

RSA - PYMES

Empresa evaluada

SCANFISK SEAFOOD, S.L.

CIF:B50607019

Carretera Cogullada 65 Calle P Parcela 29.

Mercazaragoza

50014 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Scanfisk Seafood S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Carretera Cogullada 65, Calle P, Parcela 29 (Mercazaragoza) - 50014 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Importación, exportación y elaboración de pescado y productos del mar.

04 - Año comienzo actividad.

1994

05 - Número de personas empleadas

A 20/06/24 Scanfisk cuenta con 85 empleados. Se reparten en 44 hombres y 41 mujeres.

06 - Persona contacto

Belén Villalba Gimeno

07 - E-mail contacto

bvillalba@scanfisk.com

08.- Página web

<http://www.scanfisk.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)

1.1 Información adicional

En cierta manera todos estos asuntos afectan a nuestra compañía de una manera u otra. Especialmente en nuestro caso nos vemos más afectados por temas económicos, medioambientales y políticos. Nuestro sector se ve directamente influenciado por la situación económica que afecta a la demanda o por condiciones meteorológicas que alteran la oferta de producto. Asimismo, tratamos de influir positivamente sobre aquellos aspectos en los que existe una posibilidad de actuación, tales como el medioambiente a través de una gestión adecuada de residuos y la compra y venta de producto MSC, ASC y obtenido de manera responsable. Aspectos que también nos ocupan como la igualdad de género y el bienestar de l@s trabajador@s son de suma importancia, y se realizan tanto evaluaciones como protocolos de mejora en caso de que sean necesarios.

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

2.1. Información adicional

Las PYMES sí que pueden enfrentarse de manera individual a estos problemas aunque depende del tipo de problema. Cuentan con una mayor flexibilidad, por lo que se pueden adaptar más rápidamente a los cambios del mercado, incluso pueden modificar su actividad, algo más difícil para grandes empresas.

En cambio, ante problemas económicos como la inflación o deflación, las PYMES tienen menos margen de maniobra.

Ante determinados temas políticos y medioambientales las PYMES se hacen más fuertes si lo hacen de manera conjunta mediante asociaciones.

Está en manos de las PYMES, sin embargo, tener un impacto positivo en temas medioambientales, tecnológicos o sociales, con un consumo de recursos responsable, En Scanfisk, buscamos un uso eficiente de los recursos para mejorar la calidad de producto a través del i+D+i. Asimismo, contamos con una instalación de placas fotovoltaicas para autoconsumo, apostando así por las energías renovables y buscando minimizar nuestro impacto medioambiental.

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

A la hora de planificar la actividad productiva se tienen en cuenta aspectos sociales como la igualdad de género, la no-discriminación por raza o procedencia y la contratación de personas con discapacidad.

En cuanto al aspecto ambiental, se realizan controles periódicos de agua de vertido, se trabaja en un proyecto multi-empresarial para la instalación de una EDAR y se asegura la segregación de los diversos residuos generados por la empresa. Contamos también con un sistema de reutilización del agua que se emplea en el proceso de descongelación.

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

4.1. Información adicional

Se destina la cantidad necesaria para llevar a cabo los planes que se ponen en marcha.

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

Tratamos de mantener una comunicación activa con cada uno de nuestro@s stakeholders de manera que podamos identificar sus necesidades y expectativas y así tratar de satisfacerlas.

Para que esto sea efectivo, se determina los instrumentos que se creen más adecuados para cada un@ de los stakeholders.

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

6.1. Información adicional

Se tienen identificadas las diferentes necesidades y expectativas de l@s distint@s stakeholders, y se intentan satisfacer al máximo dentro de una gestión sostenible y una actividad responsable.

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

Disponemos de un manual de conducta del trabajador, el cual está a disposición de l@s emplead@s. Quedan claramente definidos los responsables y las pautas a seguir.

Está en desarrollo la publicación de manera regular de una newsletter interna

Tenemos implantado el protocolo antiacoso de la empresa, así como el canal de denuncias.

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

Se realizan eventos de comunicación interna de manera regular, siempre que se estiman necesarios, en los que se transmite a tod@s l@s emplead@s de la compañía cuales son los objetivos de la misma.

En dichos actos se trata de transmitir también la filosofía y valores de la empresa.

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

Desde Scanfisk hemos estado realizando diferentes acciones como por ejemplo nuestro proyecto Ultrafish enfocado en la sostenibilidad, respeto por el medioambiente, y optimización de la vida útil del producto, apostando por el uso de la tecnología y la investigación, en colaboración con la Universidad de Zaragoza. Actualmente contamos con proyectos como placas solares y sistemas de reutilización de agua que inciden directamente en la responsabilidad empresarial. Nuestra intención desde la compañía es formalizar las diferentes acciones y elaborar un plan enfocado en la RSC.

