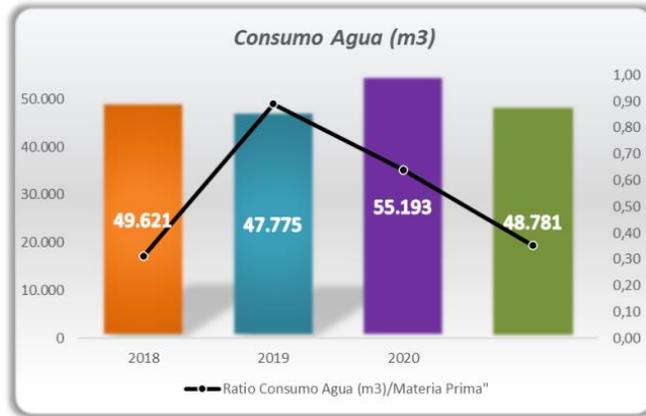
En Kaura tenemos un programa de formación continua que abarca temas de producción, calidad, medio ambiente, PRL etc. Los cursos específicos de responsabilidad social realizados han sido los siguientes:

| CURSOS | FECHA | ASISTENTES |
|--------------------------------------|--------------|----------------------|
| Formación RSC general | Octubre 2022 | Todo el personal |
| Formación RSC Comité RSC | Mayo 2022 | Comité RSC |
| Sensibilización e igualdad de género | Mayo 2021 | Responsable Igualdad |

8.- GESTIÓN AMBIENTAL

Aspectos ambientales:

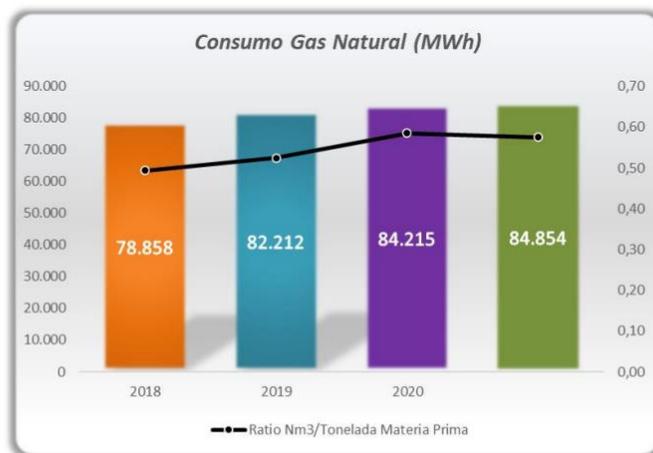
| Nº | ASPECTO AMBIENTAL | TIPO | CLASE | NAT | MAG | VALOR | SIGNIFICATIVO | IMPACTO |
|-------------------------------|--|------|-------|-----|-----|-------|---------------|---|
| CONSUMOS | | | | | | | | |
| 1 | Energía eléctrica | D | N | 3 | 3 | 9 | SI | Agotamiento de recursos no renovables |
| 2 | Combustible: Gas Natural | D | N | 2 | 2 | 4 | NO | Agotamiento de recursos no renovables |
| 3 | Combustible: Gasoil A | D | N | 3 | 2 | 6 | NO | Agotamiento de recursos no renovables |
| 4 | Combustible: Gasoil B | D | N | 3 | 2 | 6 | NO | Agotamiento de recursos no renovables |
| 5 | Agua potable | D | N | 3 | 1 | 3 | NO | Agotamiento de recursos no renovables |
| EMISIONES | | | | | | | | |
| 7 | Emisión de olores: P1G6 RTO | D | N | 3 | 3 | 9 | SI | Contaminación odorífera |
| 8 | Emisión de olores: Chimenea P1G5 (Chimenea) | D | N | 3 | 1 | 3 | NO | Contaminación odorífera |
| 9 | Emisión de gases contaminantes: P1G6 (RTO) | D | N | 2 | 1 | 2 | NO | Contaminación atmosférica |
| 10 | Emisión de gases contaminantes: P1G2 (Caldera Vulcano) | D | N | 2 | 1 | 2 | NO | Contaminación atmosférica |
| 11 | Emisión de gases contaminantes: P1G1 (Caldera Lointek) | D | N | 2 | 1 | 2 | NO | Contaminación atmosférica |
| RESIDUOS NO PELIGROSOS | | | | | | | | |
| 12 | R.S.U | D | N | 2 | 2 | 4 | NO | Contaminación/Degradación del suelo, aire y agua. |
| 13 | RCD's | D | A | 2 | 3 | 6 | NO | Contaminación/Degradación del suelo, aire y agua. |
| 14 | Aguas residuales | D | N | 2 | 3 | 6 | NO | Contaminación/Degradación del suelo, aire y agua. |
| 15 | Residuos líquidos de fosa séptica | D | N | 2 | 2 | 4 | NO | Contaminación/Degradación del suelo, aire y agua. |
| 16 | Residuos voluminosos | D | N | 2 | 1 | 2 | NO | Contaminación/Degradación del suelo, aire y agua. |
| 17 | Madera | D | N | 2 | 1 | 2 | NO | Contaminación/Degradación del suelo, aire y agua. |
| 18 | Plástico | D | N | 2 | 1 | 2 | NO | Contaminación del suelo, aire y agua. |
| 19 | Papel y cartón | D | N | 2 | 3 | 6 | NO | Contaminación del suelo, aire y agua. |
| RESIDUOS PELIGROSOS | | | | | | | | |
| 20 | Envases plásticos y metálicos contaminados | D | N | 3 | 1 | 3 | NO | Contaminación del suelo, aire y agua. |



