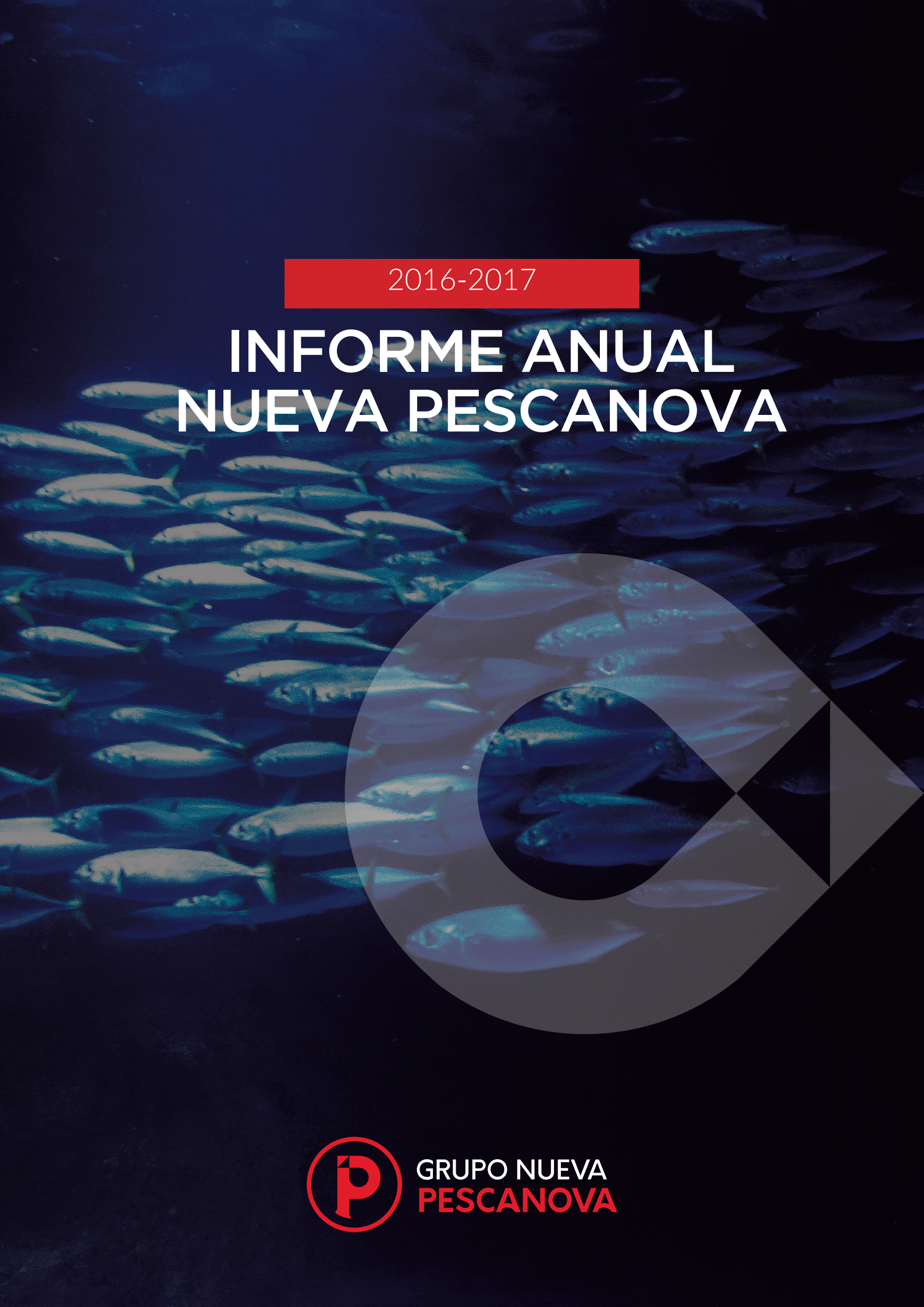


2016-2017

INFORME ANUAL NUEVA PESCANOVA

GRUPO NUEVA PESCANOVA

PESCANOVA

INFORME 2016-2017

GRUPO NUEVA PESCANOVA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	05
Mapa de logros Nueva Pescanova 2017	06
Carta del Presidente	08
Entrevista al CEO	10
El ADN	13
Organigrama	15
EL MODELO DEL GRUPO NUEVA PESCANOVA	17
El Grupo Nueva Pescanova	18
Presencia del Grupo en el mundo	20
Estrategia y futuro	22
Transparencia e integridad	24
Comunicación con grupos de interés	26
CADENA DE VALOR	29
Del mar a la mesa: pescamos	30
Acuicultura	32
Elaboramos	34
Nuestros productos	36
Renovación de la marca Pescanova	38
Certificados	40
NUESTRA PRIORIDAD: LAS PERSONAS	43
Empleados en el mundo	44
Nuestras políticas de Recursos Humanos	46
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	51
Nuestro planeta y sostenibilidad	52
Las personas y las comunidades	54
CUENTAS ANUALES	57

SCANOVA®

LA FRESCURA DEL MAR
ULTRACONGELADO
MANTIENE SUS PROPIEDADES

gostino
namei

L - GRANDE | 24 /40 piezas | Peso neto 800

Peso neto
800 g

Garantía de calidad y sabor hasta la fecha de consumo preferente.

VALORES NUTRITIVOS	Por 100g	% ingesta de referencia*	Ingesta de referencia*
Valor Energético			
Grasas			
de las cuales Saturadas			
Hidratos de Carbono			

Penaeus spp (Penaeus

De cría de: Ver cu

INGREDIENTES:
Langostino, sal, a

INTRODUCCIÓN

La frescura del mar a la mesa

Sentimos un enorme orgullo al presentar este primer Informe de Actividades del Grupo Nueva Pescanova. Los últimos dos años nos han confirmado que no solo hemos recuperado la fortaleza de nuestra marca Pescanova, sino que hemos reinventado su valor como referente mundial. Y lo hemos hecho gracias a la integración de unos valores compartidos por cada una de las personas que forman parte de este apasionante proyecto. En 2016 y 2017 hemos invertido, innovado y crecido; han sido años de esfuerzo, de creatividad y de trabajo en equipo. En definitiva, ha sido un período de una intensa labor que nos ha permitido seguir conquistando el corazón de millones de personas que, confiando en nuestros productos, disfrutan de la frescura del mar en la mesa de sus hogares.

MAPA DE LOGROS NUEVA PESCANOVA 2017

TALENTO

PROYECTO ÁBACO

Implantación de un Modelo Global de Gestión del Talento SAP

EBITDA +18%

80M DE EBITDA EN 2017

Lo que supone un 18% más que en el año anterior

9º TOP TEN

SUBIMOS 2 POSICIONES

Entramos en el Top Ten como la 9ª marca de Gran Consumo más elegida en España

HITO 17'

RESTABLECIMIENTO DEL EQUILIBRIO PATRIMONIAL

Gracias a la ampliación de capital de 135 millones de euros, se pasó de 12 millones a 147 de capital social

NUEVA DIRECCIÓN RSC

Creación de una nueva dirección de RSC

Legonova

Comienzo del desarrollo de LEGONOVA como nueva herramienta de gestión SAP

+de 20 nuevos productos de innovación

FACTURACIÓN

1.081

MILLONES DE EUROS

+2%

Frente a los 1.060 millones 2016

Reducción deuda

-35%

Reducción de un 35% del valor nominal de la deuda reestructurada, gracias a la ampliación de capital

RETAIL

24,9

MILLONES DE EUROS

EN INVERSIÓN EN 2017

+6,3%

Incremento de ventas en retail

15 diplomas

Hemos obtenido los máximos certificados internacionales en materia de sostenibilidad y buenas prácticas

“Los resultados alcanzados en 2017 solo se pueden calificar de satisfactorios. Hemos aumentado las ventas en un 2% y el Ebitda ha alcanzado los €80 millones (un 18% más que en 2016 y un 128% respecto a 2015)”

“Nos estamos convirtiendo, de forma acelerada, en una empresa que no solo vende lo que pesca o lo que cultiva, sino lo que el consumidor quiere”

CARTA DEL PRESIDENTE

El ejercicio 2017 ha sido el segundo año de gestión completa por parte del Grupo Nueva Pescanova. Seguimos dando pasos hacia una positiva normalidad. Entre todos, hemos logrado consolidar la notable inflexión que logramos en el primer año al cargo de la gestión.

Los resultados de 2017 solo se pueden calificar de satisfactorios. Reflejan ya un adecuado nivel patrimonial y por primera vez una cuenta de resultados en beneficios. Hemos registrado un aumento de ventas del 2%, del 3% en productos del mar y, más importante, con mayores márgenes como se refleja en el Ebitda alcanzado. El Ebitda de 2017 ha alcanzado los 80 millones de euros, un 18% superior al año anterior y un 128% respecto a 2015, el año previo a nuestra gestión.

Estos datos indican que el Grupo Nueva Pescanova ha encontrado su rumbo. Todavía nos queda un buen trecho por recorrer, pero tenemos la energía, la confianza y el equipo para poder continuar avanzando.

Nos reafirmamos en nuestra visión de una compañía integrada, bien posicionada comercialmente, que pesca, cultiva, compra, elabora y vende productos del mar de una calidad y trazabilidad excepcionales. Hemos dado un paso más y nos estamos convirtiendo, de forma acelerada, en una empresa que no solo vende lo que pesca o lo que cultiva, sino lo que el consumidor quiere. Pescamos, cultivamos y buscamos el mejor producto allá donde esté, dándole el mayor valor añadido posible. Sin esta transformación estaríamos más cerca de una compañía industrial de materias primas.

> “El Grupo Nueva Pescanova ha encontrado su rumbo. Todavía nos queda un buen trecho por recorrer, pero tenemos la energía, la confianza y el equipo para poder continuar avanzando”

Nada de lo descrito a lo largo de esta carta podría haberse hecho posible sin el compromiso y colaboración de todos y cada uno de los más de 11.000 empleados del Grupo, muchos trabajando en geografías extremas, de nuestros socios, proveedores, clientes y, por supuesto, de los millones de personas que nos permiten cada día entrar en sus hogares. A todos ellos, gracias por confiar en este proyecto y por permitir que el Grupo Nueva Pescanova siga avanzando, navegando, con tan buen rumbo.

Jacobo González-Robatto
Presidente del Grupo Nueva Pescanova

ENTREVISTA AL CEO

“Nueva Pescanova es un proyecto apasionante para todos nosotros”

¿Cómo es el Grupo Nueva Pescanova?

Ante todo es una nueva compañía que ha sabido heredar todo lo bueno que tenía Pescanova, y que ha sumado ilusión, profesionalidad y ganas de crecer. Hablamos de Nueva Pescanova como de una start up que ya vende mil millones y que tiene una marca consolidada, pero hay mucho que reconstruir y mucho que crear.

Tenemos que recuperar todas esas cosas buenas que hacía la compañía, porque había cosas que hacía muy bien. Como la flota (tenemos 72 barcos), un proyecto de acuicultura apasionante en Centroamérica y en Ecuador, perfectamente integrado en la naturaleza, dieciséis plantas y una marca que nosotros decimos que es una love brand, que nos ha acompañado desde que éramos pequeños, y que es una marca querida. En definitiva, un proyecto apasionante para todos nosotros, en el que creemos firmemente.

¿Cómo han vivido estos dos años desde la creación del Grupo Nueva Pescanova?

Estos dos últimos años han sido, sin duda, los más intensos y gratificantes de mi vida. Lo primero que hicimos fue desarrollar un Plan Estratégico 2016 – 2020 para establecer nuestros objetivos de desarrollo, prioridades y estrategias para recuperar el impulso de crecimiento, y poner a la compañía de nuevo en el lugar que merece.

Y, la verdad, es que hasta el momento estamos muy satisfechos con su desarrollo: hemos conseguido crecer en ventas y rentabilidad y, sobre todo, y es de lo que más orgullosos estamos, hemos logrado

"Pescanova es una marca consolidada, una love brand, que ha establecido fuertes lazos con los consumidores y que aún tiene mucho que ofrecer"

"Hemos alcanzado los objetivos un año antes de lo previsto, gracias al increíble trabajo de todos los equipos'"

alcanzar los objetivos un año antes de lo que decía el plan y esto, para los accionistas, para los empleados, para los clientes, es fundamental.

Nos marcamos como objetivo para todo el plan incrementar las ventas en un 50% y multiplicar por cuatro la rentabilidad, y hemos superado el primer año con unos ingresos de 1.081 millones de euros y un beneficio bruto de 80 millones. Estamos en el buen camino, el plan se está cumpliendo y el modelo de negocio funciona, es claramente de futuro y ganador.

¿Cuáles son las líneas principales del Plan Estratégico?

Se asienta sobre 4 pilares principales. El primero es incrementar la cifra de negocio, lo que implica vender en nuevos países, lanzar la marca en aquellos donde estábamos sin marca; empezar en nuevos canales, como el food service; e innovar. El segundo pilar tiene que ver con la estructura de costes. Esto no era una compañía, sino 50 separadas, pero que cuando se ponen a trabajar juntas en el plan estratégico se encuentran muchas sinergias y mucho valor. El tercero es llenar las fábricas. Esta compañía tenía una ocupación media de sus plantas del 50%. Y el cuarto pilar es sacar el máximo provecho a la integración vertical, que es la ventaja competitiva de la compañía.

Para poder acometer el plan, ha sido fundamental la ampliación de capital que se llevó a cabo en 2017, pasando de poco más de 12 millones de euros de capital social a un total de 147,6 millones, con lo que hemos fortalecido nuestros recursos propios y reducido considerablemente el endeudamiento.

La apuesta de la compañía por recuperar la innovación como una parte fundamental de nuestro ADN ha sido una realidad desde el principio. Una innovación que está presente en todos los ámbitos de la empresa y que se hace más patente en los nuevos lanzamientos que hemos llevado a cabo en el mercado.

En concreto, en 2017 hemos lanzado 23 nuevos productos y hemos entrado en el segmento de refrigerados, lo que supone que nos estamos colocando en un espacio, la nevera, que se abre veinticinco veces al día, en lugar de las dos a la semana que se abre el congelador. Estamos viviendo un gran momento en el que las ganas de emprender de las personas que forman parte de la compañía son muy fuertes, es el momento de hacer propuestas nuevas.

