

RSA - PYMES

Empresa evaluada

PALLARÉS NADAL CARN NATURE, S.L.

CIF:B22194187

Afuera s/n.-

22558 - Albelda

Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

PALLARÉS NADAL CARN NATURE, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

CL/ AFUERAS SN ? 22558 - ALBELDA

03 - Sector. Actividad

COMERCIALIZACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS

04 - Año comienzo actividad.

1996

05 - Número de personas empleadas

45

06 - Persona contacto

CYRA PALLARÉS NADAL

07 - E-mail contacto

cyra@carnnature.com

08.- Página web

carnnature.com

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)
- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional,

educación, formación, etc)

1.1 Información adicional

Es nuestra responsabilidad como organización, estar al tanto de todos los factores externos que puedan influir en el desarrollo de nuestras actividades. Por tanto, nos mantenemos informados de los cambios en los ámbitos globales que nos afecten, buscando tomar las medidas necesarias que nos ayuden a adaptarnos y continuar con el buen desenvolvimiento de la compañía.

2.- ¿Cree que las PYMES o pequeñas organizaciones pueden enfrentarse de forma individual a temas como los anteriores?

2.1. Información adicional

Debido a la diversidad de temas que pueden afectar a la organización, consideramos que hay unos que podemos enfrentar de forma individual, como habrá otros de los cuales necesitaremos apoyo gubernamental o social, según sea el caso, para hacer frente a las diversas situaciones que se presenten.

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

3.1. Información adicional

Como organización, nos centramos en cumplir los requerimientos exigidos por ley para no intentar abarcar más de lo que realmente podemos, así nos aseguramos de que los aspectos sociales y ambientales que nos corresponden se cumplen a cabalidad.

4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?

4.1. Información adicional

Actualmente no contamos con un presupuesto específico destinado a proyectos sociales, pero estamos enfocados en desarrollarlo para hacer una mayor contribución social.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

5.1. Información adicional

En nuestra organización, los grupos de interés están conformados por propietarios y socios, empleados, clientes, proveedores y acreedores. Cada uno de ellos, juega un papel fundamental que es clave para el desarrollo de nuestras actividades.

6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

6.1. Información adicional

Sí, tenemos identificadas las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés. En caso de que uno de estos, por ejemplo empleados, comunique la necesidad de tratar algunos de estos aspectos, se organizan reuniones donde se comentan los diversos temas que se deben abarcar para conseguir soluciones efectivas. También se han presentado casos en los que no es necesario hacer una reunión sino que se aprovecha la comunicación cercana y fluida que podemos tener, para conversar en el momento el tema que les inquieta y dar una solución.

Gobierno de la organización

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

7.1. Información adicional

En nuestra organización, tenemos a disposición de quien lo requiera, un documento con las normas y conductas aceptadas. Normalmente se entrega cuando se incorpora un nuevo trabajador a la organización.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

8.1. Información adicional

Consideramos que es importante que todas las personas implicadas en el correcto funcionamiento de nuestras actividades, tengan claros los propósitos y valores de la organización, para lograr alcanzar los objetivos planteados.

Plan de Responsabilidad Social

9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

9.1. Información adicional

En cuanto a la responsabilidad social, nuestra organización se ha enfocado principalmente en acciones ambientales para reducir el impacto negativo que podemos generar como empresa. Aunado a esto, queremos crecer en este ámbito, haciendo una mayor contribución también en el área social, y es por ello que nos interesa formar parte del plan

de RSA.

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

10.1. Información adicional

Existe un compromiso organizacional que tiene como enfoque ser sostenibles en el tiempo. Un ejemplo claro de esto es que un 79% de la energía que consumimos proviene de la energía fotovoltaica que producen nuestras placas solares.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

11.1. Información adicional

Los mecanismos que se llevan a cabo para conocer la satisfacción de nuestros clientes se basan en la relación directa que tenemos con ellos. Ya que, contamos con comerciales encargados de hacer visitas semanales para tener una retroalimentación del servicio brindado, donde nos informan si hay algunos puntos débiles que debemos mejorar, además de hacer un servicio de venta personalizado al encargarnos de visitar a cada cliente para ofrecer los productos que comercializamos.