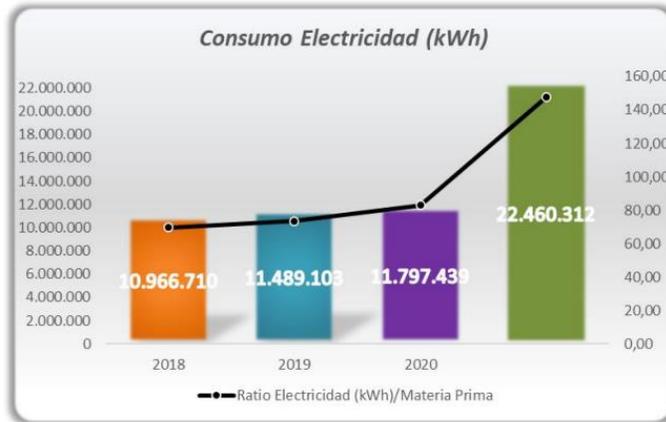
El consumo de agua ha disminuido en 2021 con respecto al ejercicio anterior y el ratio ha disminuido un 45%.

Dicho ratio se calcula mediante la siguiente fórmula:

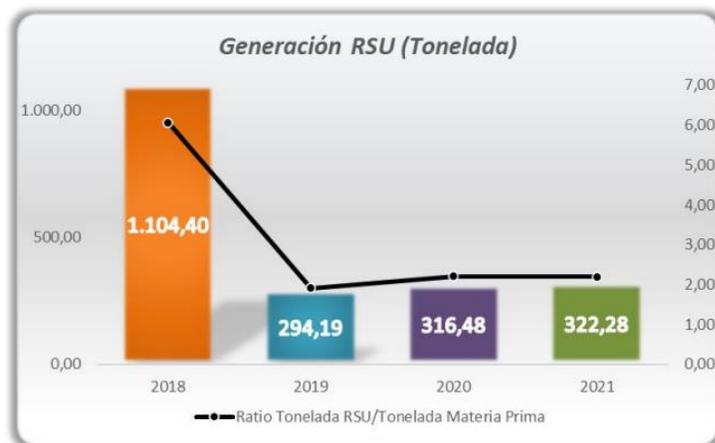
$$\frac{\text{Consumo agua (m3)}}{\text{Materia prima procesada (T)}} * \frac{\text{Nº plantas con riego}}{\text{Materia prima procesada (T)}}$$



El consumo neto de gas natural durante el año 2021 ha aumentado, aunque se ha producido una disminución del 2% del ratio "Consumo de gas natural (MWh) / Toneladas de materia prima procesada", esto quiere decir, que ha disminuido el consumo de gas natural para la producción de la materia prima procesada.



El consumo eléctrico ha aumentado en 2021 produciendo un aumento del 84% del ratio “Consumo de Electricidad (kWh) / Toneladas de materia prima procesada”, esto quiere decir que el consumo eléctrico necesario para el proceso de fabricación es mayor.



Durante el 2021 se ha aumentado la cantidad neta, sin embargo, a disminuido en torno a un 1% la generación de RSU con respecto al 2020, esto quiere decir que se genera más basura para el proceso de fabricación que en 2020. Este indicador coincide con el objetivo nº5.