También en nuestra estrategia estamos firmemente comprometidos con la responsabilidad social corporativa como una parte indispensable de nuestro negocio. Por ello, hemos creado la dirección de RSC del Grupo Nueva Pescanova con el objetivo de multiplicar nuestros esfuerzos en esta área, y seguir impulsando y comunicando en mayor medida proyectos de apoyo y desarrollo en todas Comunidades donde operamos.

¿Cómo están funcionando los nuevos lanzamientos?
Nos estamos acercando a nuevos segmentos de población, escuchando y adaptándonos a sus necesidades, es decir, hasta ahora no estábamos ofreciendo alternativas de consumo para la gente por debajo de los treinta. Y ahora estamos siendo capaces de seguir las tendencias de snacking y acercarnos a este segmento de consumidores con gamas novedosas como la de 'dippeo' de langostinos cocidos y pelados acompañados de una salsa para hacer 'dipping', que yo digo que es un paradigma, porque lo recoge todo: baja del congelador a la nevera, es un producto listo para consumir, está destinado a una generación de gente joven, y llega a una situación de consumo donde el langostino no estaba.

Es cierto que la tasa de éxito de nuevos productos en el mercado es únicamente del 10%. No obstante, creemos que lo importante en la innovación es que el consumidor vea que Pescanova es una compañía innovadora que lanza nuevos propuestas más allá de la merluza o el langostino congelados. Esto es algo que realmente nuestros consumidores valoran. De hecho, Pescanova se ha posicionado como la quinta marca de Gran Consumo con más penetración en los hogares españoles, según el informe Brand Footprint 2018 de Kantar Worldpanel, y la cuarta marca de alimentación más elegida por los hogares españoles. Supone para nosotros un gran impulso y motivación para seguir trabajando en productos innovadores que lleguen a nuestros consumidores.

“El Pescanova Biomarine Center o la renovación de la flota son una muestra inequívoca de la apuesta por la innovación y el crecimiento a futuro del Grupo”

“La Acuicultura 4.0 la tenemos que protagonizar desde Nueva Pescanova, es nuestra responsabilidad como líderes y es un ámbito en el que tenemos una dilatada experiencia”

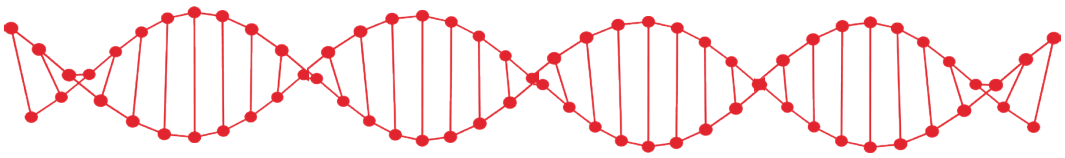
Además del foco en la innovación de producto, ¿qué nuevos proyectos está llevando a cabo la compañía?

Ahora mismo estamos centrados en varios proyectos. Uno de ellos es la renovación de nuestra flota pesquera con siete nuevos barcos, que ya hemos empezado a construir en Galicia y que estarán navegando antes de 2020. En concreto, estamos construyendo tres arrastreros, barcos grandes de merluza, destinados a la flota de Namibia; y cuatro más pequeños, tangoneros, que se dedicarán a la pesca de langostino en Mozambique. Todos ellos incorporarán motores de alta eficiencia energética y equipamiento que mejorará el sistema de procesado a bordo y las condiciones de trabajo y vida de la tripulación.

Estamos implantando SAP a través del Programa Legonova para aportar sencillez a los procesos y formas de trabajo unificadas o estándar, creando un modelo de gestión multinacional único que agilice la toma de decisiones con los mejores resultados posibles para la empresa.

Por otra parte, trabajamos en optimizar la eficiencia de nuestras plantas y líneas de producción en los Centros Industriales a través del programa Excellence System. Esto supone realizar inversiones en nuevos equipos, en procesos más eficientes, en innovación y en apostar de manera decidida por las nuevas tecnologías.

También destacaría el Pescanova Biomarine Center, que será uno de los centros de I+D+i de referencia internacional en acuicultura. En él investigaremos el cultivo de las especies marinas comerciales en cuestiones de genética, nutrición, manejo y salud. En los últimos años, el consumo de pescado en el mundo está creciendo de una forma exponencial y nuestros recursos marinos son finitos. De esta forma, el desarrollo de la acuicultura es clave para cubrir esas necesidades de consumo que el mercado está demandando, a través de la tecnología más puntera. La acuicultura 4.0 la tenemos que protagonizar desde el Grupo Nueva Pescanova, es nuestra responsabilidad como líderes.



Nuestro ADN

El Grupo Nueva Pescanova, al igual que un organismo vivo que se adapta a su entorno, ha tenido la oportunidad de transformarse íntegramente para alcanzar un liderazgo sostenible en el tiempo y avalado internacionalmente en todas sus actividades.

De este proceso hemos generado un nuevo ADN que da vida y sentido a toda la compañía.

Es nuestro propósito, por el que cada uno de nosotros trabaja cada día. Nuestra razón de ser.

1

Trabajamos

para ser la mejor compañía de alimentación, llevando la frescura del mar a la mesa del consumidor

2

Apostamos

por nuestra marca y la innovación, pescando, cultivando, elaborando y seleccionando el mejor producto allá donde esté

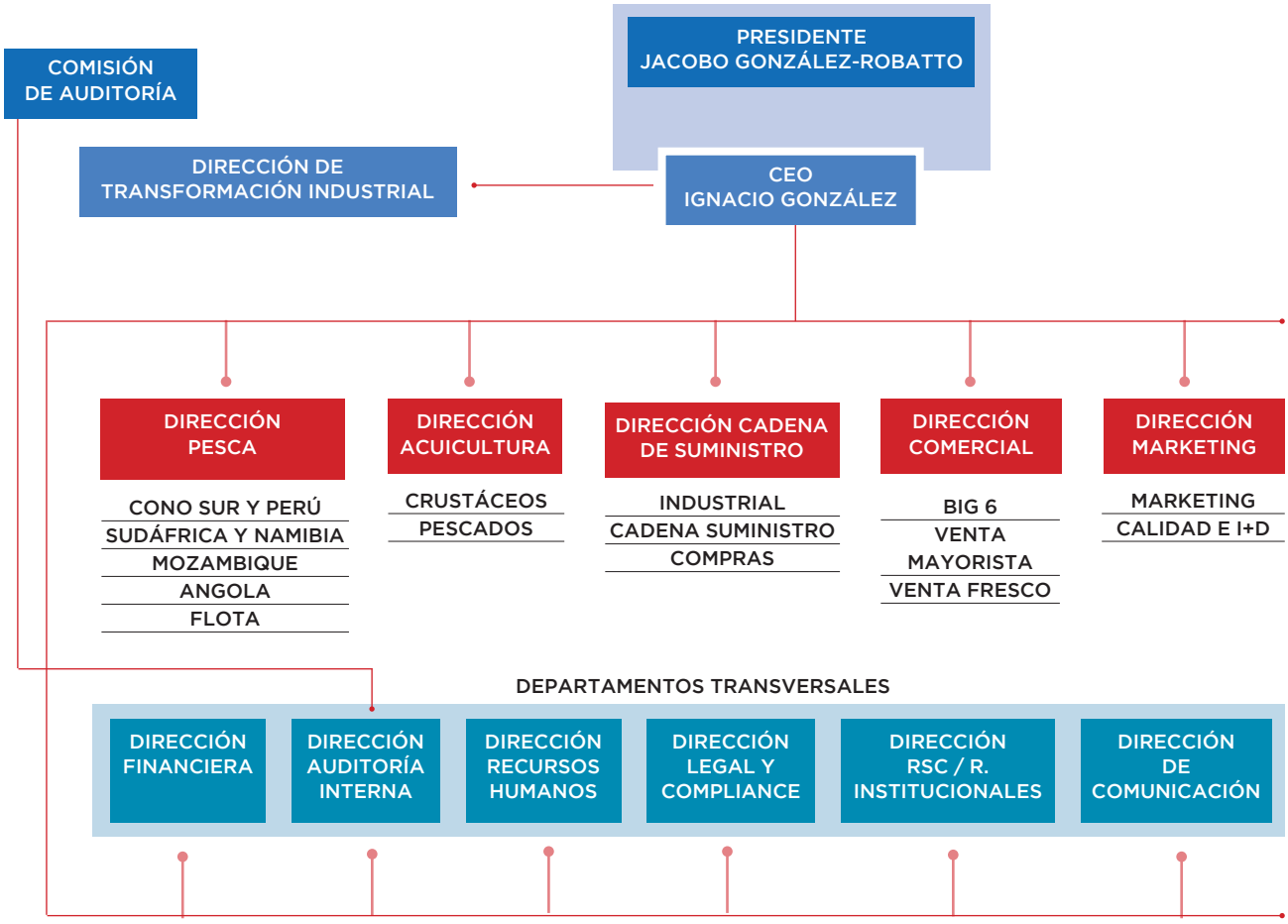
3

Nos comprometemos

con la sostenibilidad de los recursos naturales y con las comunidades en las que estamos presentes, actuando de forma ética, manteniendo su confianza y creando valor

PESCANOVA
Anillos a la
PESCANOVA
PESCANOVA
10 Varitas
PESCANOVA

ORGANIGRAMA



NATALE SENIOR
P
NATALE SENIOR

EL MODELO

El modelo de Nueva Pescanova

Operamos en todos los eslabones de la producción. A lo largo de los últimos dos años, la puesta en práctica de nuestro Plan Estratégico 2020 nos ha permitido avanzar de forma decisiva en innovación, sostenibilidad y calidad en cada una de nuestras áreas de actividad (pesca, acuicultura, elaboración y comercialización). Apostamos por un liderazgo ético de nuestro Gobierno Corporativo y de todas nuestras personas, garantizando la transparencia e integridad del trabajo que realizamos, así como por una comunicación transparente y continua con todos nuestros grupos de interés.

2.1. EL GRUPO NUEVA PESCANOVA

LA ILUSIÓN QUE ECHA EL ANCLA EN MILLONES DE HOGARES

Más de 11.000 trabajadores en 4 continentes llevan la frescura del mar a la mesa del consumidor, con la innovación sostenible como guía. Faenamos por el mundo con 72 buques, cultivamos en 7.500 ha. dedicadas a la acuicultura, y comercializamos en 80 países más de 70 especies de pescados y mariscos

Nacidos de un proyecto de crecimiento e innovación a partir de una refundación societaria en 2015, somos una multinacional de referencia en el sector de la pesca, cultivo, elaboración y comercialización de productos del mar.

Desde el primer buque de Pescanova que faenó en la década de los sesenta, navegamos rumbo a la innovación, la sostenibilidad, el compromiso con la mejora de la sociedad y el cuidado del medio ambiente.

Estos pilares sustentan todas nuestras actividades a través de una integración vertical sostenible que nos permite ser, en la actualidad, una de las pocas compañías que garantiza la calidad de sus productos desde el inicio del proceso hasta que llegan a millones de hogares en todo el mundo.

Y todo ello, con una de las marcas más queridas y reconocidas por el consumidor: Pescanova.

CALIDAD Y RESPONSABILIDAD DEL MAR A LA MESA

Nuestro modelo de negocio vertical nos hace distintos. La trazabilidad y la calidad de nuestros productos están garantizadas y certificadas internacionalmente en todas las etapas de su producción. Para nosotros, innovación es sinónimo de sostenibilidad, por eso asumimos los principios y normas del **Código de Conducta para la Pesca Responsable de FAO**, y equipamos todos nuestros buques y factorías garantizando el cuidado del medio ambiente. Sostenibilidad es, a su vez, sinónimo de **alimentación rica y saludable:** llevamos a millones de hogares los mejores y más frescos productos del mar. Junto al compromiso con el **planeta** y la calidad del **producto**, nuestra estrategia de Responsabilidad Social Corporativa y nuestro Código Ético tienen además como prioridad el desarrollo de las comunidades mediante la generación de riqueza, oportunidades de trabajo y formación de las personas allí donde estamos presentes.