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

12.1. Información adicional

Una vez al mes, se lleva a cabo una reunión con todos los comerciales de ventas para comentar las posibles mejoras que han sugerido los clientes, buscando las soluciones más rápidas y óptimas para brindar un servicio de calidad a cada uno de ellos.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

13.1. Información adicional

Al momento de incluir productos y/o servicios, nuestra organización se encarga de hacer un estudio exhaustivo en el que se llevan a cabo controles de calidad para determinar si se cubren las necesidades y expectativas de los clientes, además de conocer la calidad sanitaria y de producción de lo que se quiere incluir al mercado. En el caso de querer añadir un nuevo producto a la comercialización, nos encargamos de hacer llegar muestras

a los clientes más potenciales, para luego hacer una retroalimentación que nos permita decidir si es viable o no implantar dicho producto en nuestra empresa.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

14.1. Información adicional

Para realizar la producción, que en nuestro caso son productos cárnicos, se llevan a cabo controles de calidad exhaustivos, con la finalidad de asegurar la salud y alimentación de la sociedad; para esto contamos con un responsable de calidad-veterinaria que se encarga de que todos los criterios se cumplan. Es importante resaltar la fábrica de pienso propia, con la cual aseguramos que la alimentación de nuestros animales es 100% sana y natural, además de minimizar el impacto medioambiental por el hecho de consumir cereal de kilómetro cero. De igual manera, estamos comprometidos en asegurar el bienestar animal del ganado vacuno que tenemos en nuestra explotación ganadera, y para ello, contamos con camión jaula propio empleado para transportar los animales hasta el establecimiento de sacrificio, el cual se encuentra a pocos kilómetros de nuestras instalaciones frigoríficas. Aunado a esto, se busca brindar un servicio óptimo que satisfaga las necesidades de cada uno de nuestros clientes y contribuya con el cuidado del medio ambiente, para esto hemos incluido un envasado sostenible como lo es el skin, el cual disminuye la cantidad de material utilizado en los envases sin comprometer la calidad y seguridad de los alimentos.

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

15.1. Información adicional

Como se ha comentado en puntos anteriores, el servicio postventa se hace de forma personalizada con cada cliente, el cual recibe una visita de nuestro comercial para conocer si ha habido alguna falla en el producto/servicio en el cual debemos trabajar. Este mecanismo también sirve para resaltar puntos positivos en los cuales debemos seguir enfocados. También es importante resaltar que, para garantizar la conservación de los productos y mantener la cadena de frío, contamos con nuestra propia red de distribución, así nos aseguramos de brindar un servicio integral y de calidad.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

16.1. Información adicional

A la hora de captar un cliente nuevo, se facilita un fichero en el que se detallan nuestros productos con todas sus características (peso, envasado, etc.), también se dan a conocer las diferentes formas de pago disponibles, y se establecen políticas de entrega, buscando un equilibrio que beneficie la relación cliente-organización.

Posterior a esto, se envía semanalmente a nuestros clientes, tarifas detalladas con los precios y ofertas semanales para potenciar el consumo/venta de algunos productos. Esto con la finalidad de mantener una comunicación activa que potencie una gestión efectiva en las relaciones con los clientes, basada en la transparencia y veracidad de la información suministrada.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

17.1. Información adicional

En algunas ocasiones se han hecho reuniones con todo el personal, donde se comentan diversos temas, entre ellos el nivel de satisfacción que tiene cada uno con la labor que desempeña dentro de la organización, de las cuales también se obtienen conclusiones de mejora para lograr un buen ambiente laboral.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

18.1. Información adicional.

En nuestra organización no se han llevado a cabo actividades concretas en las que se trate la igualdad de condiciones, pero sí es un concepto que tenemos bien claro, ya que al momento de incorporar a un nuevo trabajador existen diferentes perfiles a los cuales pueden optar según sus capacidades y habilidades, sin considerar ninguna otra causa social que pueda darle mayor o menor valor.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

19.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

En nuestra organización, existen medidas que buscan el beneficio del personal y la organización, según el caso lo amerite. Por ejemplo, tenemos horarios flexibles para el personal que tiene hijos, padres o abuelos a su cargo y no pueden ajustar su tiempo a ninguno de los horarios que tenemos disponibles. Además de los permisos retribuidos, si

hay algún otro que no se ajuste a estos, se concilia para que el trabajador pueda asistir a solventar lo que necesite. También llegamos a acuerdos con algunos ajustes que piden los trabajadores por baja de maternidad, etc.

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

20.1. Información adicional.

Cada cierto tiempo, el personal directivo organiza capacitaciones de diversos temas que favorecen el desarrollo de cada una de las personas y áreas que conforman la organización. En muchas oportunidades, escuchando las necesidades de los responsables de departamentos para mejorar los puntos débiles que influyen en el óptimo desarrollo de las actividades.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

21.1. Información adicional.

Algunas de las capacitaciones que se llevan a cabo son, por ejemplo, de prevención de riesgo laboral, para garantizar la seguridad y el bienestar de cada empleado; sobre ergonomía, para incorporar conductas saludables que orienten al autocuidado de cada uno de los empleados; sobre ventas, para actualizar conocimientos y técnicas de venta, buscando desarrollar competencias para alcanzar el éxito comercial-organizacional; etc.