Durante el 2021 ha aumentado la generación de RP con respecto al 2020. Los residuos peligrosos que han aumentado la generación son aceite usado, residuos biosanitarios y residuos de aparatos eléctricos y electrónicos. Para conocer la evolución de cada residuo con respecto al ejercicio anterior se puede consultar en el Registro R-P-23-01 de Indicadores Ambientales.

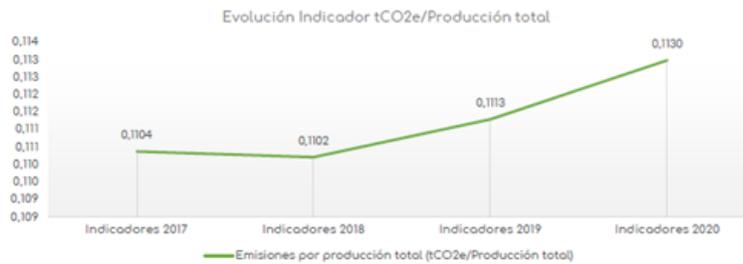
9.- GESTIÓN EMISIONES GEI

El compromiso de KAURA con el Cambio Climático y la reducción de los gases de efecto invernadero se incrementa año a año. En colaboración con la consultora estratégica Ecoterrae Global Solutions, S.L., el equipo de KAURA controla estas emisiones, identificando diferentes iniciativas de mejora y revisando el cumplimiento del objetivo de reducción de emisiones de la compañía. Esta gestión de las emisiones GEI se realiza mediante la norma UNE-EN ISO 14064-1:2019. La Huella de Carbono de KAURA se ha llevado a cabo mediante una metodología de cuantificación de emisiones que permite incrementar la fiabilidad y trazabilidad de las emisiones de gases de efecto invernadero derivadas de su actividad.

La Huella de Carbono de KAURA incluye todos los gases de efecto invernadero, contemplados por el Protocolo de Kioto de cara a la elaboración de inventarios de emisiones, generados por su actividad:

- Dióxido de carbono (CO₂)
- Gases refrigerantes: Hidrofluorocarburos (HFC)

| Nº | Fuente de emisión | Indicadores 2017 | Indicadores 2018 | Indicadores 2019 | Indicadores 2020 |
|----|--|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 1 | Emisiones por empleado (tCO ₂ /Empleado) | 166,09 | 199,31 | 213,51 | 211,99 |
| 2 | Emisiones por producción total (tCO ₂ e/Producción total) | 0,1104 | 0,1102 | 0,1113 | 0,1130 |



10.- PREVENCIÓN DE RIESGOS

| OBJETIVOS | VALOR 2021 | INDICADOR OBJETIVO | EVALUACIÓN |
|---------------------------------|------------|--------------------|--------------|
| Índice de Incidencia | 4,6 % | 4,8 % | ALCANZADO |
| Índice de Frecuencia | 311,41 | 400 | ALCANZADO |
| Índice de Gravedad | 0,45 | 2 | ALCANZADO |
| Jornadas perdidas por accidente | 69 | 50 | NO ALCANZADO |
| Índice de Planificación | 7,11 | >4,7 | ALCANZADO |

Este año aún habiendo alcanzado el objetivo del índice de incidencia, no hemos alcanzado el de jornadas perdidas por accidente que estaba fijado en 50 y hemos llegado a 69. Esto es debido a que aunque hemos tenido 5 accidentes con baja en todo el año, 2 de ellos han sido debidos a esguinces. Este tipo de lesiones conllevan períodos de baja no inferiores a 20 días. Por ello este año trabajaremos mas a fondo si cabe en el tema del orden y la limpieza.

11.- PLAN DE CONCILIACIÓN

En el análisis cuantitativo de la plantilla se pudo observar que el 54% de la plantilla de Kaura Coproducts tiene responsabilidades familiares, suponiendo el 47% de las mujeres y el 55% de los hombres. En el momento del diagnóstico toda la plantilla desarrolla la jornada laboral completa.

En Kaura Coproducts se pone de manifiesto que no existe una herramienta o canal preestablecido a través del cual se detecten las necesidades que el personal tiene sobre este aspecto. Es el propio trabajador o trabajadora quien comunica a la empresa su problemática o necesidad, y en función de ella, se adaptan las medidas para lograr la conciliación.

