Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

CENTRO DE SERVICIOS AGRICOLAS, S.A
CIF:A22103527
Cno. San Esteban s/n
22510 - Binaced
Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Centro de Servicios Agricolas S.A

02 - Dirección - CP - Población

C. San Esteban, s/n - 22510 - Binaced

03 - Sector. Actividad

Comercio de productos y Servicios Agrícolas

04 - Año comienzo actividad.

1989

05 - Número de personas empleadas

7

06 - Persona contacto

Laura Carrasquer Delgado

07 - E-mail contacto

info@centrodeserviciosagricolas.com

08.- Página web

www.centrodeserviciosagricolas.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)

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

Las tendencias y su análisis son muy importante en nuestra actividad. Nuestros productos se distribuyen a nivel Europeo y la coyuntura se debe tener muy en cuenta por lo que el análisis se realiza de forma semanal y con mayor enfasis a principio y final de campaña. Los planes se realizan en base a los datos arrojados por los análisis, mayormente cualitativos y en algunas parcelas en concreto de forma cuantitativa.

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

No

2.1. Información adicional

En el caso de la agricultura se necesita organización entre las empresas de toda la cadena para que los precios sean sostenibles para soportar la actividad. Además, nuestra diversificación vertical como productores y comercializadores nos exige que el control sea mayor puesto que nos afecta doblemente. Para ello, la colaboración entres los distintos agentes de cada estrato es fundamental.

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?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

A nivel social, las colaboraciones con carreras solidarias, instituciones cruz roja o cáritas y con entidades educativas en la difusión de nuestra actividad. Estamos plenamente vinculados con la sociedad que nos rodea. Las donaciones de productos en eventos deportivos nos ayudan a difundir la importancia de la buena alimentación entre la población, y sobre todo, los más jóvenes. Los ODS en los que basamos nuestros retos y acciones son 2- Hambre 0 / 3.- Salud y bienestar / 4.- Educación de calidad

En el plano ambiental trabajamos con técnicas y productos respetuosos con el medioambiente y trabajamos en lineas de producción ecológica. Además, tenemos uan apuesta clara por las energías renovables con la inclusión de sistemas de energía fotovoltaica, tanto en autoconsumo como de vertido a la red eléctrica.
Además somos punto de recogida de Sigfito y se tienen distintos convenios con entidades de recuperación y reciclaje para la gestión de todo tipo de residuos.
Los ODS en los que basamos los retos y accioens en el plano medioambiental son 6.- Agua limpia y saneamiento / 7.- Energía aseguible y no contaminante / 13.- Accion por el clima

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

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

Si existe un techo de gasto anual pero no se tienen planificadas las acciones. Cuando llega la oportunidad se analiza y apuesta por ellas hasta el total del techo de gasto.
En lo que se refiere a las relacionadas con inversión como pueden ser la instalacion de placas solares, si hay una planificación en el corto, medio y largo plazo.

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.

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

5.1. Información adicional

Se tienen identificados los stakeholders más importantes y se trabajan activamente empleados y clientes involucrándolos en la estrategia de la empresa

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

6.1. Información adicional

No se tiene una planificación de las acciones para recabar información pero si que se realizan acciones formales a través de grupos de trabajo y reuniones para involucrar en la toma de decisiones, sobre todo con clientes y empleados.

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?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

7.1. Información adicional

Existe una RACI para asignación d eresponsabilidades y un manual de conducta que se expone a la entrada del empleado y se revisa de forma periódica cuando es necesario

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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

Las personas conocen valores, visión y misión y además se establecen planes de formación dirigidos a:
- Trabajo en equipo
- Actitud positiva
- Autoorganización

En estas formaciones, además del provecho a nivel individual, se enfocan a crear cultura de empresa y dar a conocer trabajos futuros.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Se tienen una serie de indicadores que permiten saber si la vinculación de la empresa con los planes de RSC están obteniendo resultados. No existen objetivos como tal. Por citar algunos ejemplos:
- Energía consumida - Energía producida mediante fotovoltaica
- Impacto de publicaciones en RRSS con temática RSC

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

10.1. Información adicional

Se tienen una serie de indicadores que permiten saber si la vinculación de la empresa con los planes de RSC están obteniendo resultados. No existen objetivos como tal. Por citar algunos ejemplos:
- Energía consumida - Energía producida mediante fotovoltaica
- Impacto de publicaciones en RRSS con temática RSC

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Alguna vez hemos hemos realizado alguna encuesta a clientes

11.1. Información adicional

A través dle trabajo comercial y de atención al cliente se recogen sugerencias e inquietudes de estos y se trasladan a un plan de trabajo. Esporádicamente se realizan encuestas (2 año) para conocer de forma anónima con más profundidad. También se reaizan grupos de trabajo para involucrar a estos interesados.

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

Todas las sugerencias y mejoras se recogen y se implantan en las soluciones que se aportan a los clientes. No obstante, muchas veces, hay normativa muy restrictiva que nos obliga a tomar decisones que pueden no ser del agrado de este grupo de interés, por lo que previamente se informa y se explica el porqué de las decisiones al respecto.