11.000

EMPLEADOS

Más de 11.000 empleados en 4 continentes

72

BUQUES

PESCAMOS
72 buques faenando en el Hemisferio Sur

16 Fábricas

TRANSFORMAMOS
nuestros productos en 16 fábricas repartidas por el mundo

40.000

Tm de langostinos

Somos uno de los principales productores mundiales de langostino

7.500 ha

CULTIVAMOS

7.500 ha destinadas al cultivo de especies marinas

1.081 M€

COMERCIALIZAMOS en 80 países. En 2017 facturamos 1.081 millones de euros

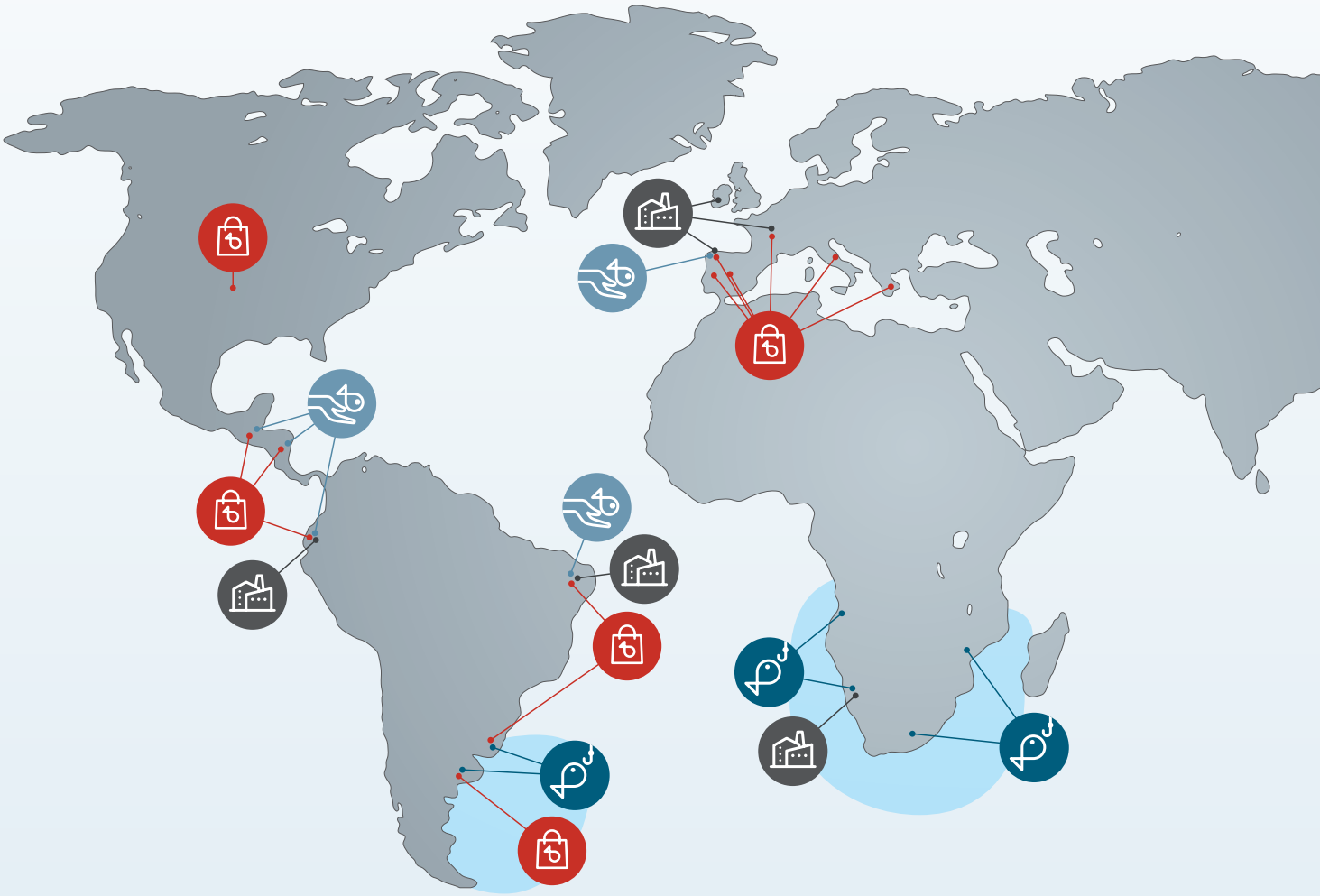
DE LA CONGELACIÓN A BORDO AL PESCANOVA BIOMARINE CENTER

La congelación a bordo –ideada y puesta en marcha por Pescanova a nivel mundial en 1961– ha sido la gran revolución de la marca Pescanova. Propiciando el desarrollo global de la industria pesquera, su efectividad permitió alcanzar el mercado internacional, lo que situó a Galicia y a España a la cabeza del sector. Al conjugar tradición y modernidad, la acuicultura ha sido una apuesta de la compañía por la sostenibilidad y el cuidado de los mares. Actualmente, somos uno de los productores principales de langostino vannamei del mundo. Nuestro Plan Estratégico 2016-2020 ha definido la vocación innovadora del Grupo Nueva Pescanova a través de acciones estratégicas en toda nuestra cadena de valor: de la modernización de nuestra flota a la puesta en marcha del Pescanova Biomarine Center, que se convertirá en centro de referencia internacional en I+D+i en acuicultura.

Recreación del nuevo Pescanova Biomarine Center que construiremos en O Grove (Galicia)

2.2. PRESENCIA DEL GRUPO EN EL MUNDO

UNA GRAN FAMILIA A LO LARGO Y ANCHO DEL GLOBO



PESCA

72 buques faenan en los mejores caladeros del hemisferio sur

CONO SUR. **Argentina** gambón, pota y merluza negra, **Uruguay** merluza hubbsi, castañeta, rubio y pota

ÁFRICA. **Mozambique** langostino tigre, banana, brown, marfil y junbo, **Angola** langostino rojo, gamba blanca y cangrejo y **Namibia y Sudáfrica** merluza, rape, palometa y rosada

TRANSFORMACIÓN

16 plantas de transformación repartidas en nueve países (se elaboran mariscos, platos precocinados, surimi..., y funcionan también como centros de logística y almacén):

España, Perú, Ecuador, Francia, Namibia, Nicaragua, Guatemala, Argentina e Irlanda.

Estamos empeñados en cuidar los océanos y llevar lo mejor del mar a la mesa de nuestros consumidores. Y podemos conseguirlo porque estamos presentes en todos los lugares necesarios.

Nuestros buques de pesca, nuestros centros de acuicultura, las fábricas y nuestros canales de distribución hacen que seamos una gran familia presente en 24 países de cuatro continentes.

Queremos que nuestra marca sea sinónimo de la máxima calidad, por eso el Grupo Nueva Pescanova actúa bajo una misma visión integrada en todas sus sedes, sometiéndose a los más altos estándares de certificación. Tenemos muy claro nuestro objetivo: ser los mejores a nivel local y global, tanto en nuestra actividad comercial como en nuestra aportación al bienestar de las personas.

NUESTRO GRUPO

EUROPA

Francia | Nueva Pescanova France
Grecia | Pescanova Hellas
Irlanda | Eiranova
Italia | Pescanova Italia
Portugal | Pescanova Portugal
España | Nueva Pescanova, Pescanova España e Insuiña

AMÉRICA

Argentina| Argenova
Brasil | Pescanova Brasil
Ecuador | Promarisco
Guatemala| Novaguatemala
Nicaragua| Camanica
Perú | Novaperú
Uruguay | Belnova
USA| Pescanova USA

ÁFRICA

Angola| Marnova
Mozambique| Pescamar
Namibia| NovaNam
Sudáfrica | Novagroup

ASIA

Japón | Pescanova Japan

ACUICULTURA

Ecuador, Guatemala y Nicaragua
Langostino vannamei

España
Hatchery y cultivo de rodaballo

Brasil
Cultivo tilapia

COMERCIALIZACIÓN

Vendemos en 80 países de los cinco continentes

Nuestras oficinas comerciales están ubicadas en España, Francia, Grecia, Italia, Portugal, Japón, USA y Brasil.

2.3. ESTRATEGIA Y FUTURO

LA LLAVE DE NUESTRO ÉXITO, EL PLAN ESTRATÉGICO 2020

Nada más definir nuestro proyecto decidimos anclar nuestro ADN en la consecución de un plan de crecimiento ambicioso y exigente. Llevamos dos años gestionando esta nueva etapa con grandes dosis de ilusión. Desde cada esquina de Nueva Pescanova se trabaja bajo el mismo lema, "Todos a Una", para mantener este ritmo de crecimiento hasta 2020 y más allá de cualquier horizonte.

Los éxitos de 2017 se han fundado sobre las bases de nuestro Plan Estratégico 2016-2020, que tiene como objetivo aumentar los valores de nuestro grupo a todos los niveles: cuadriplicar el Ebitda en cuatro años, desarrollar una nueva ambición comercial en el denominado Big 5 (España, Portugal, Francia, Italia y USA), al que hemos añadido Grecia, optimizar costes, mejorar la gestión de los procesos y centralizar todas las filiales de la compañía en una sola organización vertical.

Apostamos de manera firme por la marca "Pescanova" y por la calidad de nuestros productos, siempre preservando su frescura desde el mar hasta la mesa. Pero también por innovar de forma sostenible, responsable y comprometida con la sociedad y el medio ambiente. En definitiva, nuestro objetivo es afianzar el liderazgo de Nueva Pescanova como referente mundial de la pesca, el cultivo, la elaboración y la expansión de los mejores productos del mar por todo el planeta.

INNOVAMOS

Innovación para el consumidor

Desarrollo de 23 nuevos productos en 2017 en España según las tendencias del mercado y las necesidades del consumidor

Para nuestros empleados

Implantación de SAP: Proyecto LegoNova

Ábaco, Inicia, Avanza y Lidera: Programas de formación y desarrollo del talento

TODO PLAN TIENE
UN GRAN LEMA

¡Todos a Una!

Nuestro Plan Estratégico 2020 se puso en marcha bajo el lema "¡Todos a Una!". No podía ser de otro modo, pues la consecución de nuestro proyecto requiere de la implicación de nuestros más de 11.000 empleados de todo el mundo. Se trata de una estrategia integral y sistémica, que se aplica a todos los eslabones de nuestra cadena de valor a corto, medio y largo plazo: con la renovación de nuestra marca, el lanzamiento de nuevos productos, la mejora del equipamiento de nuestra flota pesquera, y la puesta en marcha de grandes proyectos de innovación tecnológica y medioambiental.

Además, nuestro compromiso social se ha redoblado con la nueva Dirección de Responsabilidad Social Corporativa, que trabaja sobre los pilares Planeta, Personas, Producto y Comunidades.

LOS ÉXITOS DEL PLAN ESTRATÉGICO EN 2017

EBITDA +18%

Alcanzamos un Ebitda de 80 millones de euros, un 18% más que en 2016

1.081M

FACTURACIÓN

EQUILIBRIO PATRIMONIAL

RESTABLECIMOS el equilibrio patrimonial del Grupo gracias a la ampliación de capital de 135 millones de euros

5ª MARCA

La quinta marca que más entra en los HOGARES de los consumidores españoles

Mirando al futuro en Pesca y Acuicultura

- I+D+i en Acuicultura en la era de la industria 4.0: Pescanova Biomarine Center en O Grove para la investigación en nutrición y salud, la cría de nuevas especies de cultivo y la sostenibilidad; y nuevas técnicas de acuicultura en la producción de langostino vannamei.

- A la vanguardia de los métodos de Pesca: Renovación de la flota con siete nuevos barcos equipados con la última tecnología.

2.4. TRANSPARENCIA E INTEGRIDAD

LA EMPATÍA DEBE SER EFICAZ

El compromiso y la empatía tienen que estar bien gestionados. En el Grupo Nueva Pescanova contamos con los sistemas más fiables para motivar, controlar y garantizar nuestra responsabilidad social. Para nosotros, la ética es un modo natural de ser que define el rumbo de nuestra estrategia.

El 'filtro' más importante de nuestra visión de cambio es el compromiso ético. Es un universo de actuación en el que usamos una perspectiva de 360 grados, como el horizonte amplio, abierto e infinito que se otea desde nuestros buques. Las prácticas de buen gobierno y la transparencia aseguran que podamos encarnar los valores de Nueva Pescanova cada día, en cualquier lugar y con todos aquellos que nos rodean. Nuestro Plan Estratégico impulsa de forma decisiva una cultura corporativa, que garantiza nuestra responsabilidad y establece canales de información y comunicación efectivos con grupos de interés, desde los consumidores y proveedores hasta los empleados, organismos públicos, comunidades y demás instituciones. La honestidad, la integridad y la transparencia nos diferencian y consolidan, y son la garantía de la confianza en nuestros productos y actividades.

NUESTRO CÓDIGO ÉTICO

Aprobado en 2017, el Código Ético es el centro de nuestro Sistema Normativo de Gobierno Corporativo y Cumplimiento. De nuestro código emanan los principios de actuación y normas de conducta que garantizan la cultura de cumplimiento de todos nuestros empleados en cualquier circunstancia.

GOBIERNO CORPORATIVO

La responsabilidad social de Nueva Pescanova se somete a un exhaustivo control liderado por nuestro Consejo de Administración, que conforma nuestro Gobierno Corporativo.

Este Consejo se organiza en tres comisiones:

-Gobierno y Responsabilidad Corporativa

-Auditoría, Control y Finanzas

-Estrategia y Planificación

DERECHOS HUMANOS Y SOSTENIBILIDAD

Las normas que rigen todas nuestras actividades son coherentes con los principios de los derechos humanos y laborales, y nuestras conductas se ajustan de modo ejemplar al cumplimiento de la legalidad. Junto con nuestro Código Ético, hemos elaborado la Carta Ética y Social del Proveedor del Grupo Pescanova. Los principios de este documento nos proporcionan la confianza de que todos nuestros proveedores están alineados con nuestras políticas de conducta. Además, en 2017 hemos aprobado otras normativas destacables:

-La Política Corporativa de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.

-El Protocolo de actuación en materia de Donaciones de Alimentos.

-El Decálogo de Nuestro Código Ético y el Decálogo Ético y Social del Proveedor.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN-COMISIONES

PRESIDENTE DEL GRUPO

Jacobo González-Robatto Fernández

GOBIERNO Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Miguel Ruiz-Gallardón García de la Rasilla

Antonio Couceiro Méndez

Elena Salgado Méndez

AUDITORÍA, CONTROL Y FINANZAS

José Luis Sáenz de Miera Alonso

Mariano Riestra Mañeru

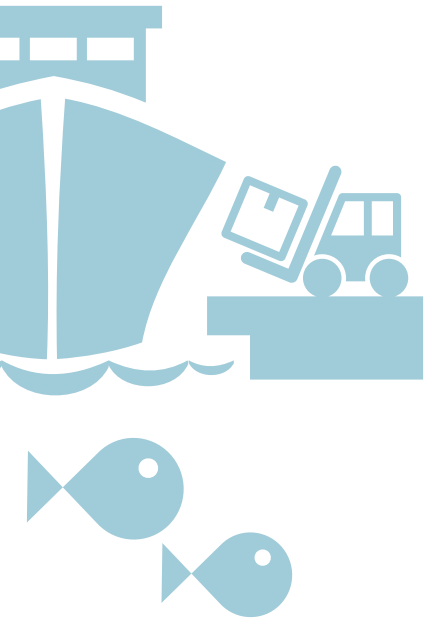
Ricard Iglesias Baciana

COMERCIAL Y DE ESTRATEGIA

Fernando Valdés Bueno

Ramón Mas Sumalla

Ignacio González Hernández



COMUNICACIÓN EFICAZ Y TRANSPARENTE

La comunicación efectiva y responsable con nuestros grupos de interés nos permite crecer e innovar. En el Grupo Nueva Pescanova hemos desarrollado iniciativas de comunicación que se adaptan a cada interlocutor y afianzan nuestra credibilidad.

El deseo de escuchar e identificar las necesidades de cada grupo de interés nos ha llevado a promover la calidad ética y tecnológica de nuestros canales de comunicación para hacer posible un diálogo eficaz y transparente con ellos. Porque ellos son quienes nos ayudan a crecer y a mejorar; el conocimiento de sus necesidades nos permite innovar constantemente, gestionar con mayor eficacia nuestros riesgos y oportunidades y aumentar el acierto de nuestras decisiones. El compromiso con todos los que se relacionan con Nueva Pescanova se ha materializado en el año 2017 en acciones para involucrarles en nuestro desarrollo estratégico.