En el análisis cualitativo la mayoría de las mujeres y de los hombres encuestados (el 75%) afirmaron que sí se favorece en la empresa el ejercicio corresponsable de los derechos de la vida personal, familiar y laboral. A pesar de ello, existe desconocimiento de dichas medidas de conciliación por parte de la plantilla de Kaura, tal como reflejan el 57% de las encuestas. Es destacable que solo el 14% de las mujeres encuestadas considera que se conocen las medidas de conciliación disponibles en la empresa.

El 51% considera que la empresa favorece el uso de las medidas de conciliación de igual manera entre hombres y mujeres, alcanzando un uso corresponsable de las mismas. El 36% desconocen si se desarrolla un uso corresponsable de las medidas, y el 13% considera que no.

En este aspecto, entre las medidas de mejora en materia de igualdad aportadas por las personas encuestadas, consideran la necesidad de disponer de más información respecto a las medidas de conciliación. Por ello, consideramos la necesidad de establecer canales de información para detectar las necesidades que el personal tiene en este aspecto, así como, proporcionar información de las medidas de conciliación a disposición del personal.

| MEDIDAS CONCILIACIÓN Porcentaje de la plantilla que se ha acogido a cada medida de conciliación durante 2021 | |
|---|------|
| Jornada intensiva todo el año. | 100% |
| Horario reuniones y formación en horario laboral. | 100% |
| Horario flexible de entrada y/o salida. | 51% |
| Jornada reducida en determinadas fechas (Navidad, fin de año, etc.) | 18% |
| Posibilidad de concentrar horas. | 47% |
| Distribución personalizada de la jornada. | 45% |
| Posibilidad de cambiar turnos. | 63% |
| Vacaciones flexibles. | 97% |
| Teletrabajo. | 24% |
| Formación online. | 35% |

| | |
|---|-----|
| Préstamos o anticipos. | 20% |
| Disposición de bebidas y alimentación variada en zonas de comedor | 98% |

12.- PLAN DE IGUALDAD

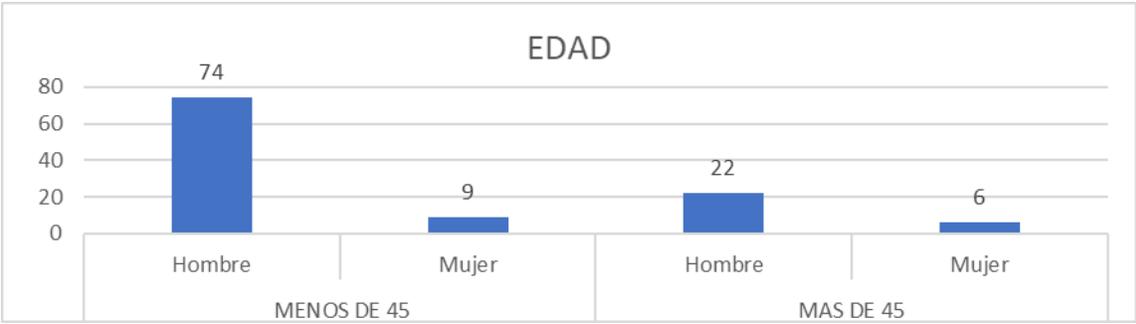
Kaura Coproducts dispone, desde hace años, de un Comité de Igualdad, que ha sido adaptado a los requerimientos del Real Decreto 901/2020, pasando a llamarse Comisión Negociadora y a convertirse en un órgano paritario en representación de mujeres y hombres y respecto a la representación de empresa y plantilla. La Comisión Negociadora, constituida en marzo de 2.021, asume el encargo del diseño, negociación e impulso del Plan de Igualdad. Así como su seguimiento y evaluación periódica y final.

Para elaborar el Plan de Igualdad, se ha realizado un análisis de la situación actual de la plantilla para establecer si se dan casos de desigualdades que requieran de una actuación con la finalidad de corregirlas. Eso incluye no solo conseguir la igualdad de trato sin discriminación por sexo, sino también la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el acceso a la empresa, contratación y condiciones laborales, promoción, formación, retribución, conciliación de la vida familiar y personal con la vida laboral, la salud laboral y todos aquellos campos que entran en el ámbito de las relaciones laborales.