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

Nuestros proveedores invierten en I+D. Nosotros, en contadas ocaciones ayudamos a la aplicación en campo de esos productos resultantes. A nivel servicio trabajamos técnicas innovadoras que permiten obtener mayor rendimiento a nuestros clientes, aportando siempre formación previa a través de datos obtenidos en pruebas internas.

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

Aunque las restricciones de normativa a las que está sometida nuestra actividad, intentamos ir por delante, por eso nos formamos constantemente a nivel normativo futuro y poder anticiparnos en los servicios y productos que debamos implementar para ofrecer en un corto y medio plazo.
La base de la venta de nuestros productos y servicios siempre está estrecahmente ligada a la asesoría técnica a través de nuestro personal cualificado.

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

En nuestra actividad es primordial poder advertir de problemas en los productos y servicios ofertados. Somos la base de los productos que llegan a nuestras mesas. No es normativa, que también, es deber ético y responsabilidad social

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 detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

16.1. Información adicional

además de que la normativa nos obliga, no ofrecemos ningún producto o servicio que no esté validado previamente por una asesoría técnica cualificada.

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

Smos una empresa familiar con trabajadores de larga duración y con una alta vinculación a la empresa. Hablamos todos los días y conocemos inquietudes y posibles circunstancias personales con cada persona que forma nuestro equipo. Hablamos de tu a tú y eso nos permite ofrecer condiciones personalizadas para cada persona del mismo.

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 desarrollando actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

En nuestra empresa, dedicada al sector de servicios a la agricultura, normalmente mayoritaria en el género masculino, 4 de 7 empleados son mujeres, dos de ellas en dirección. No tenemos un plan de igualdad de oportunidades porque consideramos que no es necesario puesto que para nosotros todas las personas son válidas y candidatas a cualquiera de los puestos de la organización.

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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.

Somos una empresa familiar y tratamos de tú a tú con todos los empleados, atendiendo personalmente sus necesidades e inquietudes fuera del trabajo.

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

La formación es constante porque la normativa así nos lo exige, lo cual es extensible a todos los empleados de la organización. Esa formación obligatoria se acompaña de formacion para mejora de la salud mental y el desempeño en el trabajo.

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.

La formación es constante porque la normativa así nos lo exige, lo cual es extensible a todos los empleados de la organización. Esa formación obligatoria se acompaña de formacion para mejora de la salud mental y el desempeño en el trabajo.

Seguridad y Salud

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

22.1. Información adicional.

Además de lo exigido en materia d eseguridad y salud, se ha recibido formación en implantacion de protocolo de acoso laboral, acoso sexual y por razón de sexo.
Los talleres anuales que se realizan como formacion, se trabaja lo referente a salud mental en el trabajo y mejora del desempeño.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos

los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

23.1. Información adicional.

Trabajamos ocn productos de origen de proximidad y los productos que comercializamos cumplen toda la normativa en materia de seguridad y ambiental, además de que tenemos una linea de productos eco para mejora de producción.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

En la clasificación y evaluación de proveedores se tiene en cuenta el precio fundamentalmente y la calidad del servicio.

24.1. Información adicional.

Los proveedores, primeramente, deben cumplir normativa y después evaluamos y priorizamos precio y calidad de servicio.
Respecto a los proveedores de producto hortofrutícola para comercialización, la calidad y desarrollo de su actividad es primordial, ofreciendo por nuestra parte todo el apoyo en asesoría técnica.

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 en proyectos deportivos mayormente además de en entidades educativas en edad infantil y primaria. No se realiza un plan si no que, en base a un techo de gsto, se colabora en acciones alineadas con los ODS comentados anteriormente.

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?

Se planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Añadir que además de con el negocio, con los ODS identificados anteriormente, los cuales están alienados a su vez con los de la organización.

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

Como empresa pequeña que somos, todos los empleados de la organización conocen las acciones en materia social que trabajamos, siendo en algunos casos partícipes de su desarrollo.

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?

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

28.1. Información adicional

Cualquier acción en materia social que se realiza se difunde a través de canales internos con nuestros clientes y empleados y con el resto de sociedad a través de página web y RRSS, recogiendo a su vez los indicadores que sirve como feedback de la repercusión de las mismas.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización.

29.1. Información adicional.

Se tiene en cuenta de forma cualitativa puesto que no existen indicadores implantados que midan esto.

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?

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

30.1. Información adicional.

La empresa cumple todas las normativas vigentes en materia de contaminación e impacto ambiental.

Economía circular

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

circular?

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

31.1. Información adicional

Se tienen convenios con entidades de reciclaje y recuperacion para el tratamiento de residuos. Además, se han implantado sistemas de generacón de energia para autoconsumo.

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?

Se comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

Se realiza una comunicación integral d ela actividad, incluido lo referente a RS y comunicación ambiental

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

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?

Cercania con clientes y empleados y la capacidad para adaptarse a sus sugerencias y

mejoras, creando un clima positivo de trabajo para todas las partes.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Todo lo que implica a la medición y establecimiento de objetivos en los temas referentes a impacto ambiental

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 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.