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

A lo largo de 2016 y 2017 hemos diseñado un gran número de canales, desde la **intranet corporativa** para todos los empleados de los cuatro continentes hasta la **página web corporativa** del Grupo Nueva Pescanova, así como todas nuestras **redes sociales.**

Hemos apostado por una comunicación más abierta, transparente y cercana, y por segundo año consecutivo nos hemos colocado en el **Top 50 de las empresas con mejor Reputación en España**, según Reputation Institute, lo cual confirma la mejor valoración de los ciudadanos de nuestra compañía desde que iniciamos el nuevo rumbo en 2015.

RESULTADOS EN MMCC EN 2017:

-1.900 impactos en medios de comunicación gestionados por la Dirección de Comunicación

-333,5 millones de personas de audiencia total

-Valor publicitario estimado de **11,5 millones de euros**

PESCANOVA EN REDES SOCIALES

+700 seguidores en Twitter corporativo
@pescanovaCorp
twitter.com/PescanovaCorp

+ 9.600 seguidores en Twitter de producto
@pescanova_es
twitter.com/pescanova_es

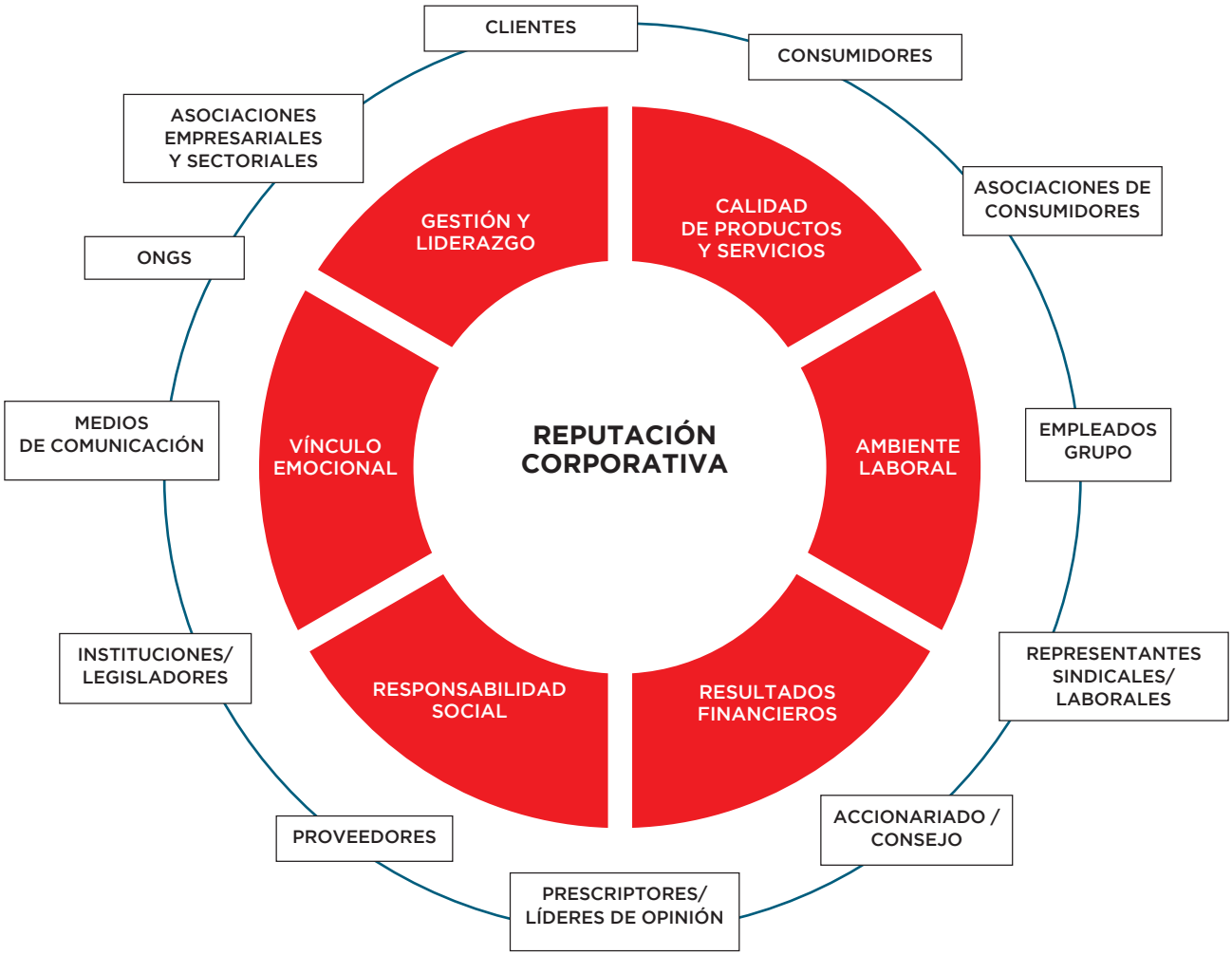
+ 13.000 seguidores Linkedin
linkedin.com/company/nuevapescanova

+ 160.000 seguidores en Facebook
facebook.com/pescanova/

+ 10.300 seguidores en Instagram
instagram.com/pescanova_es/

+ 4.600 suscriptores en Youtube
http://www.youtube.com/user/videorecetas

MAPA DE AUDIENCIAS



CANALES DE COMUNICACIÓN POR GRUPOS DE INTERÉS

Consumidores
-Página web
-Redes sociales
-Servicio de atención al cliente (Teléfono y correo electrónico)

Clientes
-Página web
-Redes sociales
-Ferias, foros y conferencias
-Encuestas de clima y liderazgo

Proveedores
-Página web
-Redes sociales
-Ferias, foros y conferencias
-Reuniones y visitas periódicas

Empleados del Grupo
-Desayunos con el CEO
-Correo electrónico
-Intranet y páginas web
-Publicación interna (NovaNews)
-Redes sociales
-Reuniones departamentales e interdepartamentales
-Paneles informativos y cartelería
-Encuestas internas

Admnistraciones públicas
-Página web
-Ferias, foros y conferencias
-Reuniones y encuentros
-Correo electrónico

Medios de comunicación
-Página web
-Redes sociales
-Correo electrónico
-Reuniones periódicas
-Encuentros con periodistas

Asociaciones sectoriales
-Página web
-Redes sociales
-Ferias, foros y conferencias
-Reuniones periódicas
-Comisiones en las asociaciones

Accionistas
-Correo electrónico
-Junta de Accionistas

Teléfono de atención al consumidor: 902 999 333

www.nuevapescanova.com
www.pescanova.es

CADENA DE VALOR

Sostenibilidad vertical y horizontal

Nuestro Plan Estratégico se ha concretado en una potente inversión en cada una de las actividades de nuestra cadena de valor. Son denominadores comunes la garantía de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, el uso de tecnologías innovadoras y altamente eficientes, así como la creación de nuevas líneas de productos según las necesidades de los consumidores.

3.1. DEL MAR A LA MESA: PESCAMOS

EL ARTE MILENARIO QUE CONOCE LOS SECRETOS DEL MAR

La Pesca es la insignia más emblemática del Grupo Nueva Pescanova, la que nos llevó a alcanzar el liderazgo hace más de cincuenta años y continuar siendo un referente internacional. Nuestros buques faenan en los mejores caladeros del mundo aunados en un único propósito: llevar a la mesa de nuestros consumidores toda la frescura del mar.

Desde 1961 surcamos los mares en busca de los mejores caladeros del mundo. Fuimos pioneros con la construcción del primer buque en incorporar la tecnología de congelación a bordo. Le siguieron otros, que en su momento fueron los mayores barcos congeladores y los primeros en el procesado de pescado en alta mar. Este acontecimiento revolucionó la industria pesquera y consolidó la marca Pescanova en un liderazgo marcado por la innovación y la garantía de conservar siempre la frescura y la calidad de su producto.

Hoy seguimos siendo referentes y aspiramos a ser cada vez mejores. Actualmente, nuestra flota está compuesta por 72 buques, tanto congeladores como fresqueros, que faenan en los principales caladeros del hemisferio sur. En nuestros buques se integra la tradición de una actividad milenaria, como es la captura y selección de las mejores especies marinas, con la modernidad de una tecnología que garantiza el uso responsable de los ecosistemas de mares y océanos. En el área de Pesca del Grupo Nueva Pescanova trabajan más de 4.500 personas, gracias a las que hemos conseguido los más importantes certificados en materia de calidad y sostenibilidad.

RENOVAMOS NUESTRA FLOTA

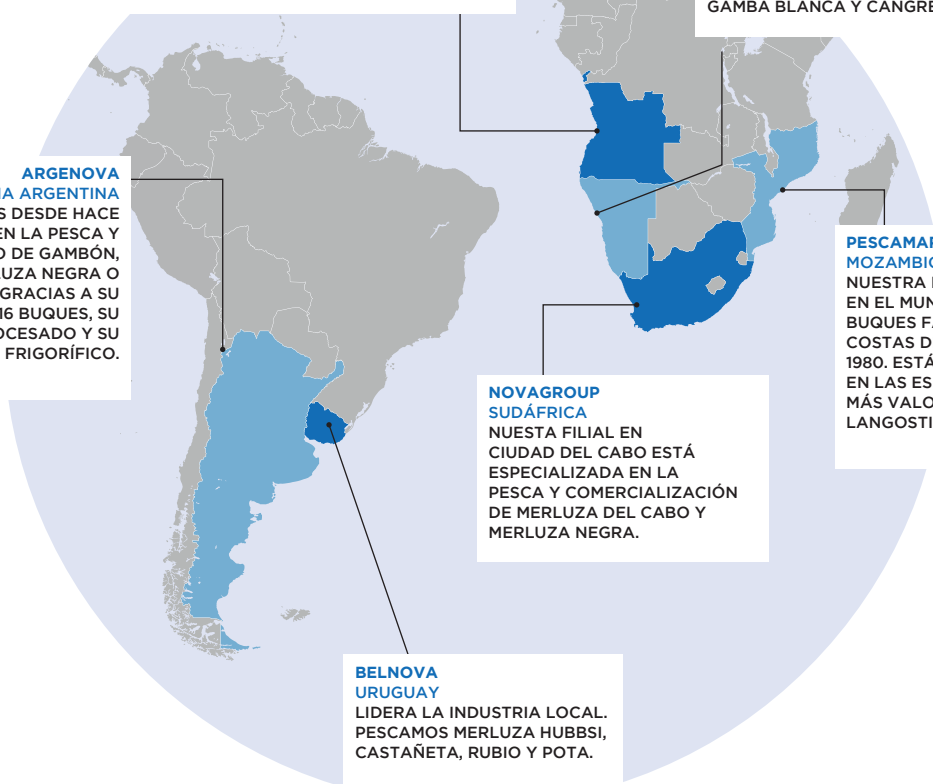
Nuestro claro compromiso con la Innovación y la mejora constante en todos nuestros focos de actividad ha motivado la renovación de parte de nuestra flota hasta 2020, con la construcción de 7 nuevos buques: tres para las filiales Novanam y Lalandii de Namibia y cuatro para Pescamar, la filial de Mozambique. Se trata de una apuesta innovadora y responsable, ya que tendrán motores de alta eficiencia energética, un equipamiento mejorado para el procesado a bordo y un mayor confort para las condiciones de vida y trabajo de la tripulación. Su construcción se está llevando a cabo en Galicia, con la que se generarán 200 puestos de trabajo, y estarán todos faenando entre 2019 y 2020.

PLAN ESTRATÉGICO 2020

Todos alineados para cumplir los objetivos

A lo largo de 2016 y 2017 nuestra prioridad ha sido mejorar la operatividad y aumentar la eficiencia de nuestra actividad pesquera; igualmente es un objetivo primordial adquirir la máxima integración entre las diferentes filiales de pesca que forman parte de nuestra compañía, tanto en el modo de trabajar –siempre enfocado a llevar la máxima calidad a los consumidores de la marca Pescanova– como en el cumplimiento de nuestro Código Ético y los diferentes compromisos que emanan de nuestra política Responsabilidad Social y Corporativa.

LA VARIEDAD DEL MAR A LA MESA: PESCA POR ESPECIES Y PAÍSES



NOVANAM
NAMIBIA
LIDERA EL MERCADO AFRICANO DESDE LOS MUELLES NAMIBIOS. SUS FRESQUEROS Y DOS FÁBRICAS LA HACEN EL MAYOR CENTRO DE PROCESADO DE MERLUZA. TAMBIÉN CAPTURA 'BYCATCH' (RAPE, PALOMETA, ROSADA, ETC.).

MARNOVA
ANGOLA
SITUADA EN LOBITO, ESTÁ ESPECIALIZADA EN LA CAPTURA DE GAMBA ROJA, GAMBA BLANCA Y CANGREJO.

ARGENOVA
PATAGONIA ARGENTINA
MAESTROS DESDE HACE 30 AÑOS EN LA PESCA Y PROCESADO DE GAMBÓN, POTA Y MERLUZA NEGRA O TOOTHFISH GRACIAS A SU FLOTA DE 16 BUQUES, SU PLANTA DE PROCESADO Y SU FRIGORÍFICO.

PESCAMAR
MOZAMBIQUE
NUESTRA MAYOR FLOTA EN EL MUNDO: MÁS DE 30 BUQUES FAENAN POR LAS COSTAS DE BEIRA DESDE 1980. ESTÁ ESPECIALIZADA EN LAS ESPECIES MÁS VALORADAS DE LANGOSTINO Y GAMBÓN.

NOVAGROUP
SUDÁFRICA
NUESTA FILIAL EN CIUDAD DEL CABO ESTÁ ESPECIALIZADA EN LA PESCA Y COMERCIALIZACIÓN DE MERLUZA DEL CABO Y MERLUZA NEGRA.

BELNOVA
URUGUAY
LIDERA LA INDUSTRIA LOCAL. PESCAMOS MERLUZA HUBBSI, CASTAÑETA, RUBIO Y POTA.

