

RSA - PYMES

Empresa evaluada

PATATAS GÓMEZ, S.L.

CIF: B50056555

Ctra. Cogullada 65. Mercazaragoza Calle R

50014 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

PATATAS GOMEZ. S.L.

02 - Dirección - CP - Población

CALLE R, MERCAZARAGOZA

50014-ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

COMPRAVENTA DE PATATAS Y EN GENERAL DE TODA CLASE DE FRUTOS O PRODUCTOS AGRICOLAS TANTO AL POR MAYOR COMO AL POR MENOR, CON DESTINO AL CONSUMO HUMANO AL IGUAL QUE PARA SU SIEMBRA O PLANTACION, Y TRANSPORTE DE DICHAS MERCANCIAS.

04 - Año comienzo actividad.

9 DE ABRIL DE 1980

05 - Número de personas empleadas

57 EMPLEAD@S

06 - Persona contacto

EDUARDO RAMOS

07 - E-mail contacto

administracion3@patatasgomez.com

08.- Página web

<https://www.patatasgomez.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

En el aspecto económico, se llevan a cabo acciones que fomentan la economía social, como la creación de empleo continua, lo que ha generado una tasa alta de contratos indefinidos .

A nivel social: tratamos de que el horario laboral permita una conciliación familiar y laboral de los empleados, haciendo una jornada intensiva en casi todos los contratos, a excepción de aquéllos que por cuestión de producción tengan que realizarse con otro horario.

A nivel medioambiental este año se ha implantado un sistema de energías renovables como son las placas solares consiguiendo el premio Eco20 Silver por ser capaces de abastecernos al 100% con esta energía, y así, llevar a cabo el proceso de producción de manera responsable.. En este sentido, el impacto medioambiental que se genera es prácticamente nulo.

Además, este año también hemos desarrollado un embolsado para nuestros productos 100% renovable.

Lo que se pretende con estas acciones es minimizar los impactos medioambientales yendo más allá del cumplimiento legal.

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

2.1. Información adicional

Aunque es una tarea compleja para pequeñas y medianas empresas, con planificación y esfuerzo se pueden conseguir resultados alineados con problemas que surgen y se plantean en la sociedad.

Somos una empresa comprometida con los problemas que afectan a la sociedad, y por ello, dentro de nuestras capacidades, realizamos proyectos en base a un bienestar social , tanto para nuestro clientes, como para todos los grupos de interés.

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

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

4.1. Información adicional

No existe como tal un presupuesto específico, sin embargo con la intención de mejorar se destina parte del capital a estos aspectos económicos sociales y ambientales.

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

A la hora de contratar nuevos proveedores intentamos que se encuentren dentro del marco local y nacional, teniendo proveedores locales, y de proximidad internacional en el ámbito europeo como es Francia. Buscamos proveedores que compartan, en la manera de lo posible, los valores sociales, económicos y, medioambientales con los que trabaja nuestra empresa.

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

6.1. Información adicional

La empresa se muestra con total disposición hacia los diferentes grupos de interés para comentar cualquier sugerencia que les afecte directamente.

Con respecto al grupo de trabajadores realizamos encuestas laborales anuales y se dispone de un buzón de quejas y sugerencias.

Y además, se han implantado paneles informativos y tablones de los anuncios dónde se informa de las novedades y de los medios de comunicación, como por ejemplo, se ha adjudicado a cada trabajador un móvil de empresa para que puedan comunicarse directamente con el departamento oportuno y así mejorar la agilidad de los procesos y la comunicación efectiva y fluida.

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

Al iniciar una relación laboral se tutoriza a los trabajadores que se incorporan con una persona que lleva más tiempo en la empresa, para que puedan sentirse apoyados ante cualquier tarea que desconozca.

También existe un documento a nivel informativo de aquellas acciones que los trabajadores deben evitar como por ejemplo: no fumar dentro de las instalaciones, informar a la empresa de cualquier retraso o salida que el trabajador necesite hacer, mantener un buena convivencia y ambiente laboral, etc. En definitiva, todo aquello que pueda perturbar el buen funcionamiento de la empresa con y en relación a sus grupos de interés

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

De forma general todo el conjunto de la empresa conoce el propósito y valores de la misma, si bien es verdad que estos temas se desarrollan más detalladamente por el departamento de administración y dirección.

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

Aunque anteriormente nos inscribimos en el Plan de responsabilidad Social, no ha sido hasta este año cuando hemos hecho públicas las acciones socialmente responsables en las que llevábamos trabajando durante tiempo. y desarrollado acciones en este ámbito como por ejemplo: instalación de placas solares , implantación de bolsas 100% reciclables, escucha activa de las expectativas de los empleados a través de encuestas y buzón.