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

Actualmente, no se cuenta con un plan formalizado de Responsabilidad Social, lo que no implica que no se realicen acciones que contribuyan a una mejora social, medioambiental y económica del entorno de la empresa. con sus correspondientes indicadores y objetivos.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

Realizamos anualmente una encuesta de satisfacción del cliente. Anteriormente se realizaba mediante un documento word por lo que el cliente debía rellenarla, escanearla y enviarla. En vistas de la baja tasa de respuesta se decidió cambiar la metodología de estudio para facilitarle las cosas al cliente y de esta manera obtener tasas de respuestas más altas. Actualmente se realiza la encuesta mediante un formulario de google en donde

el cliente lo puede responder online mediante cualquier dispositivo.

Se pregunta al cliente por su satisfacción relacionada con diferentes aspectos como: comunicación de la empresa, atención que recibe de nuestro personal, servicio ante reclamaciones, calidad de nuestros productos...)

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

12.1. Información adicional

Como se ha comentado se identifican mejoras, tanto de manera esporádica y como mediante estas encuestas realizadas a los clientes.

Bien es cierto que en el sector se estila la comunicación bidireccional muy ágil, por las propias características del mismo, pero las encuestas de desempeño son las que realmente nos indican tanto qué mejoras podemos ofrecer, productos, calidad y cantidad de comunicación acerca de nuestro portfolio, relación con los comerciales, fortalezas y rasgos a mejorar.

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

Se investiga para tratar de adaptar los productos a lo que demanda el mercado.

Asimismo, constantemente se trata de innovar, bien con una oferta de productos más variada, bien con un desarrollo de producto que responda a las necesidades del mercado y a la actual demanda.

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

A la hora de planificar la actividad productiva se tienen en cuenta aspectos sociales como la igualdad de género, la no-discriminación por raza o procedencia y la contratación de personas con discapacidad.

En cuanto al aspecto ambiental, se realizan controles periódicos de agua de vertido, se trabaja en un proyecto multi-empresarial para la instalación de una EDAR y se asegura la segregación de los diversos residuos generados por la empresa.

Asimismo, se valoran los siguientes aspectos en la compra, elaboración y venta de nuestros productos:

Origen del producto.

Zonas de pesca.

Artes de pesca.

Temporada pesca.

Tipo congelación.

MSC / Global Gap/ BIO

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

15.1. Información adicional

Son l@s propi@s comerciales los que atienden las incidencias con cada uno de sus productos, ya que son los especialistas en la materia.

En caso de tratarse de temas relativos a la calidad, la información se reporta al Departamento de Calidad, quienes lo analizan, gestionan e informan, manteniendo los máximos estándares.

En Scanfisk no contemplamos algo que difiera del buen hacer y ofrecer la máxima calidad: nuestros objetivos son a largo plazo.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

16.1. Información adicional

Como se ha comentado se proporciona la trazabilidad de aquellos productos en los que es posible. También se aporta una ficha técnica de cada producto con aspectos como: descripción del producto, materia prima, presentación comercial, ingredientes, características organolépticas, valores nutricionales, características microbiológicas y físico-químicas, información sobre alérgenos, condiciones de conservación y transporte, datos de etiquetado y uso previsto y población destino.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

Sí, se conoce la satisfacción de l@s emplead@s mediante reuniones realizadas de manera

periódica.

En estas reuniones se trata de averiguar sus necesidades, así como sus motivaciones y estados de ánimo con la función que desempeñan.

Asimismo, se realiza una evaluación del desempeño anual, clave para detectar posibles mejoras.

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 plantilla el reparto por sexo es muy equitativo. Actualmente, contamos con 44 hombres y 41 mujeres.

Por otro lado, en la plantilla de Scanfisk se cuenta con trabajadores de varias nacionalidades y culturas.

Nuestra política de contratación valora la diversidad y estamos comprometidos con la igualdad. No se contempla la discriminación por razón de género, raza, sexo, color, orientación sexual, religión, ni edad o cualquier otra característica protegida por la ley. Asimismo, se prioriza y promueve la promoción interna, premiando la excelencia de nuestros empleados y ofreciendo la posibilidad de planificar en un largo plazo.

Tenemos registrado el plan de igualdad de la empresa.

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.

Flexibilidad en los horarios laborales. En situaciones puntuales, l@s emplead@s pueden modificar su jornada laboral para conciliar su vida personal, y existe la posibilidad de 8 horas de teletrabajo semanales. Se prioriza también la elección de turno, en la medida de lo posible, al personal que tiene cargas familiares, tanto mujeres, como hombres.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

Existe determinada formación estándar para los emplead@s. Se imparte inglés en la empresa y determinados cursos para el personal de planta. Así como formación en igualdad para todos los emplead@s

Se atienden también la necesidad de determinadas formaciones en caso de necesidad de los emplead@s de algún departamento.