3.2. ACUICULTURA

SOSTENIBILIDAD EN LA BASE DE LA CADENA DE VALOR

Nueva Pescanova es uno de los mayores productores mundiales de Langostino Vannamei, al integrar todas las actividades de la cadena de valor, mediante una completa trazabilidad que garantiza la calidad. También cultivamos Rodaballo en España y Tilapia en Brasil.

En el Grupo Nueva Pescanova sabemos que innovar no significa únicamente estar a la vanguardia tecnológica, sino también garantizar la sostenibilidad y la protección de nuestros recursos. La creciente demanda de consumo de pescado imposibilita satisfacerla solo mediante la pesca en el mar, por ello la acuicultura se ha convertido en una práctica fundamental para Pescanova. Nuestro Plan Estratégico 2020 ha contemplado una fuerte inversión en nuestras plantas acuícolas. Una de las acciones más importantes de 2017 ha sido la apuesta por Camanica, nuestra filial en Nicaragua, responsable de más del 50% de la producción y exportaciones de langostino en ese país, en la que hemos invertido 8 millones de euros para construir nuevas infraestructuras, que permitirán incrementar en 7.000 toneladas su capacidad de producción.

langostino vannamei

Somos uno de los mayores productores mundiales de esta especie. Integramos todas las actividades en la cadena de valor, desde la producción de larvas selectas hasta la cocción de productos, lo que nos ofrece una absoluta trazabilidad y garantía de calidad. Algunas de nuestras zonas de producción han obtenido certificaciones BIO por parte de laboratorios externos.

CAMANICA
4.500 hectáreas
30.000 Tm/año

NOVAGUATEMALA
141 hectáreas
5.000 Tm/año

PROMARISCO
3.000 hectáreas
90.000 Tm/año

rodaballo

Nuestras instalaciones de Rodaballo son de las más importantes del mundo.

Situadas en Galicia, el rodaballo nace y crece en las mejores condiciones ambientales

INSUIÑA
63.300 m2
2.800 Tm/año

tilapia

Procede de agua dulce de zonas cálidas. La producción de esta especie se destina al consumo local del país. Su producción se ha popularizado debido a las cualidades nutricionales que presenta y por su buen sabor.

PESCANOVA BRASIL
4.000 Tm/año

**Tm/año indicamos la capacidad de producción*

RESPONSABILIDAD

Nuestro compromiso con la sostenibilidad es un valor anclado en nuestro ADN, por eso potenciamos la acuicultura como garantía para preservar el ecosistema acuático y ofrecer recursos seguros, saludables y controlados. Todos nuestros cultivos cumplen con los estándares más exigentes a nivel internacional de calidad y sostenibilidad, los cuales garantizan la bondad de las prácticas empleadas.

EN LA VANGUARDIA DE LA I+D+i MUNDIAL

Próximamente comenzaremos la construcción del Pescanova Biomarine Center, uno de los centros de I+D+i de referencia internacional en Acuicultura. Localizado en O Grove (Galicia. España), investigaremos para mejorar en el cultivo de las especies marinas comerciales en cuestiones de genética, nutrición, manejo y salud.

7.500
HECTÁREAS DE CULTIVO (equivalente a 15.000 campos de fútbol)

4.808
EMPLEADOS

Ecuador	larvas	cultivo	garantía
ZONAS DE PRODUCCIÓN BIO DE LANGOSTINO	NICARAGUA, EL MAYOR CENTRO DE PRODUCCIÓN DE AMÉRICA	EN CINCO PAÍSES CRIANDO LANGOSTINO, RODABALLO Y TILAPIA	CERTIFICADOS: GLOBAL G.A.P, IFS, BAP, ISO 9001, ISO 14001

3.3. ELABORAMOS

EL CONSUMIDOR, EN EL CENTRO

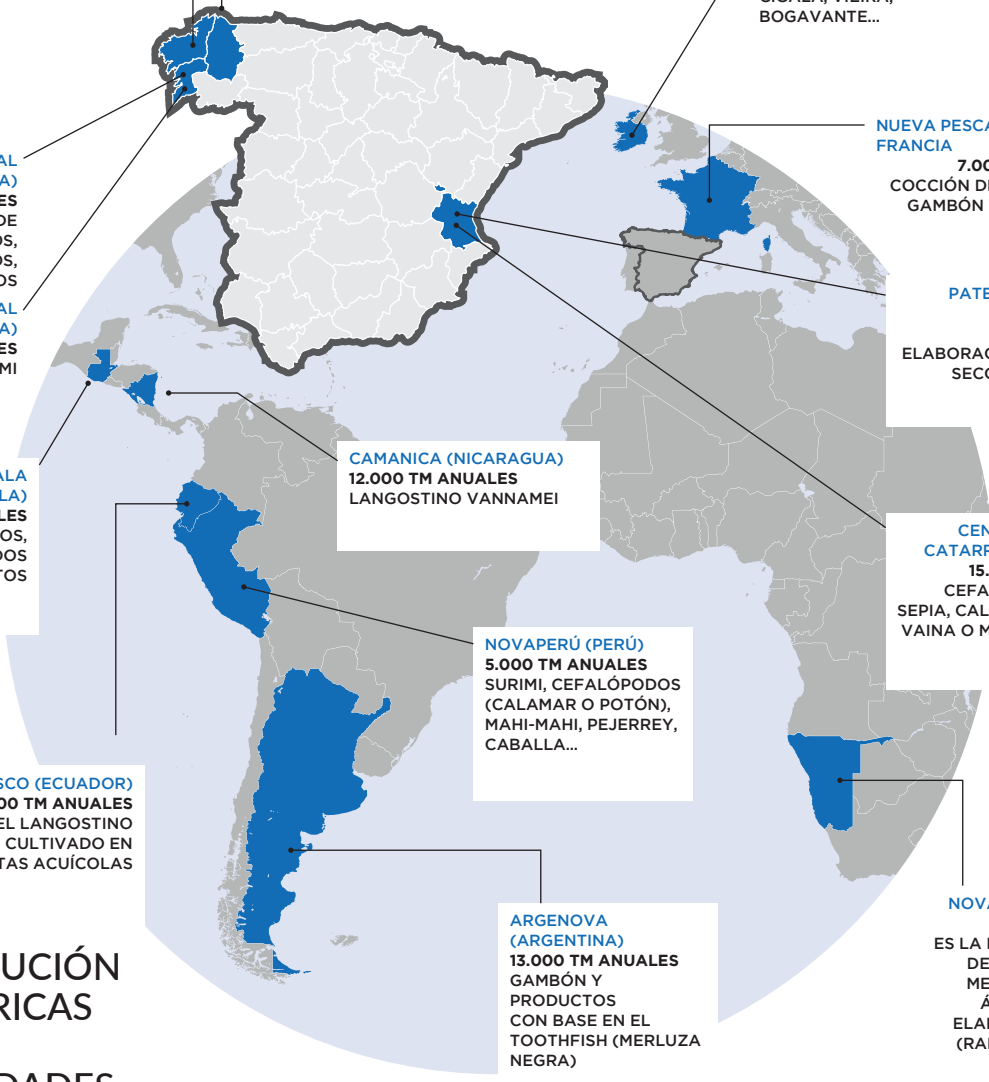
Elaboramos nuestros productos en 16 plantas de transformación repartidas en nueve países de África, América y Europa. Con el centro puesto en la satisfacción del consumidor, integramos en ellas las más avanzadas tecnologías, siendo los procesos de mejora continua, la calidad y la innovación aspectos clave en el desarrollo de nuestra estrategia industrial.

Los dos últimos años han sido fundamentales para innovar en nuestros procesos de elaboración y transformación.

La marca Pescanova siempre vale su reputación por la frescura, la calidad y el valor nutricional de sus productos, y nuestro Grupo ha visto la oportunidad de reforzar este mérito invirtiendo en un nuevo modelo de organización.

Nuestro reto ha sido alcanzar los objetivos marcados por el Plan Estratégico 2020 mediante la implicación real de las personas que trabajan en nuestras fábricas, y lo hemos puesto en marcha a través del programa Excellence System. Este nuevo paradigma de trabajo nos ha permitido optimizar costes, mejorar nuestra organización del trabajo y conseguir una mayor operatividad sostenible, con la meta de mantener la máxima calidad y satisfacer las nuevas demandas del mercado mediante gamas de productos que sorprendan y resulten especialmente atractivas (ver apartado 3.4).

Y es que en Pescanova innovamos, agregando valor añadido a nuestros productos para adaptarnos a las nuevas tendencias de consumo.



DISTRIBUCIÓN DE FÁBRICAS Y SUS CAPACIDADES

GRUPO NUEVA PESCANOVA
excellence system

EXCELLENCE SYSTEM

Basado en metodologías Lean, hemos generado nuevas dinámicas de trabajo cuyo centro son las personas. Promovemos el trabajo en equipo, la superación constante, la proactividad y el respeto como valores fundamentales para centrarnos en el bienestar de nuestros clientes y consumidores. Esta es la naturaleza del Nueva Pescanova Excellence System.

SEIS CLAVES PARA LOGRAR LA EXCELENCIA

1

PLANIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Trabajamos para ser más rápidos mediante una gestión eficaz y el trabajo en equipo

2

INNOVACIÓN

Nuevas tecnologías para garantizar entornos seguros y mantener la frescura de los alimentos

3

EFICIENCIA

Invertimos en eficiencia energética y optimización para reducir los costes en todas las áreas, siendo sostenibles y rentables

4

PARTICIPACIÓN

Impulsamos la implicación y la motivación de todos nuestros equipos

5

CALIDAD

La trazabilidad y la seguridad alimentaria son fundamentales, por eso certificamos todas nuestras actividades

6

RED GLOBAL SUMINISTRO

Lo que no obtenemos de nuestros pesqueros lo traen proveedores seleccionados con el máximo rigor

3.4. NUESTROS PRODUCTOS

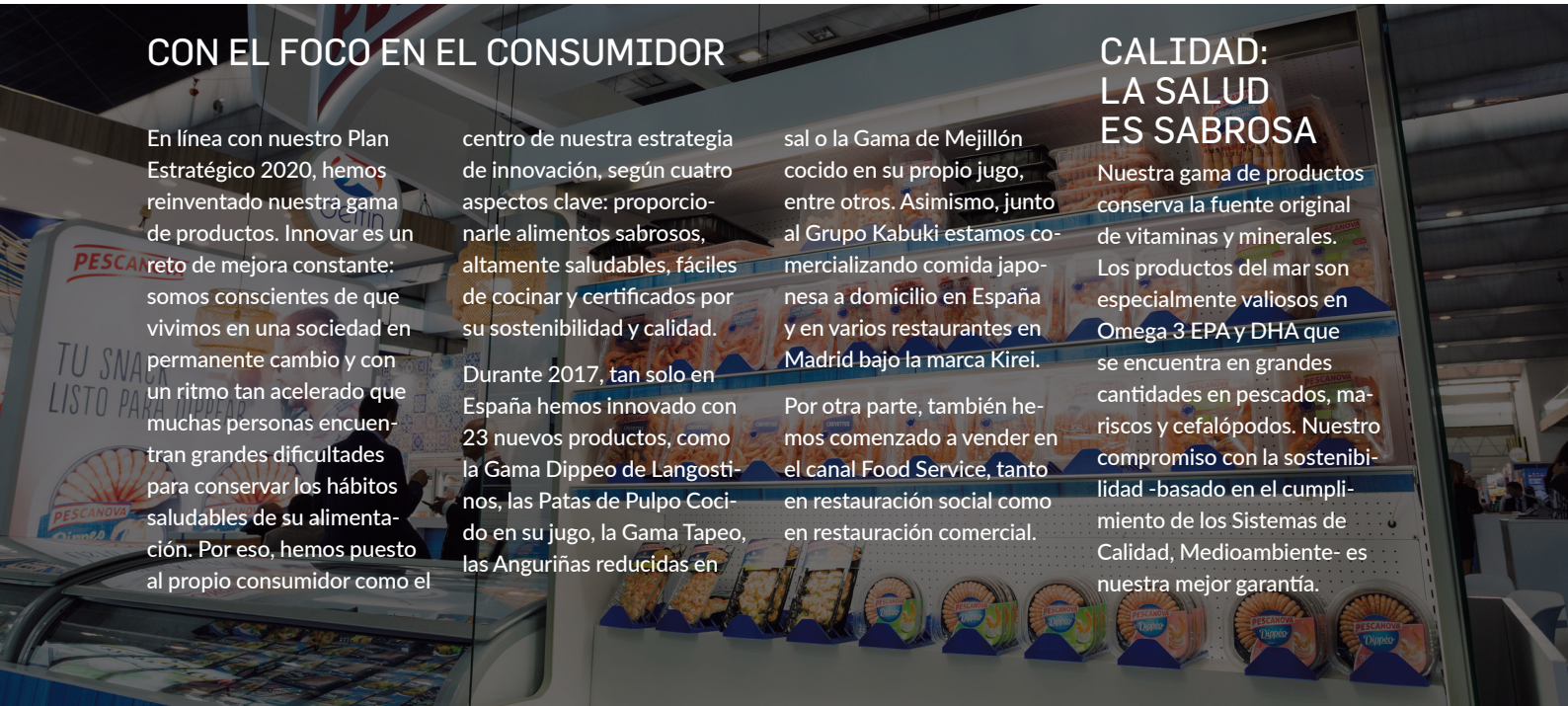
LA RECETA DE NUESTRA GAMA DE PRODUCTOS

Durante casi 60 años hemos llevado los mejores productos del mar y su frescura a millones de mesas de todo el mundo, haciendo de la innovación, la frescura y la calidad las señas de identidad de la marca Pescanova. Hoy, nuestros productos están presentes en 80 países de los cinco continentes.

Pescanova fue pionera en introducir los productos del mar congelados en los hogares españoles y en otros muchos países en la década de los 60 y 70. Los mejores pescados, crustáceos y mariscos son pescados o cultivados por nosotros, lo que nos convierte en una de las pocas empresas multinacionales que controlan toda la cadena de valor, desde el mar a la mesa, y con una marca querida y reconocida por el consumidor.

