

RSA - PYMES

Empresa evaluada

SEGAL FOOD SAFETY, S.L.

CIF:B99472664

C/Coso nº:102, Entreplanta, Oficina 1.

50001 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

SEGAL Food Safety SL

02 - Dirección - CP - Población

C/ Coso 102, entreplanta. Oficina 1.

50001. Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Consultoría, Auditoría y Formación en Seguridad Alimentaria.

04 - Año comienzo actividad.

Abril de 2010.

05 - Número de personas empleadas

3

06 - Persona contacto

Pilar Faustino Plo. (Socia)

07 - E-mail contacto

p.faustino@segalgs.com

08.- Página web

www.segalgs.es

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)

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

Los factores relativos a tendencias globales son tenidos en cuenta y lo hacen:

- De manera directa especialmente en aspectos globales y políticos, ya que las decisiones gubernamentales tienen un impacto directo en las posibilidades de contratación y mejora de la empresa.
- En lo referente a aspectos tecnológicos, nuestra empresa se puede ver influenciada aunque en menor medida que en otros sectores; existe una adaptación a aspectos relativos a redes sociales y comunicación.
- En lo que aplica al medio ambiente, nuestra empresa, a día de hoy se ve menos impactada por este aspecto debido a su actividad.

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

Si

2.1. Información adicional

Las PYMES pueden hacer frente a los temas indicados aunque los recursos y oportunidades son menores que en el caso de las grandes empresas, por lo que el impacto conseguido será menor. No obstante, una implantación de políticas encaminadas a hacer frente a estos aspectos contribuirá a mejoras, tanto a nivel interno como a nivel externo.

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?

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática

3.1. Información adicional

En la actualidad no se ha incluido aspectos sociales y medioambientales en la estrategia de la empresa, aunque se mantiene un compromiso de mantener el sello RSA+ con todas las acciones que ello implica, como la participación en obras de caridad, donaciones, etc.

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

A día de hoy no se ha presupuestado nada en este sentido pero se están planteando trabajos en la línea de abordar proyectos sociales.

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.

Sabemos que existen pero no los tenemos identificados específicamente

5.1. Información adicional

Nuestra actividad está dentro del mundo agroalimentario.

Los tipos de clientes a los que aspiramos se encuentran identificados en este ámbito, con pocas excepciones al sector.

No disponemos de grandes necesidades en lo que a proveedores se refiere (servicios de gestión, prevención de riesgos laborales y comunicación); en el resto de aprovisionamientos no hay proveedores fijados ni necesarios.

Estamos asociados con una asociación del sector y conocemos el resto de asociaciones existentes; hemos colaborado con el Instituto Aragonés de Fomento en el asesoramiento para el inicio de nuevos proyectos agroalimentarios.

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

6.1. Información adicional

Necesidades y expectativas de nuestros clientes:

Se trata de aspectos generalmente muy concretos.

- Necesidad de cumplimiento de requisitos legales.
- Necesidad de obtención de normas de Calidad e Inocuidad Alimentaria para la apertura de nuevos mercados.

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

Al tratarse de una organización de pequeño tamaño, la comunicación de los códigos de conducta, así como las normas básicas internas a todos los integrantes de la misma, se realiza de manera sencilla y eficaz.

El comportamiento dentro de la organización, así como en las organizaciones clientes, se caracteriza por la discreción, confidencialidad de datos, el respeto por los compañeros, clientes, proveedores y colaboradores.

Se tienen previsto elaborar un documento de Código Ético y de Conducta.

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

Sí, si bien exclusivamente los más implicados

8.1. Información adicional

En el día a día de la organización, y a través de las situaciones de diferente índole que se presentan, se comunica y guía a las personas sobre cuál es la postura de la organización al respecto de cada una de ellas, de modo que poco a poco se está construyendo una opinión sobre los valores de la empresa.

Plan de Responsabilidad Social

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

No hemos trabajado previamente en esta materia

9.1. Información adicional

Aunque no se ha documentado un Plan de Responsabilidad Social, SEGAL mantiene una serie de acciones desde que se creó que van encaminadas hacia ello:

- Total transparencia en cuanto al cumplimiento legal de todos los ámbitos que le afectan, Solicitando ayuda a organizaciones externas cuando no contamos de manera interna con los conocimientos suficientes para abordar su cumplimiento.
- Promovemos la contratación de personas jóvenes, contando en el equipo con personas menores de 30 años.
- Participamos en proyectos de colaboración con la Universidad de Zaragoza, promoviendo la realización de pequeñas estancias en la empresa para estudiantes y recién titulados universitarios.
- Favorecemos la confianza y comunicación con los empleados, mediante el desarrollo de relaciones interpersonales que facilitan la comunicación de mejoras o necesidades.
- Rechazamos acciones ilícitas que se presentan en nuestras relaciones comerciales con clientes y/o colaboradores.
- Buscamos la eficiencia energética y de costes en los desplazamientos, mediante la planificación y coordinación eficaz interna y con nuestros clientes.
- Perseguimos la satisfacción de nuestros clientes, para ello entendemos y priorizamos sus necesidades, mediante la adaptación de nuestro trabajo a sus características, y no al contrario.
- Hemos integrado tecnología limpia en algunos proyectos desarrollados con clientes, de modo que no sea necesario el desplazamiento de personas, sin verse afectada la calidad del servicio prestado y con la ventaja de minimizar el impacto ambiental debido al mismo.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

No existe un Plan definido y documentado, pero sí el compromiso de toda la organización de tenerlo listo en el primer semestre de 2020.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

11.1. Información adicional

En el ámbito de la formación impartida, en la mayoría de las acciones se entrega al alumnado encuestas de satisfacción y opinión sobre la misma.

También, en la web corporativa de SEGAL se ha incluido un apartado de "clientes" en el que se pueden leer opiniones reales de clientes, ya que han sido preguntados de manera abierta sobre su satisfacción.

Se tiene previsto realizar una campaña de encuestas de satisfacción de clientes, con el fin de detectar mejoras y/o nuevas necesidades.

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Cada proyecto llevado a cabo para cada cliente se realiza de manera específica y particular, caracterizado por un componente profesional y humano importante. ello hace que de manera continua se pueden detectar las necesidades y expectativas de cada cliente.

Cuando un proyecto comienza y al finalizar el mismo, lo habitual es realizar una reunión de trabajo con el cliente, de modo que se definen las líneas de trabajo a seguir para dar continuidad al proyecto.

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?**

Se investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

Los servicios que ofrece SEGAL deben estar muy actualizados en requisitos legales y nuevas versiones de estándares de certificación, ello hace que todos los proyectos y servicios de trabajo sean revisados y actualizados en base a lo anterior.

En el ámbito de la formación, SEGAL está trabajando en una nueva plataforma de formación con aula virtual, en la que se pretende incluir formación de calidad, con temática de conocimiento superior y con el fin de llegar a alumnado y profesionales localizados a distancia.

Calidad de los productos y servicios**14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?**

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

La prestación de los servicios de consultoría, auditoría y formación son personalizados para cada cliente, esto permite que se puedan tener en cuenta aspectos sociales y medioambientales en el diseño y desarrollo de cada proyecto. Si bien, no se miden de manera sistemática mediante indicadores.

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

El servicio post venta es personal y específico para proyecto y por tanto cliente. Se conocen resultados de certificación de normas, eficacia de las formaciones impartidas, así como posibles incidencias derivadas por una mala ejecución de auditorías.

Toda esta información permite conocer si el servicio realizado ha sido satisfactorio y eficaz, así como las posibles dudas que le puedan surgir al cliente.

Por otro lado, si estamos ante una implantación de un estándar SEGAL también acompaña al cliente en la resolución de las no conformidades que le hayan sido detectadas durante su auditoría de certificación.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información de las características del producto o servicio.

16.1. Información adicional

Cuando llega una solicitud de un cliente, siempre se pregunta y documenta sus características específicas, así como las necesidades que tiene. Con esta información se elabora un presupuesto-contrato en el que se detallan los servicios ofertados, incluyendo plazos, número de visitas, servicios que se incluyen, gastos de desplazamiento, y el precio total. Si existe el requerimiento específico por parte del cliente, se dividen los servicios ofertados de modo que tengan la opción de aceptar total o parcialmente la propuesta de proyecto.

En el mismo documento presupuesto-contrato, se incluye la información de modalidades de pago, con diferentes opciones, los datos de SEPA, y varias cláusulas de ejecución del trabajo, como la inclusión o no de analíticas de laboratorio, la confidencialidad de datos o la exención de responsabilidades en caso de conseguir la certificación.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

Se realizan reuniones de equipo de manera periódica, en las que se aborda el estado de los proyectos activos, las iniciativas internas a abordar y la satisfacción de los empleados y/o estudiantes en prácticas que se encuentren en ese momento en la empresa.

Igualmente, la comunicación interna es continua y fluida, de modo que se conoce de manera rápida la opinión de los empleados.

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)?