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

22.1. Información adicional.

Como se comentó en el punto anterior, se hacen capacitaciones en materia de prevención de riesgo laboral para establecer un equilibrio entre la seguridad y la productividad, ya que, a mayor seguridad garantizamos el bienestar del trabajador y también contribuimos a la eficiencia y el éxito organizacional.

PROVEEDORES

Compras responsables

23.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

23.1. Información adicional.

Al tratarse nuestra actividad de comercialización y elaboración de productos cárnicos, la procedencia de los productos es un requisito indispensable que siempre cumplimos. Uno de los criterios a los que le damos mayor importancia es la transparencia y responsabilidad, ya que tener una comunicación clara y precisa con el proveedor garantiza una buena relación que beneficie a ambas partes. En cuanto al aspecto ambiental, contribuimos con la compra de productos a granel, ya que así disminuimos el uso de envases desechables.

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

24.1. Información adicional.

Apoyamos el consumo local para favorecer social y económicamente al crecimiento de las empresas de poblaciones aledañas. Con esto, también contribuimos a una menor contaminación, ya que los recorridos que se hacen en el proceso de compras son mucho más cortos. Es importante resaltar que hay algunos proveedores con los que hacemos una colaboración, ya que nos compran materia prima y nos venden un producto final para su comercialización.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

25.1. Información adicional.

Nuestra organización apoya algunos proyectos sociales como por ejemplo la Carrera Contra el Cáncer de Tamarite de Litera, también apoyamos distintas asociaciones de la zona donando género para sorteos que realizan con el fin de recaudar fondos, y donamos alimentos a la hermandad ?Hermanitas de los Pobres? para el sostenimiento de su residencia.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

26.1. Información adicional.

Los proyectos sociales en los que tenemos participación se hacen para contribuir con la causa social de la zona. Estamos estudiando posibilidades para implantar dentro de nuestra organización proyectos sociales que sean impulsados por nosotros y así concientizar al personal a contribuir con estas obras sociales.

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

27.1. Información adicional

Tal y como comentamos en el punto anterior, la idea es impulsar dentro de la organización un proyecto social que incentive a los trabajadores y a la comunidad en general a participar en él.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

28.1. Información adicional

Nuestra organización es portavoz de las actividades sociales en las que participamos, buscando con esto incentivar a la comunidad local a participar en dichas actividades, y tratando de tener un mayor alcance que ayude a cumplir los objetivos sociales planteados en ellas.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

29.1. Información adicional.

Nuestra organización está comprometida a contribuir con la preservación del medio ambiente, promoviendo el uso de una energía más limpia y sostenible mediante el uso de placa solares, sustituyendo el envasado tradicional en bandejas de plástico por un envasado más sostenible como lo es el envasado skin, utilizando máquinas de bajo consumo que ayudan a potenciar la eficiencia energética, empleando un sistema de aerotermia para el uso de agua caliente, utilizando estufas de pellets para la época de invierno, y el uso responsable del aire acondicionado en épocas de verano, manteniendo una temperatura no menor a 24°.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

30.1. Información adicional.

La implantación del envasado skin es una de las opciones más sustentables que hemos puesto en marcha en nuestra organización, ya que se emplean bandejas fabricadas con cartón sólido reciclado para enfrentar y disminuir significativamente el uso de plástico con el envasado tradicional. Al igual que la instalación de placas solares, que ayudan a reducir significativamente las emisiones de CO2.

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

31.1. Información adicional

En nuestra organización se ha puesto en práctica el concepto de economía circular con algunos aspectos, como:

- 1) la compra de productos a granel, ya que así reducimos el uso de envases desechables;
- 2) haciendo reparaciones necesarias para extender la vida útil de las máquinas que intervienen en el funcionamiento de la organización;
- 3) la implantación del envasado skin en el que el plástico se separa fácilmente del cartón y contribuye al reciclado y;
- 4) el reemplazo de coches tradicionales por coches híbridos.

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

32.1. Información adicional

Todos los cambios y acciones sostenibles que estamos comprometidos a realizar se comunican previamente a nuestros grupos de interés para que se mantengan al tanto de los cambios que se pondrán en marcha con la finalidad de brindar productos y servicios que sean sostenibles en el tiempo. También en nuestra página web, hay un apartado que comenta nuestra responsabilidad medioambiental y cómo contribuimos con ello.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

-

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión

socialmente responsable que actualmente realiza?

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Consideramos como punto fuerte de nuestra organización los servicios, estándares y productos de calidad que brindamos a nuestros clientes. Además del compromiso que tenemos por contribuir con la preservación del medio ambiente.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

En cuanto a las mejoras que queremos llevar a cabo, está la participación en acciones benéficas, y destinar un presupuesto para desarrollar proyectos sociales.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?