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

Se plantean indicadores objetivos a nivel general en todos los ámbitos de la responsabilidad social: conciliación familiar (contratos de jornada intensiva para permitir a los trabajadores el disfrute de su vida familiar, predisposición por parte de la empresa a la variación de la jornada en caso de que el trabajador lo necesite por sus circunstancias personales. Por último y más reciente, se está valorando la posibilidad de teletrabajo para el departamento de administración.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

Nuestro contacto con los clientes es diario y continuo.
Con respecto a los grandes clientes se mantiene con ellos una comunicación diaria y constante, ya sea telefónicamente o por mail, por lo que generamos una comunicación entre las partes sencilla y totalmente abierta para que nos puedan comunicar cualquier sugerencia que pueda mejorar nuestro servicio/producto.

Se informa al cliente de la variedad que tenemos en cada momento, su calidad, su uso, su procedencia, así como si es temporada local o no, para que el cliente conozca qué está adquiriendo con total transparencia.

Se ha introducido una aplicación en el departamento de calidad mediante la cual se plasman aquellos errores que se han podido producir, haciendo un seguimiento de todas las incidencias para poder identificarlas de manera efectiva y poder solucionarlas con mayor precisión.

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

12.1. Información adicional

La comunicación con el cliente es de manera informal pero constante. En esta relación, el cliente nos traslada de manera periódica aquellas necesidades que se le plantean como nuevos formatos, introducción o sustitución por otras variedades. Para clientes más grandes, disponemos de un canal de calidad para que expongan cualquier incidencia, mejoras o necesidades. Ambas partes colaboramos en la mejora constante de nuestros productos y servicios.

La empresa se adapta a las necesidades del cliente, y se hace un estudio en función del sector, es decir, si nuestro cliente es un restaurante, se aconseja qué patata es la más adecuada para un determinado plato o menú, además, disponemos de recetas en nuestras redes sociales interactivas para que el cliente pueda orientarse con el producto y darle el fin más óptimo.

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

En la comunicación constante con nuestros clientes, se presentan escenarios para la mejora de productos o servicios, como por ejemplo:
Introducción o sustitución de variedades y/o formatos, nuevos embalajes, etc.

A través de la empresa local de marketing y publicidad, se estudia el mercado para la introducción de mejoras en el producto. Desde dirección también se realizan reuniones tras la obtención de estos datos, en las que se analiza qué necesidades se presentan en la sociedad, con el objetivo de prestar un servicio de calidad que provenga del mercado aragonés.

Calidad de los productos y servicios

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

15.1. Información adicional

Con respecto a los grandes clientes, se dispone de una línea de calidad para la atención ante posibles incidencias o reclamaciones, dando un servicio integral. También tenemos una línea de custodia denominada Global Gap donde la transparencia a lo largo de la cadena de suministro garantiza la integridad del producto y genera confianza en los clientes

La Norma GLOBALG.A.P. identifica el estado de su producto a lo largo de todo el proceso, desde la explotación hasta el minorista, establece requisitos estrictos para la manipulación de los productos certificados y la adecuada segregación de los productos certificados y no certificados en las unidades de proceso.

Por otro lado, la atención hacia otros clientes/pymes, la información se hace de forma informal en el día a día, aconsejando e informando del producto, la variedad, su frescura, etc...respondiendo ágilmente en caso de defectos y adoptando medidas para su reparación, o devolución si así se requiere.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

16.1. Información adicional

La empresa proporciona información clara y honesta de su oferta comercial: políticas de precio, contratos, condiciones de pago y entrega, así como la gestión de las reclamaciones de los clientes a través del departamento de calidad, ofreciendo un servicio de post-venta.

La empresa proporciona información siempre veraz de sus productos, no solo en el etiquetado sino en la fase comercial. Los plazos de entrega y método de pago son ajustados a las necesidades del cliente.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

En la actualidad, se dispone de un sistema de control de satisfacción del personal empleado, a través de encuestas anónimas que se efectúan de forma anual. Tras estas evaluaciones, Dirección junto con Recursos Humanos, estudian qué aspectos mejorar y, cuáles mantener por haber generado un aspecto positivo en la empresa. Una vez realizados el análisis de sugerencias y quejas de los trabajadores, se extrae un gráfico con dichos datos, el cual se expone públicamente en el panel de empresa que se encuentra dentro de la nave, donde todos los trabajadores pueden ver los resultados totales del

cuestionario.

Además hay un buzón de Recursos Humanos, en una zona accesible a todos, dónde cada trabajador de forma anónima puede dejar notas o comentarios para posibles mejoras o quejas.