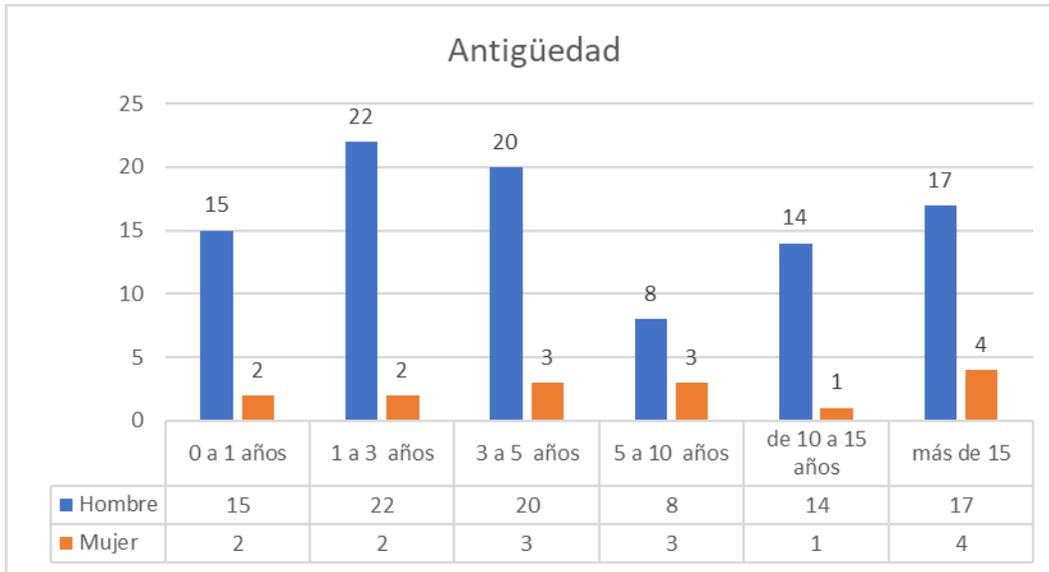
Kaura Coproducts cuenta en el momento del diagnóstico con 96 personas en plantilla. Para el análisis cuantitativo tendremos en cuenta tal como indica el Ministerio de Igualdad, además de las personas contratadas, todo el personal que haya estado trabajando para la empresa a pesar de no tener contrato laboral (becarias y becarios, socios trabajadores en RETA, etc.). Considerando esto, el personal que debemos tener en cuenta para el análisis sería de 111 personas, de las cuales 15 son mujeres (representando al 14% de la plantilla) y 96 son hombres (representando al 86% de la plantilla), lo que nos indica que nuestra organización se encuentra masculinizada (ya que más del 60% de la plantilla está representada por hombres), habitual del sector en el que se desarrolla la actividad.



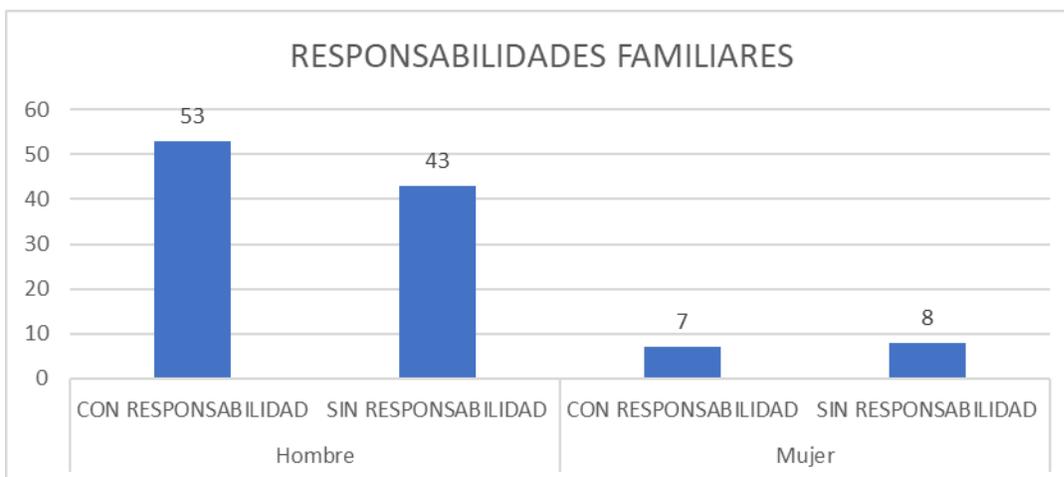
Respecto a la edad de la plantilla, observamos como la franja de edad con mayor porcentaje de personas trabajando se encuentra entre los 20-45 años, suponiendo el 75% de la plantilla, que corresponde al 77% de los hombres y al 60% de las mujeres de la plantilla.