Con esta innovación, Pescanova ayudó a las familias a tener acceso al pescado cualquier día de la semana, consciente de los beneficios que tiene su consumo para la salud. Ahora tenemos un nuevo propósito, continuar llevando la frescura del mar a los hogares pero adaptándonos a las nuevas tendencias, poniendo en el centro de nuestra estrategia a los consumidores: platos fáciles de preparar, productos del mar refrigerados (nevera), nuevas recetas populares de otros países y momentos de "snacking en el hogar", sin renunciar a la salud, al placer, a la frescura y a la calidad.

Vendemos 70 tipos de especies en más de 500 variedades en todo el mundo; tenemos oficinas comerciales en España, USA, Japón, Grecia, Francia, Brasil y Portugal, a través de las que comercializamos en los cinco continentes. La innovación, la calidad y el valor de nuestra marca son los valores diferenciales de nuestro liderazgo internacional, especialmente en España y Portugal, donde somos la marca preferida indiscutiblemente en el sector.



CON EL FOCO EN EL CONSUMIDOR

En línea con nuestro Plan Estratégico 2020, hemos reinventado nuestra gama de productos. Innovar es un reto de mejora constante: somos conscientes de que vivimos en una sociedad en permanente cambio y con un ritmo tan acelerado que muchas personas encuentran grandes dificultades para conservar los hábitos saludables de su alimentación. Por eso, hemos puesto al propio consumidor como el centro de nuestra estrategia de innovación, según cuatro aspectos clave: proporcionarle alimentos sabrosos, altamente saludables, fáciles de cocinar y certificados por su sostenibilidad y calidad.

Durante 2017, tan solo en España hemos innovado con 23 nuevos productos, como la Gama Dippeo de Langostinos, las Patas de Pulpo Cocido en su jugo, la Gama Tapeo, las Anguriñas reducidas en sal o la Gama de Mejillón cocido en su propio jugo, entre otros. Asimismo, junto al Grupo Kabuki estamos comercializando comida japonesa a domicilio en España y en varios restaurantes en Madrid bajo la marca Kirei.

Por otra parte, también hemos comenzado a vender en el canal Food Service, tanto en restauración social como en restauración comercial.

CALIDAD: LA SALUD ES SABROSA

Nuestra gama de productos conserva la fuente original de vitaminas y minerales. Los productos del mar son especialmente valiosos en Omega 3 EPA y DHA que se encuentra en grandes cantidades en pescados, mariscos y cefalópodos. Nuestro compromiso con la sostenibilidad -basado en el cumplimiento de los Sistemas de Calidad, Medioambiente- es nuestra mejor garantía.

DE LA IDEA AL PLATO: CÓMO INNOVAMOS EN NUEVA PESCANOVA

Organizamos proyectos que integran a profesionales de toda nuestra cadena de valor. Con ellos definimos una estrategia y elaboramos un plan sistemático

Exploramos: pensamos e investigamos las tendencias y necesidades de la sociedad

Desarrollamos nuestros conceptos: nos atrevemos a cambiar lo establecido

Creamos productos: probamos una y otra vez hasta que estamos convencidos

Nos lanzamos al agua: presentamos al consumidor un producto sano, apetitoso y de calidad

Observamos: estudiamos los resultados y trabajamos por la mejora constante

RENOVACIÓN DE LA MARCA PESCANOVA

Con el nacimiento de Nueva Pescanova decidimos apostar por nuestra marca, que renovamos en 2017. Con la nueva imagen se ha potenciado más su personalidad, transmitiendo emoción, movimiento, frescura y modernidad, capaz de conectar con los compradores más fieles y también resultar sugerente, atractiva y fresca para los más jóvenes.

El nuevo logotipo está inspirado en el frescor de los entornos marinos y en el dinamismo que transmiten las banderas cuando ondean al viento. Como resultado, se ha conseguido que refleje de un vistazo el nuevo ADN de la compañía, que busca llevar la frescura del mar a la mesa del consumidor con la misma calidad que en todos y cada uno de sus 57 años de historia.

PESCANOVA INSPIRA CONFIANZA

Pescanova es una marca muy querida por los consumidores. Pescanova asciendió en 2016 y 2017 convirtiéndose en la quinta marca de Gran Consumo con más penetración en los hogares españoles. Pescanova está presente en el 64% de los hogares de España a través de su variedad de productos congelados y refrigerados. Continuamos innovando en productos y apostando por momentos de consumo más espontáneos, cómodos y adaptados a las tendencias actuales.

TOP 50
Nueva Pescanova, entre las 50 empresas con mejor reputación en España

5ª MARCA
somos la quinta marca de penetración en los hogares españoles

700.000
En 2017 entramos en 700.000 hogares en España

EN LAS MEJORES FERIAS DEL SECTOR

Participamos en las ferias más importantes del sector en aquellos mercados que consideramos estratégicos para el crecimiento de la compañía. Las Seafood Expo de Boston y Bruselas, así como la feria de Conxemar en Vigo, son algunas de las muestras sectoriales en las que marca Pescanova suele brillar.

GASTROBÚS, LUCIENDO A PESCANOVA POR ESPAÑA

En 2017, un GastroBus de Pescanova ha comenzado a recorrer España, llevando nuestra marca y nuestros nuevos productos con una imagen fresca y actual a un público joven en conciertos, en eventos deportivos... tanto vendiendo nuestros productos como haciendo sampling.

Volvemos a la televisión

Pescanova ha vuelto a apostar por el marketing y la publicidad durante el año 2017. En el canal de venta hemos renovado los packaging de nuestros productos a nivel mundial. En televisión en España se realizaron campañas de producto y marca, que tuvieron su estrategia digital y de relaciones públicas. Con "Nova: la pesca del langostino en corro" anunciamos nuestro dippeo de langostinos. La campaña de Navidad fue "El mensaje de las reinas".

3.5. CERTIFICACIONES

MÁXIMA CALIDAD AVALADA INTERNACIONALMENTE

Nuestras actividades e instalaciones cuentan con los más prestigiosos avales internacionales, ya que la calidad y el respeto sostenible son valores diferenciales de nuestra compañía

En el Grupo Nueva Pescanova apostamos por la máxima calidad, la seguridad alimentaria y el respeto al medio ambiente. El mundo globalizado nos permite someternos a marcos legales y certificaciones válidas para todos los países donde nos encontramos, que nos ayudan a cumplir este objetivo.

ACUICULTURA VANNAMEI

NOVAGUATEMALA	IFS – BAP
CAMANICA	IFS – GLOBAL GAP – BAP
PROMARISCO	IFS – GLOBAL GAP – BAP
ABAD OVERSEAS PVT. LTD.	IFS

ACUICULTURA RODABALLO

INSUIÑA MOUGAS	ISO 9001 – GLOBAL GAP- ISO 14001 – EMAS
INSUIÑA XOVE	IFS – GLOBAL GAP – ISO 14001 – EMAS

EMPRESAS PESQUERAS

NOVANAM (DOP)	IFS
NOVANAM (SCT)	IFS
NOVAPERÚ	BRC

CENTROS INDUSTRIALES

ARTEIXO (ES)	IFS – ISO 14001
CHAPELA (ES)	IFS – ISO 14001
PORRIÑO (ES)	IFS – ISO 14001
PATERNA (ES)	IFS – ISO 14001
CATARROJA (ES)	IFS
BOULOGNE (FR)	IFS
LORIENT (FR)	IFS

NUESTRA PRIORIDAD

Las personas, el eje de nuestro proyecto

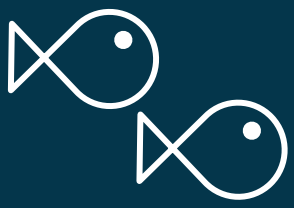
Los empleados de una empresa son la base y el motor de toda su estructura. En Nueva Pescanova valoramos a nuestros trabajadores por encima de todo, ya que ellos encarnan los ideales de nuestra compañía en sus jornadas de trabajo diario. Con el objetivo de cuidar y potenciar su talento, durante 2016 y 2017 hemos llevado a cabo un importante despliegue de planes de formación y políticas laborales de prevención; además, hemos renovado el modelo de nuestro Departamento de Dirección de Personas para favorecer el desarrollo integral de nuestra plantilla.

4. 1. EMPLEADOS EN EL MUNDO

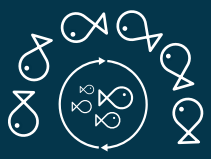
MÁS DE 11.000 PERSONAS EN CUATRO CONTINENTES

11.423
EMPLEADOS TOTALES

4.882
PERSONAS EN NUESTRAS ACTIVIDADES DE PESCA



4.808
PERSONAS EN EL ÁREA DE ACUICULTURA



334
PERSONAS LLEVANDO LA FRESCURA DEL MAR A LA MESA EN NUESTRO EQUIPO COMERCIAL

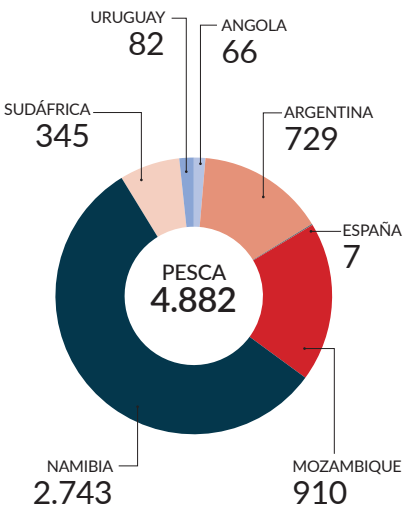
4.352
MUJERES FORMAN PARTE DE LA PLANTILLA EN TODO EL MUNDO

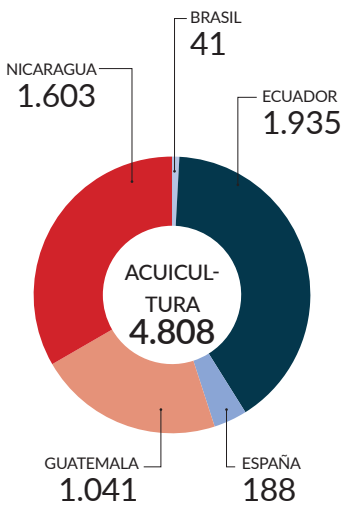
Las personas constituyen el mayor valor de nuestra compañía. El esfuerzo y la ilusión de cada miembro de este gran equipo son imprescindibles para que el Grupo Nueva Pescanova continúe siendo un referente internacional por la calidad de sus productos y su compromiso ético y social. Apostamos por desarrollar el talento individual y colectivo, el trabajo en equipo y el compromiso con la excelencia. En Nueva Pescanova aprendemos cada día a ser mejores gracias a los miles de mujeres y hombres a los que debemos lo que somos.

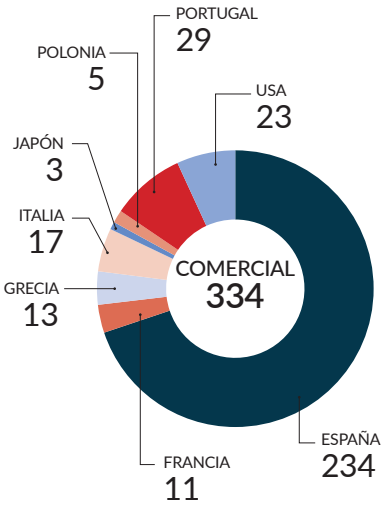
TRABAJADORES POR PAÍSES Y ÁREAS DE ACTIVIDAD

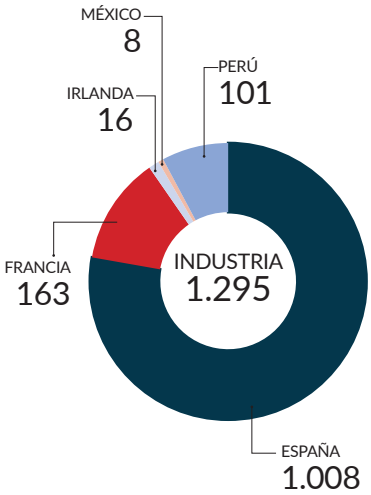
11.423 PERSONAS
PLANTILLA A CIERRE DE 2017

MENOS DEL 5%
CONSTITUYE PERSONAL EXTERNO









**El personal de las fábricas de los países donde pescamos y cultivamos está sumado en esas áreas.*

4.2. NUESTRAS POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS

SOMOS EQUIPO EN LA EXCELENCIA Y EL COMPROMISO

11.000 trabajadores conforman nuestro máximo activo y son nuestra garantía de calidad. En Nueva Pescanova destinamos importantes recursos para potenciar el talento de cada persona, invitándolas a ser motores de transformación en nuestra compañía porque sabemos que, solo si contamos con su entusiasmo y su esfuerzo, podremos alcanzar la excelencia y aportar el valor que deseamos a la sociedad.

Nuestra cultura de trabajo apuesta por desarrollar el liderazgo de los equipos y las personas: gestionamos el talento de una manera flexible, creemos en la meritocracia y recompensamos a los trabajadores según sus resultados. El compromiso conjunto de nuestra plantilla se concreta en un alineamiento de cada empleado con nuestra responsabilidad hacia el planeta y las comunidades, así como con la mejora constante de la calidad de nuestros productos.

Creemos que nuestra compañía es una puerta para el crecimiento personal y profesional de nuestros empleados, por eso invertimos en un apasionante programa de formación y desarrollo del talento; en esta línea, durante 2016-2017 nuestra mayor apuesta ha sido la implantación del proyecto Ábaco y los diferentes programas de formación (Inicia, Avanza y Lidera). Por otro lado, hemos invertido en la mejora de nuestra política preventiva con éxito.

MODELO DEL DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE PERSONAS

TRANSFORMÁNDONOS DESDE EL INTERIOR

Hemos diseñado un nuevo modelo de servicio a las personas. La integración ha sido el concepto clave para marcar nuestros objetivos 2020 en la gestión y dirección de las personas. Nuestra visión es afianzar la interconexión, donde los entornos de trabajo refuercen la relación entre equipos, impulsen el aprendizaje, se simplifiquen los procesos y se afiance el liderazgo de los responsables. Nos dirigimos hacia una cultura más creativa, innovadora y ágil en el día a día de nuestros empleados.

Para ello, hemos reestructurado y reinventado la organización de nuestro Departamento de Dirección de Personas, interconectando sus 3 áreas: diseño de programas y procesos, definición de las estrategias por área y programas para la plantilla.