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.

Se respeta el principio de igualdad de oportunidades, a nivel formativo, de desarrollo profesional y acceso a los diferentes puestos de trabajo.

Se incentiva el desarrollo profesional tanto a nivel horizontal como vertical de los trabajadores de la plantilla, ya sean contrataciones fijas como eventuales o de servicio.

Además nos encontramos en pleno proceso de implantación del Plan de Igualdad y Registro de brecha salarial desde una empresa externa, dónde se está estudiando y diagnosticando la organización actual, para elaborar un calendario y tomar las medidas operativas a conseguir para el pleno cumplimiento del plan.

Las promociones se otorgan únicamente en función de la aptitud, la experiencia y el potencial del empleado, independientemente de su origen, raza, nacionalidad, afiliación, política, sexo, religión o edad.

Se está llevando a cabo la implantación del Plan de Igualdad de la empresa con su registro salarial retributivo.

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.

Estudiamos proyectos activos que faciliten la conciliación de la vida personal, familiar y profesional de las personas de la empresa en la actualidad, Actualmente, se están desarrollando pruebas piloto para implantar el teletrabajo en los departamentos de administración y dirección, también se promociona el horario continuo e intensivo de mañanas.

Actualización septiembre 2022: Se han ampliado más turnos de trabajo, contratando a 30 trabajadores, y de esta forma, los trabajadores han tenido más flexibilidad a la hora de entrar en un turno u otro. Por ejemplo, al haber más turnos, se ha adaptado a los trabajadores al turno que más les podía beneficiar y favorecer para que pudiesen conciliar su vida laboral, personal y familiar.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

En el momento en el que la empresa detecta una necesidad de formación, ya sea porque el trabajador lo comunica y necesita de una cualificación específica para su puesto de trabajo, como si, un trabajador, habiendo demostrado sus aptitudes, quiere promocionarse internamente y para su nuevo puesto necesita formación, o bien, por cambios tecnológicos o en el mercado, existe un plan de formación.

En ocasiones son los propios trabajadores los que exponen sus necesidades o inquietudes formativas que son muy bien recibidas y promocionadas en la empresa. Del mismo modo si un responsable de área considera que uno de los trabajadores bajo su supervisión necesita formación para su posible promoción, es quien lo comunica para desarrollar el plan de formación.

Seguridad y Salud

PROVEEDORES

Compras responsables

Clasificación y evaluación de 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?

25.1. Información adicional.

De forma continua y con una metodología establecida se colabora con Banco de Alimentos de Zaragoza.

Otra de las acciones solidarias que hemos llevado a cabo, ha sido recientemente durante la pandemia, en la que se repartió más de 100.000 kilos valorados en 40.000 euros al Banco

de Alimentos, a la Parroquia del Carmen, a la Fundación Cristiana Visión y a la Asociación Reto a la Esperanza.

Además de colaborar de forma altruista en una caravana que daba servicio en Mercazaragoza a los transportistas que descansaban y pasaban por estas instalaciones, debido al cierre de todos los locales y restaurantes por pandemia

También, realizamos patrocinio de fútbol sala ADSala2012 de Zaragoza, durante 3 años consecutivos, y en este último año y debido a la pandemia, se han donado mascarillas.

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.

La implicación de la empresa en la comunidad, es total y de forma continua a corto, medio y largo plazo, llegando a acuerdos en los que se alinean los objetivos de la empresa con los de la sociedad, de forma adaptativa.

Como ya hemos adelantado en apartados anteriores, en circunstancias totalmente inesperadas como la reciente pandemia por COVID 19, se facilitó un mecanismo para ofrecer y garantizar bienestar a las personas que seguían trabajando al ser considerados trabajos esenciales, como los repartidores de productos o alimentos para que la sociedad pudiese estar abastecida. Pues bien, se participó en esa cadena para dar apoyo a las personas que estaban haciendo frente a los nuevos retos, fuera de sus casas y sin posibilidad de descansar en un restaurante/bar, a través de autocaravanas en los que podían consumir nuestro producto cocinado en diferentes variantes.

Principalmente se dirige al ámbito local, con el objetivo de apoyar y mejorar el desarrollo de nuestra sociedad y también nuestros valores y pilares como estrategia y valores de negocio.

Se utiliza material auxiliar biodegradable y energía proveniente de la energía solar de las placas solares que dispone la empresa.

Se dispone del certificado ECO-20

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

La empresa dispone en sus instalaciones de paneles informativos de acceso a todo el público, donde de forma continua se actualiza toda la información de la empresa, a través de los canales de actualidad como twitter, facebook y, nuestra propia página web. Estos medios telemáticos, mantienen a los empleados siempre al día sobre nuestros planes sociales.