Referente a la antigüedad de la plantilla, observamos que el 58% de la plantilla lleva menos de 5 años trabajando en la empresa. Debido, en gran parte, a que se trata de una empresa en crecimiento, en la que la plantilla se ha ido incrementando en los últimos años (en enero 2017 la plantilla estaba compuesta por 72 personas y actualmente es de 111 personas). Cabe destacar que el 53% de las mujeres, 8 de las 15 que trabajan en la empresa, tienen una antigüedad de más de cinco años.



El 54% de la plantilla de Kaura Coproducts cuenta con responsabilidades familiares, suponiendo el 47% de las mujeres (7 de las 15 mujeres) y el 55% de hombres (53 de los 96). Cabe destacar que, de las 7 mujeres con responsabilidades familiares, 6 de ellas tienen una antigüedad de más de cinco años.



Retribuciones y auditoría salarial

De acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 902/2020, de 13 de octubre, de igualdad retributiva entre mujeres y hombres, como parte de la elaboración del presente plan de igualdad, Kaura Coproducts ha llevado a cabo la correspondiente auditoría retributiva.

Siguiendo el compromiso de la organización, se ha procedido a realizar el presente análisis para finalmente comprobar que se cumple con la aplicación efectiva del principio de igualdad entre mujeres y hombres en materia de retribución.

Se ha procedido a realizar el diagnóstico de la situación retributiva, evaluando todos los puestos de trabajo de la organización y analizando factores que podrían ser considerados como diferencias retributivas que pudieran ser consideradas como discriminatorias.

Una vez realizado el diagnóstico retributivo, la Comisión de Igualdad, ha procedido a su análisis y estudio para adoptar las posibles acciones correctoras para garantizar la igualdad entre mujeres y hombres en materia de retribución.

Igualmente, esta organización ha establecido un sistema de seguimiento y posible implementación de mejoras para garantizar que esta igualdad retributiva entre mujeres y hombres impere a lo largo de toda la vigencia del plan de igualdad, y como consecuencia, es una realidad de la organización. Por ello, se establece como principal medida la realización y análisis de auditorías salariales anuales para poder detectar posibles desviaciones o la existencia de brecha salarial entre las personas trabajadoras.

En este aspecto, y atendiendo al análisis cualitativo de la plantilla, el 62% de los trabajadores y trabajadoras encuestadas consideran que la retribución en la empresa se establece bajo criterios de igualdad de mujeres y hombres (el 6% considera que no y el 32% NS/NC). En este aspecto, el 43% de las mujeres encuestadas creen que la retribución se establece bajo criterios de igualdad y el resto (57%) lo desconocen.

13.- NO CONFORMIDADES Y RECLAMACIONES

Las no conformidades registradas en Kaura pueden tener su origen en:

- Material suministrado por un proveedor que no es conforme con los requisitos (un material que no es conforme a lo que se ha solicitado, una compra que se recibe en mal estado, etc...)
- Un servicio o proceso no realizado correctamente, (producto que no cumple con las especificaciones de calidad o que no cumple con los requisitos legales, o bien un proceso que no es eficaz conforme a los indicadores de calidad establecidos, que resulta dañado en el proceso de transporte, etc.)
- Quejas o reclamaciones de un cliente (verbal o por escrito)

En 2021 se han registrado 29 reclamaciones de clientes. Todas ellas han sido tratadas con estudio de causas y planificación de acciones.

14.- SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Kaura Coproducts ha establecido una sistemática de muestreo para determinar el nivel de satisfacción de los clientes, de modo que asegure y permita conocer dicho dato con un nivel de confianza y representatividad establecida, de acuerdo con criterios estadísticos comúnmente aceptados. Para ello hemos encuestado a 10 clientes a los que hemos realizado 10 preguntas del 1 al 5 siendo el 5 el valor de más satisfacción:

| CLIENTES | | RESULTADO |
|----------|------------|-----------|
| 1 | Cliente 1 | 5 |
| 2 | Cliente 2 | 4,72 |
| 3 | Cliente 3 | 5 |
| 4 | Cliente 4 | 4,33 |
| 5 | Cliente 5 | 4,16 |
| 6 | Cliente 6 | 4,91 |
| 7 | Cliente 7 | 5 |
| 8 | Cliente 8 | 4,41 |
| 9 | Cliente 9 | 4,83 |
| 10 | Cliente 10 | 4,25 |

Planes de acciones para mejora de la satisfacción:

- Invitar a clientes a visitas programadas para conocer las instalaciones y las mejoras realizadas.
- Mejorar el tiempo de respuesta de las no conformidades (Máximo 48h)

- Mejora en las conducciones de los productos terminados para facilitar una toma de muestra en continuo.
- En cumplimiento del método de 4 de harina Avícola bajar la temperatura de transformación para mejorar los niveles de proteínas y digestibilidad péptica.