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

21.1. Información adicional.

L@s emplead@s son conscientes de que la empresa pone a su disposición los medios y la financiación de actividades formativas. Cuando un/a empleado/a lo cree oportuno, solicita la formación, y RRHH estudia la viabilidad y aprueba posteriormente. También se ofrecen formaciones en función de nuevas necesidades departamentales, y l@s emplead@s pueden solicitarlas no sólo para adecuarse a su puesto si no para desarrollar su recorrido profesional dentro de la empresa.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

SCANFISK tiene implantada por ley una revisión inicial y periódica de la salud, que por decisión de la empresa se ha establecido en periodicidad anual, registrándose en el sistema los reportes de aptitud de los trabajadores.

Las circunstancias de salud que aplican a una evaluación por sexos, de momento son estados de embarazo, discriminan positivamente en el caso de las trabajadoras de producción, debido a la bipedestación, frío y ruido.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

Origen del producto.

Zonas de pesca.

Artes de pesca.

Temporada pesca.

Tipo congelación.

MSC / Global Gap / BIO

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.

Siempre que sea posible, se prioriza, dado que la compra local en nuestro caso no es posible, aspectos como:

- Mercancía con certificados MSC, ASC y Global GAP, que certifican una pesca sostenible y el cumplimiento de cuotas
- Trabajamos con pescado BIO que garantiza la agricultura ecológica.
- Compras de temporada, respetando los ciclos de vida y las cuotas de las especies
- Compras desde los mejores orígenes, donde la flota y el personal especializado están familiarizados con la obtención y trato del producto, y respetando también así las migraciones de las distintas especies. Contamos con proveedores especializados en productos de sus caladeros o flotas en lugar de comprar de proveedores generalistas

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.

Se colabora con donaciones al Banco de Alimentos de Aragón.

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.

Normalmente y al tratarse de proyectos puntuales no suelen estar alineados con la estrategia de negocio.

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

Sí, se comunica internamente a las personas empleadas fomentando la actividad y su participación.

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

Se comunican principalmente a través de nuestras RR.SS.

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.

Gestionamos todos los residuos con empresas autorizadas.

Como se ha comentado estamos desarrollando un proyecto que tiene como objetivos la reducción del desperdicio alimentario, ahorro en costes energéticos y agua, y se aprovecha el 100% de la energía generada con nuestras placas fotovoltaicas, que además han tenido una producción de un 2,5% superior a la prevista.

Procesamos en planta el poliespán de las cajas de corcho en las que recibimos diariamente el producto fresco, para reenviarlas a fábricas donde el material se reutiliza, dándole una segunda vida. Además, en este proceso se presan los materiales, optimizando su envío y reduciendo así su huella de carbono.

Contamos con un sistema de reutilización de agua como ya hemos expuesto en preguntas anteriores y actualmente tenemos 0 emisiones de gas contaminante.

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.

Como se comentaba anteriormente, se hace una gestión de los residuos con empresas autorizadas, asegurándonos así de que se gestionan correctamente y con el mínimo

impacto posible. Reducimos poliespán con las acciones expuestas así como optimización del uso del agua con el método expuesto anteriormente de reutilización del agua. La instalación de las placas fotovoltaicas ha resultado todo un éxito.

Economía circular

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

31.1. Información adicional

Se trabaja con envases y embalajes procedentes de materiales reciclados. Se realiza segregación de residuos: cartón, porespán (trititación y prensado, que posteriormente es reutilizado en otras industrias), resto plástico y restos orgánicos (SANDACH). La instalación cuenta con placas solares para producir energía fotovoltaica.

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

Se han realizado eventos de comunicación interna y externa con la finalidad de transmitir la importancia del ahorro de recursos y respeto por el medioambiente por parte de la compañía.

Se ha implantado un portal del empleado, con el objetivo de mejorar la comunicación entre emplead@s y reducir las comunicaciones en papel en el tablón de anuncios.

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?

Nuestro compromiso con el medioambiente y los fondos marinos. Siendo una empresa que

nos dedicamos al sector de los productos del mar, siempre velamos por el bien de nuestros mares, preocupándonos de que nuestros productos estén certificados en MSC y ASC. Estas certificaciones muestran que esos productos han sido pescados respetando el entorno.

Nuestro proyecto Ultrafish también muestra nuestro compromiso con el medioambiente y con él buscamos trabajar enfocándonos en el cumplimiento de los ODS.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Se podría desarrollar un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos para tratar de mejorar en este área.

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?