Esta es una apuesta por el servicio a las personas como camino para convertirnos en una compañía de alto desempeño, movida por un liderazgo inspiracional y un equipo fortalecido en todas sus dimensiones.

FORMACIÓN

Proyecto Ábaco

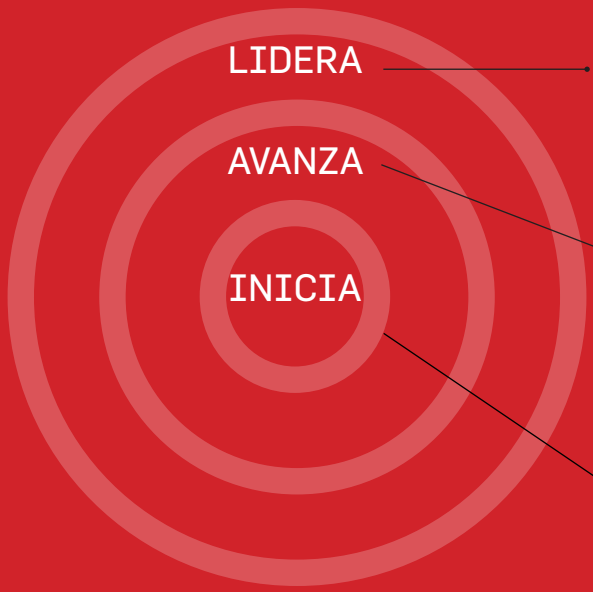
Nuestra cultura de trabajo apuesta por desarrollar el liderazgo de los equipos y las personas. Nuestro equipo de Dirección de Personas ha liderado durante los últimos dos años la puesta en marcha de un proyecto de formación apasionante: el proyecto Ábaco, un Modelo Global de la Gestión del Talento mediante la herramienta Success Factors de SAP. El fin de este proyecto es construir un modelo de gestión integrado en toda nuestra compañía a partir de tres etapas a lo largo del año: la Fijación de Objetivos entre manager y colaborador, la Revisión Semestral de Objetivos y la valoración del desempeño y, por último, la Valoración Anual de objetivos y desempeño.

De este modo, los empleados tienen un plan personalizado de crecimiento profesional que identifica sus principales talentos, áreas de mejora y formación necesaria. 700 personas ya participaban en Ábaco al cierre del ejercicio 2017. Nuestra ambición es integrar a 4.000 trabajadores en el horizonte de tres años.

APOSTAMOS POR EL TALENTO

Hemos apostado por programas específicos de formación y desarrollo del talento en todas las etapas profesionales de nuestros empleados.

Estos programas trabajan competencias transversales para cada etapa profesional, como el trabajo en equipo, la gestión del cambio, la negociación y las competencias de liderazgo, con el objetivo de implementar nuevos modelos de gestión del talento dentro de nuestro Grupo.



PROGRAMA LIDERA

Está destinado a aquellos que dirigen personas en nuestra organización

PROGRAMA AVANZA

Se dirige a los trabajadores con una experiencia mínima de 5 años

PROGRAMA INICIA

Pone el foco en los jóvenes incorporados sin previa experiencia laboral

CREEMOS EN LA RELACIÓN SÓLIDA Y A LARGO PLAZO CON NUESTROS EMPLEADOS

Gestión del Talento

En 2017 aprobamos la Política Corporativa de Gestión de Talento en el Grupo, que incluye nuevas políticas de promoción interna, de igualdad de oportunidades entre empleados, de valoración del desempeño y de sucesión

7

CONVENIOS COLECTIVOS

Hemos aprobado 7 nuevos convenios colectivos

59.176 horas de formación

Argentina 895
Ecuador 7.655
España 13.000
Francia 1.247
Guatemala 1.585
Irlanda 124
Mozambique 22.352
Namibia 3.145
Nicaragua 6.755
Perú 1.137
Portugal 1.281

LOS VALORES ESTRELLA

Compromiso, inversión y sostenibilidad

1 ADN

Promovemos que nuestros empleados integren valores de la compañía fomentando su participación en las acciones sociales que organiza Nueva Pescanova.

2 conciliación

Apoyamos y facilitamos la conciliación profesional y la vida personal. Hemos puesto en marcha la creación de un plan de igualdad para evitar cualquier injusticia laboral que ponga en situación de inferioridad de oportunidades a cualquier miembro de la compañía.

3 promoción

Fomentamos que cada empleado coseche éxitos de modo individual y colectivo, premiando y reconociendo sus logros.

4 formación

Hemos planteado programas específicos de desarrollo del talento en todas las etapas. Creemos en una relación sólida y a largo plazo con nuestros colaboradores.

5 normativas

Revisamos y evaluamos con periodicidad las normativas de Riesgos Laborales y mejoramos nuestros planes de política preventiva.

PREVENCIÓN

Anticipación y Seguridad

-16%
ACCIDENTES LABORALES

-30%
ÍNDICE FRECUENCIA ACCIDENTES

-48%
JORNADAS PERDIDAS POR ACCIDENTES

La calidad de nuestras actividades no se fundamenta únicamente en el respeto al medioambiente, sino también y en garantizar a nuestros trabajadores unas condiciones óptimas de seguridad. Nuestro esfuerzo constante en mejorar las políticas preventivas tiene como máxima aspiración reducir a cero la accidentabilidad de nuestros empleados, por ello este ha sido uno de los ámbitos de actuación principales del Grupo a lo largo de los últimos dos años.

En este período hemos revisado y mejorado de manera global las normativas de Riesgos Laborales, evaluando de manera periódica nuestras instalaciones e invirtiendo en planes de acción, implementación y formación de una cultura preventiva. En 2017, hemos reducido un 16% los accidentes laborales respecto a 2016 (de 437 a 367), así como su Índice de Frecuencia, que se ha rebajado un 30%. Las jornadas perdidas por accidentes han disminuido un 48,3% (de 10.400 a 5.371).

DIVERSIDAD, IGUALDAD Y CULTURA CORPORATIVA

Los principios que guían nuestras políticas hacia los empleados emanan de nuestra Responsabilidad Social Corporativa. Además de promover un entorno de trabajo seguro y saludable y planes de formación continua para nuestros trabajadores, hemos establecido el respeto a la diversidad y de creación de una cultura corporativa común como motores para crear nuestros programas de Recursos Humanos. La igualdad de oportunidades y el orgullo de sentirse parte del Grupo nos aseguran mantener las relaciones de confianza con proveedores, clientes, consumidores y comunidades.

ÁREAS DE ACTUACIÓN

-Planes de valoración, crecimiento profesional y empoderamiento.

-Promoción de programas de educación elemental en países en desarrollo y de sistemas de trabajo inclusivo.

-Implementación de programas de reconocimiento de la salud y hábitos saludables; reconocimiento a veteranos y jubilados; desarrollo de planes de igualdad y diversidad.

5 SENSES
- I SEE WITH MY EYES
- I HEAR WITH MY EARS
- I SMELL WITH MY NOSE
- I taste WITH My Tongue
- I touch WITH MY Hands
Days of the Week
EMOTIONS
TOKYO
PRINCESS OF erything!
10

RSC

Planeta, Personas, Producto y Comunidades

En el Grupo Nueva Pescanova trabajamos la RSC sobre cuatro pilares para poner en práctica de modo eficiente nuestro ideal de compromiso con la sociedad y el medioambiente. En los capítulos 3 y 4 hemos detallado nuestra estrategia sobre dos de esos cimientos: productos y personas. En este capítulo exponemos nuestros planes de actuación hacia el planeta y las comunidades.

5.1. NUESTRO PLANETA Y LA SOSTENIBILIDAD

TODOS SOMOS RESPONSABLES DEL FUTURO DEL PLANETA

La gestión sostenible es el único modo de lograr el equilibro entre nuestra actividad y la sostenibilidad de los ecosistemas. La tierra y los océanos son nuestro mejor legado para las generaciones futuras.

Nuestra Responsabilidad Social Corporativa se centra de un modo sistemático y global en el cuidado los 4 pilares: planeta, productos, personas y comunidades.

Con el fin de certificar los resultados de estos programas, hemos diseñado el programa "Pescanova Blue". Con él certificamos la sostenibilidad de todas las actividades de nuestra cadena de valor a partir de sellos propios o de terceros acreditados por GSSI (Global Sustainable Seafood Initiative), así como en proyectos de mejora pesquera (FIPs) y a través de información científica disponible. Todos los productos que comercializamos bajo el sello "Pescanova Blue" garantizan el origen sostenible de sus materias primas y el respeto a las normativas en todas las fases de nuestra actividad, desde su origen hasta su distribución.

LOS PRODUCTOS EN NUESTRA CADENA DE VALOR

Pesca

Cumplimos con las medidas internacionales en materia de pesca, ya sean tallas mínimas, vedas o paros biológicos, y artes de pesca selectivas para garantizar la preservación de los caladeros

Implementamos y promovemos iniciativas para la gestión de stocks pesqueros como ONGs, Sustainable Fisheries Partnership (SFP) y Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI). También participamos en proyectos de mejora pesquera (FIPs) a nivel internacional

Acuicultura

Contamos con los certificados Global G.A.P y B.A.P, reconocidos internacionalmente como las mejores prácticas del sector y avaladas por GSSI

Colaboramos con centros de investigación y universidades en materia de nutrición y salud

Elaboración

Invertimos en equipos y procesos más eficientes en todas nuestras líneas de producción

Nos comprometemos a la certificación de todos nuestros Centros Industriales por medio del programa "Pescanova Blue" (incluye certificados ISO, IFS y BRC)

Comercialización

Integramos la sostenibilidad con una ética de mejores prácticas en el trato con proveedores y clientes

Apoyamos y firmamos códigos de buenas prácticas comerciales y programas de autorregulación y comunicación responsable en el proceso de distribución

LAS CLAVES DE NUESTRO COMPROMISO SOCIAL Y RESPONSABLE

RSC

Nuestra estrategia de Responsabilidad Social Corporativa está basada en 4 pilares: planeta, producto, personas y comunidades, que dirigen todas las acciones que realizamos.

COLABORACIÓN

Cooperamos con instituciones gubernamentales, ONGs, asociaciones e instituciones privados para conseguir un mejor ordenamiento jurídico y biológico de los recursos marinos.

IMPLEMENTACIÓN

Hemos desplegado normativas propias de actuación y proyectos de mejora de procesos y productos. Evidenciamos su sostenibilidad con organismos de certificación externos (GSSI).

INVERSIÓN

Innovamos en procesos y nuevas tecnologías para hacer más eficientes nuestras actividades.

MODELOS DE TRABAJO ÉTICOS

Nuestras actividades pesquera y acuícola cumplen estrictamente los principios establecidos por el Código de Conducta para la Pesca Responsable de la FAO. Integramos en nuestro modelo de negocio los objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

ÁREAS DE ACTUACIÓN

Cumplimiento de normativas y certificaciones de sostenibilidad; reducción del consumo de energía, agua y emisiones de gases de efecto invernadero; proyectos de valorización de residuos orgánicos procedentes de la pesca; planes de gestión, reducción y reutilización de residuos; planes de optimización y eficiencia industrial; minimización de desperdicio alimentario, utilización responsable de envases y embalajes.

5.2. LAS PERSONAS Y LAS COMUNIDADES

CENTRADOS EN POTENCIAR EL DESARROLLO LOCAL

La identidad social y responsable del Grupo Nueva Pescanova está intensamente comprometida con nuestras personas y las comunidades donde operamos. Nos implicamos en el desarrollo de una sociedad civil sostenible y ética con el fin de generar riqueza, oportunidades de trabajo y formación en todos los lugares donde estamos presentes, en estrecha colaboración con instituciones gubernamentales, ONGs y organismos privados.

LOS CUATRO PILARES DE NUESTRA RSC

Planeta

Personas Productos

Comunidades

A lo largo de 2016 y 2017 hemos apoyado acciones y proyectos específicos de desarrollo social, educativo, comercial y cultural en los países en los que estamos presentes. Los tres ejes en los que se basan nuestras actividades de desarrollo son:

-La promoción y creación de empleo estable y de calidad, que incluya un sistema de formación continua para el desarrollo profesional. Nos preocupa la carrera profesional y la mejora continua de cada uno de nuestros trabajadores.

-La inversión en activos de calidad que favorezcan un modelo productivo, eficiente y sostenible y, por tanto, en alineamiento con nuestro Código Ético y nuestros programas de Responsabilidad Pesquera, Acuícola, Industrial, Comercial y Medioambiental.

-El apoyo y la implementación de obras sociales que mejoren la calidad de vida de los entornos donde desarrollamos nuestra actividad, basados en programas de mejora educativa y bienestar e inversión en infraestructuras.