No se han desarrollado actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

Aunque no existe un plan de igualdad, las contrataciones en SEGAL no se han visto nunca condicionadas por cuestiones de sexo, edad, opiniones políticas, etc. Siempre se ha seguido un criterio de conocimiento técnico, así como habilidades comunicativas y de gestión de proyectos.

Por otro lado, se ofrece al personal contratado la posibilidad de acceso a formación en nuevos campos profesionales, sin coste añadido, y se organizan sesiones formativas entre el personal de SEGAL, con el fin de conseguir diversificar el conocimiento que tienen todas las personas que integran SEGAL.

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?

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Aunque SEGAL cuenta con un horario de trabajo, éste es flexible a las necesidades y características del día a día de cada empleado, ya que los servicios que presta la empresa son variados y normalmente de ejecución en "casa" del cliente.

Cuando se necesita disponer de tiempo o días laborales por cuestiones personales, se facilita que se pueda disponer del tiempo para ello.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

Dado que la Política habitual de contratación es el acceso de personas menores de 25 años recién tituladas, las posibles necesidades formativas son conocidas desde la SEGAL. Estas necesidades formativas generales son propuestas a los trabajadores y se indica a los mismos que realicen búsqueda de otras formaciones adicionales que les pueden interesar; con ello, se decide el plan formativo.

Así mismo, existen sesiones de formación interna entre los distintos miembros del equipo en aquellas materias que cada uno domina (Esquemas de certificación, requisitos legales, gestiones por procesos...).

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

21.1. Información adicional.

Para cada persona que forma parte de la organización, sea de nueva incorporación o no, se detecta las necesidades formativas según el puesto que desempeña. Además, de menor interna se diseñan planes de formación interpersonal, que se imparte en los propios miembros de la organización. Cada 6 meses se revisan las necesidades que puedan existir, atendiendo de manera continua a las solicitudes del propio personal. De manera sistemática se mide la eficacia de la formación mediante la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en los proyectos que se ejecutan a posteriori.

Seguridad y Salud

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

La organización realiza una evaluación de riesgos laborales en todos los puestos, por consultora de externa. Se realiza de manera anual los reconocimientos médicos de todo el personal. Se entregan Equipos de Protección Individual, y formación en caso de medidas especiales en alguna de las empresas clientes.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

23.1. Información adicional.

A la hora de decidir la compra de un producto, bien o servicio se tienen en cuenta aspectos

de cercanía, envergadura del proveedor, tipo de producto (ej, adquisición de vehículo renting en formato híbrido o microhíbrido). Proveedor de equipos informáticos, deben ser reacondicionados.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

No existen criterios definidos para evaluar y clasificar a los proveedores

24.1. Información adicional.

No se han definido criterios de clasificación y/o evaluación de los proveedores.

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?

Se colabora en algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Se colabora de manera puntal en proyectos sociales, pero a día de hoy todavía no se encuentran planificados.

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?

No, no están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

No están unidos, a día de hoy es difícil unir ambos aspectos por el tipo de actividad desarrollada por la empresa.

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?

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

27.1. Información adicional

Dado que el número de integrantes de la empresa es muy reducido, la comunicación de estos aspectos se realiza de manera informal; En este caso cualquier mensaje se comunica correctamente.

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?

No se comunican

28.1. Información adicional

No hay una comunicación a día de hoy

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

No existe una planificación para estos temas.

29.1. Información adicional.

Dado el tamaño y actividad de la empresa, no existen actividades que generen un gran impacto ambiental; el aspecto principal en el que se trabaja es en la reducción del uso de papel en el trabajo.

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?

No existen actividades en marcha

30.1. Información adicional.

No hay medidas dado el reducido o nulo impacto de la empresa en el aspecto mediambiental

Economía circular

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

No se han desarrollado iniciativas o proyectos orientados a la economía circular

31.1. Información adicional

Por el tipo de actividad que desempeña la organización, no consideramos que aplique contar con un modelo de economía circular. Aunque si bien por ejemplo solo se emplean equipos informático reacondicionados.

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?

No de una manera formal

32.1. Información adicional

Se realizan comunicaciones a nivel interno, de manera informal.

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)

- 1 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 2 - Disponer de presupuesto
- 3 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 4 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 5 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 6 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 7 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 8 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 9 - Capacitar a las personas de la empresa
- 10 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral

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?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Adaptación al cambio (Nuevas situaciones, nuevas perspectivas de negocio y nuevas tecnologías).

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Falta de estructura formal y documentada de las actividades y servicios realizados por la empresa.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.