15.- DIÁLOGO GRUPOS DE INTERÉS

| Nº | GRUPOS DE INTERÉS | EXPECTATIVAS | PLANES ACCIÓN | SEGUIMIENTO |
|----|----------------------------|---|---|--|
| 1 | Trabajadores de la empresa | Buen ambiente de trabajo/prevención de riesgos/sueldo convenio/igualdad/formación | Formación continua (Focon) | Plan de formación continua 2022 ok |
| | | | Formación motivacional | Se está haciendo formación motivacional con un psicólogo para jefes de departamento cada 2 semanas |
| | | | Sueldos por encima de convenio | Se evidencia sueldo por encima de convenio 20% |
| | | | Desayunos y comidas pagados por empresa | Se evidencia que se sigue prestando |
| | | | Plan de conciliación | Se tienen medidas de conciliación en la empresa aunque los trabajadores no han hecho propuestas en el comunicado enviado. |
| | | | Buenas condiciones de seguridad | Condiciones de seguridad adecuadas: evaluación riesgos, EPI's, formación, información ok |
| | | | Gestión de la diversidad | Actualmente hemos conseguido que entren en producción mujeres. En cuanto a emigrantes, en la plantilla hay una persona rumana y un marroquí. |
| | | | Evaluación del desempeño | Se está realizando evaluación de desempeño empezado por los cargos directivos |
| | | | Clima laboral | Se ha realizado encuesta de clima laboral en 2021. Pendiente de realizar plan con las conclusiones. |
| | | | Plan de igualdad | Se ha realizado plan de igualdad y presentado a las autoridades |
| 2 | Clientes | Buen servicio/cumplimiento de plazos/calidad ejecución/traspasencia/honestidad | Tratamiento adecuado de reclamaciones | Departamento de calidad realiza tratamiento de reclamaciones |
| | | | Medición de la satisfacción | Se ha medido la satisfacción de clientes con resultado muy positivo |
| | | | Protección datos | Se dispone de plan de seguridad para paliar riesgos. Se han actualizado los registros |
| | | | Publicidad responsable | Se asegura la veracidad aportada en las campañas publicitarias |
| | | | Consumo responsable | Nuestros productos provienen del reciclado de alimentos que son responsables de por si. |
| | | | Elementos de marketing, incluidos materiales o desarrollo de eventos. | Se han seleccionado bolígrafos sin plástico y botellas de agua para no usar vasos de un solo uso. |
| | | | Plan comercial | Se ha reforzado la actividad comercial y ahora se dispone de 4 personas y desarrollan trabajos en nuevas oficinas |
| 3 | Administración | Cumplimiento de requisitos legales/Veracidad/Honestidad/ | Aportar recursos necesarios para cumplir requisitos | problemas y acciones para mejorar en nuevas oficinas |
| 4 | Proveedores | Pagos en tiempo/Buen trato/Traspasencia/CAE | Atención personalizada | Disponemos de una persona para el trato con los mataderos |
| | | | Financiación de mejoras en mataderos | No hay prevista ninguna mejora en 2022 |
| | | | Asesoramiento en cuestiones sanitarias | Disponemos de una persona para el trato con los mataderos |
| | | | CAE subcontratas/condiciones seguras | |
| 5 | Dueños empresa | Rentabilidad adecuada/Eficiencia/Buena organización | Mejora rentabilidad debido a mayor eficiencia | Ha mejorado la rentabilidad de la organización |
| 6 | Competencia | Competencia leal/Integridad | Acuerdos de colaboración | Se tienen acuerdos comerciales con Deriver para maquila de productos. |
| | | | Participación en asociaciones | Participamos en anagrasa |
| 7 | Vecinos/Entorno | Ausencia de olores/generación de empleo | Apoyo social mediante patrocinios y colaboraciones | En 2022 está previsto gastar 60.000 € en patrocinios y colaboraciones en el entorno. |
| | | | Generación empleo comarca | El 70% del personal pertenece a la comarca. |
| | | | Control olores | Sistemática de control de emisión de olores |
| | | | Divulgación ambiental | Se ha hecho una actividad de divulgación ambiental en Gerena. |