Para el resto del entorno, al disponer de una página web propia, viva y actual, siempre se comunica de forma transparente todas las acciones sociales. Además de otros medios audiovisuales y prensa.

Se ha incluido y adjudicado un móvil de empresa para los trabajadores, que favorece el acceso a la comunicaciones entre los diferentes departamentos de la empresa.

En todos estos medios, también se ha incluido una sección de recetas para que los clientes/ proveedores/ trabajadores o gente que nos sigue, pueda sacar el mayor provecho de nuestros productos en casa o en restaurantes.

Y por último, y no menos importante, se realiza una promoción de nuestros clientes en redes sociales, sobre todo fruterías aragonesas donde se venden nuestros productos.

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

Existe un plan de comunicación a través de la empresa local de marketing y comunicación que de forma viva, actualiza todas las actividades que se desarrollan.

De forma periódica, se evalúa el resultado e impacto en los medios de comunicación y redes sociales.

En ocasiones, se han puesto en contacto con nosotros desde la televisión para hacer algún reportaje sobre la implantación de nuestra Silver Eco20 donde hemos desarrollado de forma clara y transparente nuestras buenas prácticas con el medio ambiente.

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.

La empresa identifica los aspectos de sus actividades, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente. Una vez identificados, se evalúan las acciones

a realizar para disminuir estos impactos y se trabaja para llevarlas a cabo a medio plazo.

Tenemos el premio Eco 2020 por ser el primer grupo agroalimentario que se autoabastece con su propia energía. Este suceso, nos llevó a aparecer en prensa.

En este sentido, se evaluó el impacto de la energía consumida en nuestro sistema de producción de la empresa, y fue en base a los resultados, por lo que se instaló un sistema de autoconsumo con placas solares obteniendo el certificado Eco Silver20. Del mismo modo, se realizó con el impacto de las bolsas utilizadas en nuestro sistema de empaquetado cambiando a uno totalmente reciclable 100%.

Se lleva a cabo un sistema de embalaje con material ecológico (film).

Se han introducido secamanos para evitar el consumo irreponsable de papel

Se ha implantado el Global Gap en el camp (cultivos de tierra que respetan el medio ambiente y cumplen con la seguridad alimentaria).

Más adelante, se va a implantar el IFS en nuestras instalaciones, del mismo modo que se hace en el campo.

También se ha instalado una depuradora nueva, provocando un uso más eficiente de los lodos de agua, retirando una menor cantidad de agua.

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 empresa identifica en materia medioambiental aquéllas actuaciones que pueden mejorar la gestión medioambiental, como por ejemplo:

- Implantación de empaquetado 100% reciclable.
- Implantación de placas solares para su autoconsumo durante la actividad.
- Desarrollo de la campaña " POTATICO" durante 7 meses en los que se garantiza que el cultivo es sostenible y local.

Vamos realizando acciones frente al cambio climático, pero independientemente de ello, se siguen estudiando estrategias con el objetivo de mejorar, como por ejemplo, el estudio externalizado de empresas de asesoramiento y gestión ecoembes.

Economía circular

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

El plan de comunicación ambiental está basado principalmente en las fuentes digitales, tanto página web propia en donde constantemente se actualiza toda la información concerniente a la empresa, como en otros medios digitales como Twitter o Facebook.

También con medios audiovisuales mediáticos como prensa, programas de Aragón televisión, etc., dónde no solo se presenta la empresa como tal , sino que se comunica algunos de los planes ambientales desarrollados y cómo pueden mejorar el medioambiente. Con estas acciones tratamos de fomentar estas prácticas en el resto de empresas.

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?

El mayor punto fuerte es nuestro compromiso medioambiental y nuestra apuesta por la producción propia de energía limpia.

.La certificación ECO20, que verifica de forma independiente Bureau Veritas, acredita que un porcentaje determinado de energía eléctrica se ha obtenido a partir del sol. Este sistema de garantías permite a cualquier industria o empresa certificar que el origen de su consumo procede de la energía fotovoltaica.

Este sello consta de diversas categorías, en función del nivel de autoconsumo energético alcanzado, que en el caso de Patatas Gómez es de tipo Silver, que supone que entre un 50% y un 70% de la energía utilizada en sus instalaciones procede de fuentes renovables, siendo el primer grupo agroalimentario en conseguirlo en España.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Debido al rápido crecimiento de la empresa seguimos mejorando en nuestros grupos de interés ya que la sociedad y la tecnología están generando un cambio en los modelos de negocio que se conocían hasta el momento. Este aspecto siempre será un área de mejora debido al mundo competitivo.

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?