ÁREAS DE ACTUACIÓN

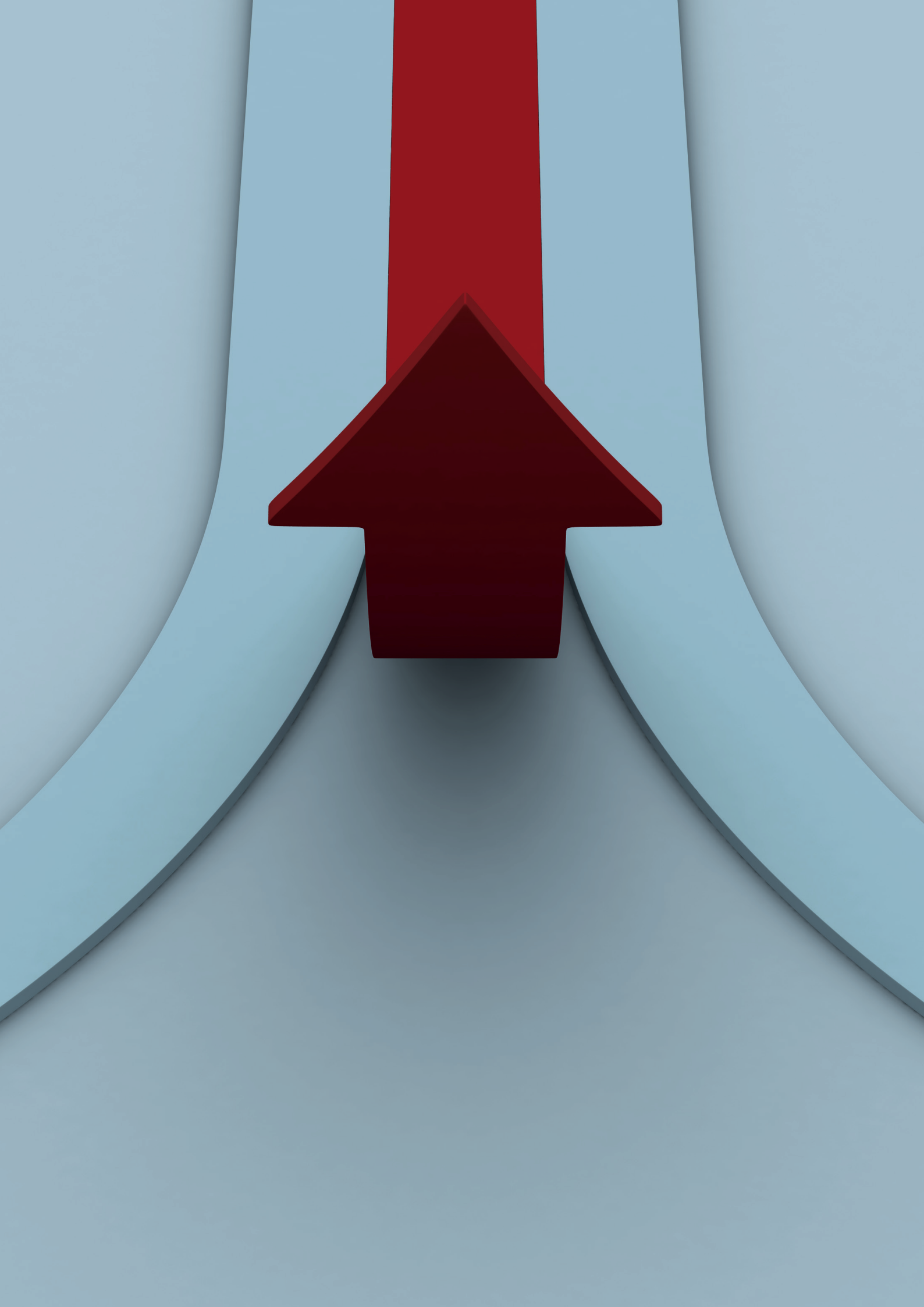
-Contribución al consumo de pescado en mercados.

-Fomento de actividades sobre la historia y la cultura de los países de origen.

-Promoción de nuevos oficios y formación a través de programas como la capacitación técnico-profesional de cooperación.

-Inversión en programas de viviendas, guarderías y colegios.

-Apoyo a comunidades en situación de riesgo.



Cuentas Anuales

El año 2017 marcó un punto de inflexión en el rumbo del Grupo Nueva Pescanova, ya que conseguimos beneficios un año antes de lo previsto en nuestro Plan Estratégico. El Ebitda fue de 80 millones de euros, un 18% más que el año anterior, las ventas crecieron y restablecimos el equilibrio patrimonial, gracias a la ampliación de capital de 135 millones de euros.

EL NUEVO RUMBO DA RESULTADO

La facturación fue de 1.081 millones de euros, frente a los 1.060 millones de 2016

El Grupo Nueva Pescanova cerró 2017 con mejores resultados de los proyectados en el Plan Estratégico 2020 para ese ejercicio, consiguiendo por primera vez beneficios. La compañía facturó un total de 1.081 millones de euros, un 2% más que en 2016 (1.060 millones).

Las ventas se incrementaron un 6,3% en el canal retail, uno de los segmentos estratégicos para el Grupo.

Las ventas totales crecieron un 2% respecto al año 2016 (principalmente por incremento del volumen vendido y el efecto precio) ligeramente compensado por una reducción de otros ingresos provenientes de negocios en los que se está desinvirtiendo por no ser estratégicos.

El Grupo, además de vender productos del mar, vende otros como pienso de animales, harinas, servicios marítimos, ...

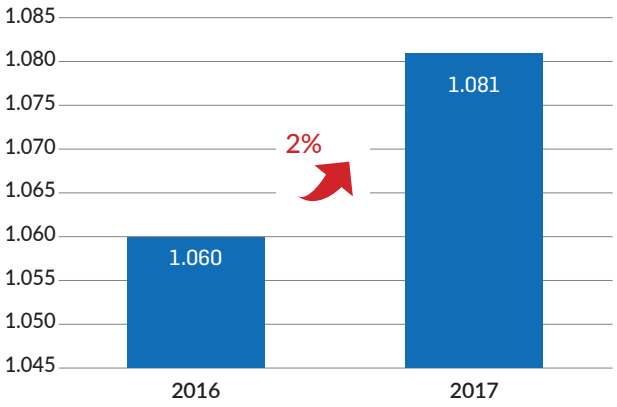
Las ventas de productos del mar han crecido a un ritmo superior al resto, 3%, pasando de 976 millones de euros en 2016 a 1.005 millones en 2017.

Respecto a la actividad de acuicultura, cabe destacar el incremento en volumen de producción de langostino respecto al año anterior, pese a que durante los primeros meses del año las productividades se vieron afectadas por el incremento de la mortalidad del langostino.

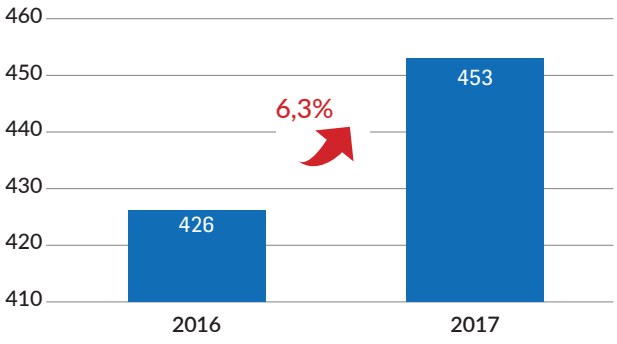
En pesca se han mejorado las rentabilidades tanto del Cono Sur como África, por una mejora del mix de capturas de gambón, un mayor volumen de pesca de langostino de Mozambique, pota y gambón. Todo esto ha permitido que el año 2017 se haya convertido en un año histórico en pesca, con los mejores resultados hasta la fecha.

Las ventas se incrementaron un 6,3% en el canal retail, uno de los segmentos estratégicos para el Grupo

VENTAS TOTALES EN MILLONES DE €



VENTAS PRODUCTOS DEL MAR EN RETAIL



EBITDA

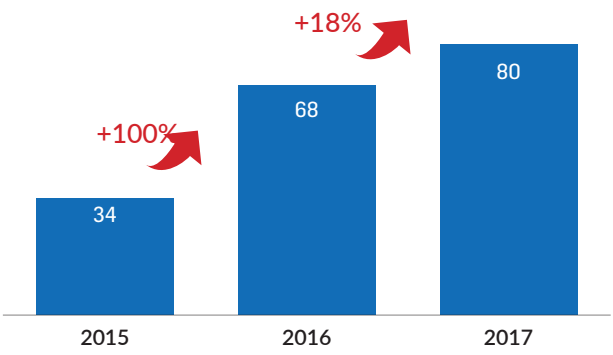
El Ebitda de gestión aumentó en un 18% respecto al ejercicio anterior y llegó a los 80 millones de euros.

De esta manera, el Grupo consiguió un resultado neto positivo después de impuestos un año antes de lo previsto en el Plan Estratégico, debido también a varias desinversiones en activos no rentables o no estratégicos contemplados en el Plan.

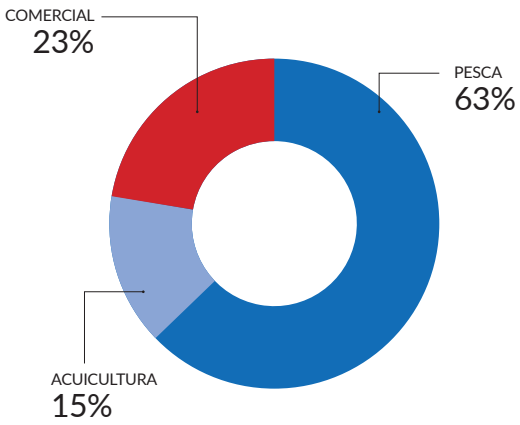
El Ebitda ha estado impactado positivamente por varios factores, entre los que cabe destacar una mejora de la rentabilidad de las sociedades pesqueras: mejora de capturas de langostino y de la operativa de merluza negra.

La compañía alcanzó en 2017 un Ebitda de 80 millones de euros, lo que supone un 18% más que el año anterior

EVOLUCIÓN EBITDA EN MILLONES DE €



EBITDA POR ÁREA DE NEGOCIO (%)



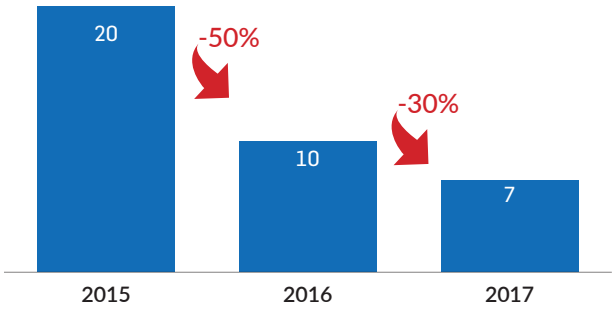
AMPLIACIÓN DE CAPITAL

En 2017 restablecimos el equilibrio patrimonial del Grupo gracias a la ampliación de capital de 135 millones de euros

La fortaleza de la nueva situación patrimonial y la reducción de la deuda del Grupo gracias a la ampliación de capital garantizan los recursos para la ejecución del Plan Estratégico hasta 2020. La ampliación de capital llevada a cabo en 2017 permitió pasar de 12 millones de euros a 147 millones de euros de capital social.

De la misma manera, se redujo en un 35% el valor nominal de la deuda reestructurada. El endeudamiento neto a valor razonable ha mejorado en 2017, alcanzando un ratio de 6,5 veces.

RATIO DE ENDEUDAMIENTO NETO SOBRE EBITDA

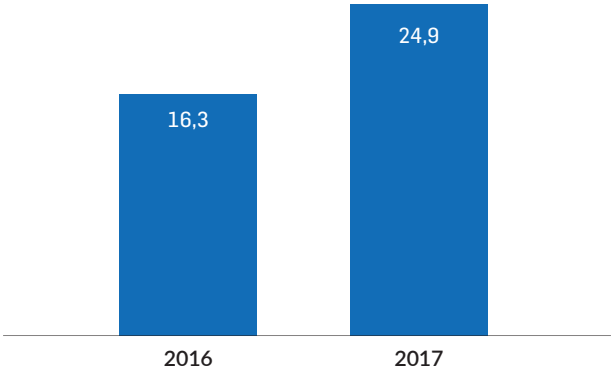


INVERSIONES

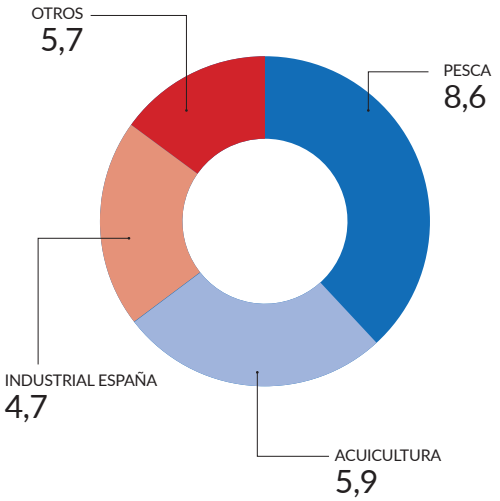
Las principales inversiones del ejercicio 2017 corresponden a: coste asociado a la implantación de un nuevo sistema de información y gestión empresarial (SAP) por importe de 2,1 millones de euros y el CAPEX recurrente por importe de 14,8 millones. Adicionalmente, se ha aprobado una inversión de 7 millones en Nicaragua para doblar las hectáreas operativas y por lo tanto la producción.

El Plan Estratégico aprobado en el ejercicio 2016 incluía la renovación de parte de la flota como una de las inversiones estratégicas del Grupo. Durante el ejercicio 2017, la Dirección del Grupo llegó a un acuerdo para la construcción de siete nuevos barcos, que confirma su apuesta por mantener la vocación pesquera que le es propia, integrando en la cadena de valor todo el proceso, desde la captura hasta llevar a la mesa del consumidor la frescura de los mejores productos del mar.

CAPEX EN MILLONES DE €



CAPEX 2017 EN MILLONES DE €



DESINVERSIONES

A lo largo del ejercicio 2017, se han llevado a cabo diversas operaciones de desinversión que han modificado el perímetro de consolidación del Grupo Nueva Pescanova. Estas operaciones formaban parte del plan de desinversiones en activos no rentables o no estratégicos contemplado en el Plan Estratégico. Las más significativas han sido:

–Junio de 2017: los bancos acreedores de la sociedad Acuinova Actividades Piscícolas, S.A. comunicaron la ejecución del contrato de garantías y del contrato de prenda de acciones formalizados en ejercicios anteriores. En consecuencia, se hizo efectiva su salida del Grupo. Si bien hasta entonces la Dirección del Grupo mantenía el poder para dirigir las actividades de explotación, existía una decisión firme de trasmitir el negocio a un tercero, motivo por el que esta sociedad se clasificaba como mantenida para la venta en las cuentas anuales consolidadas de ejercicios anteriores.

–Noviembre de 2017: Nueva Pescanova, S.L. vendió la totalidad de la participación que hasta entonces ostentaba en el capital de la sociedad Harinas y Sémolas del Noroeste, S.A. (Hasenosa).

–Diciembre de 2017: Novapesca Trading, S.L.U. vendió la totalidad de la participación que ostentaba en el Grupo Novahonduras.

El beneficio conjunto de estas y otras operaciones ha ascendido a 17,1 millones de euros, con un impacto neto en el resultado consolidado del ejercicio 2017 de 12,1 millones de euros.

GRUPO NUEVA PESCANOVA

GRUPO NUEVA PESCANOVA

C/ Rúa José Fernández López, s/n | 36320 Chapela. Redondela. (Pontevedra) | España Tel. +34 986 818 100

www.nuevapescanova.com