16.- GESTIÓN CON PROVEEDORES

Se realiza evaluación de proveedores según una serie de criterios de selección:

| CRITERIO | ASPECTOS A CONSIDERAR | PUNTUACIÓN |
|-------------------------------|--|---|
| Relación Calidad /Precio (CP) | Se evaluará este criterio teniendo en cuenta, mediante las inspecciones pertinentes realizadas al producto y/o servicio suministrado, la relación entre la calidad de dicho producto y conformidad con los requisitos establecidos por la empresa y el precio cobrado por el proveedor/subcontratista. | 0: Baja 1: Media 2: Alta |
| Forma de Pago (FP) | Se evaluará la forma en la que el proveedor/subcontratista nos permite efectuarles los pagos. | 0: Nos exige pago al contado 1: Pagaré de 30 a 45 días 2: Pagaré a más de 60 días |
| Rapidez del servicio (RS) | Se evaluará si el servicio es rápido y eficaz | 0: Más de 15 días 1: Una vez a la semana 2: Al día siguiente |
| Historial de fiabilidad (HF) | Se tendrá en cuenta la existencia de no conformidades/incidencias del proveedor | 0: Se han registrado no conformidades en el último año 1: Se han registrado incidencias en el último año |
| Compra responsable (CR) | Se tendrá en cuenta criterios de cercanía, sostenibilidad y responsabilidad social | 0: No cumple ninguno de los criterios 1: Cumple con 2 de los criterios |

| HOMOLOGACIÓN PROVEEDORES | RESULTADO 2021 |
|---------------------------------------|----------------|
| Nº proveedores homologados | 72 |
| Nº proveedores resultado 10 | 4 |
| Nº Proveedores con resultado 9 | 10 |
| Nº Proveedores con resultado 8 | 23 |
| Nº Proveedores con resultado 7 | 18 |
| Nº Proveedores con resultado 6 | 14 |
| Nº Proveedores con resultado 5 | 4 |

17.- INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD

| | | | |
|-------------|---|---|--------------|
| Salteras | Ayto. Salteras CD Salteras | Patrocinio equipación deportiva con logotipo de Kaura a través del Ayto. | 3.000 |
| Guillena | Ayto. Guillena | Patrocinio Feria de Guillena con publicidad de Kaura. | 2.450 |
| Gerena | Ayto. Gerena | Patrocinio eventos locales Gerena con publicidad de Kaura. | 2.290 |
| Aznalcóllar | Ayto. Aznalcóllar CD Aznalcóllar | Patrocinio de equipo deportivo y eventos locales con publicidad de Kaura a través del Ayto. | 2.000 |
| La Algaba | Club Ciclista Los Guzmanes Algaba | Patrocinio de equipación deportiva. | 991 |
| | CD Rítmica Klein La Algaba | Patrocinio de equipación deportiva. | 673 |
| | Club Atletismo Cuatro Caminos La Algaba | Patrocinio de equipación deportiva. | 730 |
| | CD La Algaba Fútbol Sala | Patrocinio de equipación deportiva. | 730 |
| Santiponce | CD Santiponce | Patrocinio de equipación deportiva. | 1.000 |
| Valencina | Interbox BOX 909 Valencina | Patrocinio de evento deportivo. | 500 |
| Varios | Jugadores Padel Los Palacios | Patrocinio de equipación deportiva. | 500 |
| | Apascide | | 7.200 |
| | Revista Lonja Extremadura | Anuncio de Kaura | 400 |

18.- ALIANZAS

Kaura pertenece a **ANAGRASA, Asociación Nacional de Industrias Transformadoras de Grasas y Subproductos Animales** (ANAGRASA). Es la organización empresarial española del sector de la transformación de subproductos animales procedentes de la cadena de producción y distribución de alimentos y productos de origen animal.

Kaura junto a esta asociación persigue una serie de objetivos:

- Trabajamos para la mejora continua de la salud pública, la sanidad animal, el medio ambiente y la seguridad de la cadena alimentaria.
- Contribuimos al tránsito hacia una economía circular, mediante una gestión eficiente de los subproductos animales en España.
- Escuchamos y aprendemos de las partes interesadas, y dialogamos para entender mejor los intereses, puntos de vista y perspectivas de los actores implicados.
- Promovemos un entorno legal sólido y estable, basado en un conocimiento contrastado de la gestión de los subproductos animales.
- Defendemos las buenas prácticas en nuestro sector.
- Proporcionamos información relacionada con la gestión de los subproductos animales.