

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**AGRICOLAES SODI, S.L.**  
CIF:B99269268  
C/Venezuela Nº33, 3ºB  
50180 - Utebo  
Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

AGRICOLAES SODI, S.L.

#### 02 - Dirección - CP - Población

C/ VENEZUELA, 33, 3º B 50180 UTEBO (ZARAGOZA)

#### 03 - Sector. Actividad

DISTRIBUCION FRUTA Y VERDURA AL CANAL HORECA

#### 04 - Año comienzo actividad.

2010

#### 05 - Número de personas empleadas

4 TRABAJADORES MÁS LOS DOS SOCIOS, 6 EN TOTAL

#### 06 - Persona contacto

CONCHA IBARRA LECIÑENA  
609787669  
[cibarra@delcampoymas.es](mailto:cibarra@delcampoymas.es)

#### 07 - E-mail contacto

[cibarra@delcampoymas.es](mailto:cibarra@delcampoymas.es)

#### 08.- Página web

[www.delcampoymas.es](http://www.delcampoymas.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**

nos gusta analizar hacia donde vamos y que podemos hacer para mejorar y conseguir mayor diferenciación del resto, dentro de nuestras posibilidades buscamos sellos que nos certifiquen y siempre implican una mayor concienciación con el entorno (en 2019 conseguimos la certificación ISO 90001)

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

Si

### **2.1. Información adicional**

cada uno puede poner su "granito de arena" la suma de pocos hace un mucho.

## **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**

siempre que nos es posible

### **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**

no se detalla ningún presupuesto, pero siempre colaboramos sobre todo con entidades deportivas y el banco de alimentos

## **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.**

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

### **5.1. Información adicional**

volvemos a nuestro sistema de gestión ISO, tenemos identificados a todos nuestros grupos de interés

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

##### **6.1. Información adicional**

identificamos como es la relación con cada uno de los grupos, son nuestras partes interesadas, valoramos necesidades y expectativas y llevamos un seguimiento.

#### **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**

tanto la dirección como la plantilla conoce y tiene a su disposición las normas de conducta que nos marcamos.

#### **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**

somos una empresa muy pequeña, hacemos partícipes a todos de nuestros objetivos y nuestra forma de intentar conseguirlos.

#### **Plan de Responsabilidad Social**

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

##### **9.1. Información adicional**

aunque siempre nos ha preocupado lo que ocurre a nuestro alrededor e intentamos hacer las cosas lo mejor posible, no lo tenemos detallado en ningún plan, ni en actividades preestablecidas vamos un poco sobre la marcha, en este momento estamos empezando a valorar el reflejarlo de manera mas específica.

#### **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**

como ya he dicho de momento no hay plan como tal

### **CLIENTES**

#### **Satisfacción de cliente**

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

#### **11.1. Información adicional**

se realiza una encuesta anual a nuestros clientes, además de que tenemos un contacto muy estrecho con todos ellos.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

#### **12.1. Información adicional**

llevamos un sistema donde se reflejan todas las quejas y problemas que pueda haber con clientes, después se analiza trimestralmente y se toman las acciones pertinentes, acciones que son valoradas para ver su efectividad o no.

### **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**

nosotros nos dedicamos a la distribución, no se muy que contestar aquí, no investigamos nada, nos limitamos a servir lo que el cliente demanda, aunque nos preocupa siempre buscar el mejor producto, intentamos que sea de proximidad, siempre que sea posible y buscamos la máxima calidad en todo lo que trabajamos.

### **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**

en la organización de rutas y gestión de envases, siempre tenemos en cuenta el minimizar el consumo y los residuos

## **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**

Se ofrece un servicio postventa atendiendo todas las reclamaciones sobre el producto y si se detecta problemas con algún producto se avisa a todos los clientes a los que se ha servido y solucionando las incidencias surgidas. Al ser un producto fresco todo esto ocurre en las 24 horas siguientes al servicio.

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

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

De algunos productos se proporciona información sobre sus características

### **16.1. Información adicional**

disponemos de fichas de productos donde se explican las características de cada uno de ellos. está disponible para todos los clientes y se traslada a los que lo solicitan. La mayoría de nuestros productos son muy conocidos y no necesitan explicación (todo el mundo sabe lo que es una patata o un tomate) aunque salen constantemente variedades nuevas y nos gusta informar de ellas a nuestros clientes.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

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

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

#### **17.1. Información adicional**

Al ser una plantilla tan pequeña, el contacto es muy estrecho y la comunicación muy fluida. Con esto es suficiente para conocer su satisfacción o no con su puesto de trabajo.

## **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.**

volvemos a lo mismo, somos un microempresa, los puestos de trabajo que hay son muy pocos, y no hay donde promocionar ya que estamos los socios que nos encargamos de dirección y administración y luego están los repartidores y un encargado de los mismos. no tenemos ningún plan pero si nos gusta subir el sueldo en función de sus resultados y en la medida de nuestras oportunidades (muy mermadas por el COVID)

## **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?**

Se aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

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

Las necesidades de conciliación de nuestros empleados son atendidas siempre.

## **Formación y desarrollo profesional**

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

**20.1. Información adicional.**

dentro de nuestro sistema de Calidad, existe un plan de formación, que renovamos anualmente. Además a todos se les da un curso de formación al incorporarse a la empresa, explicando nuestro modo de trabajo y forma de manipulación del producto.

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

Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación básica relacionada con el desempeño del puesto de trabajo y la actividad de la organización

**21.1. Información adicional.**

hacemos lo posible por la formación de nuestros trabajadores y por su bienestar y conciliación

## **Seguridad y Salud**

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

**22.1. Información adicional.**

en colaboración con la Mutua se realiza una valoración de riesgos de cada puesto.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

### **23.1. Información adicional.**

al trabajar con producto fresco, en la medida de lo posible se prioriza el producto de km. cero y siempre buscando productores

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

### **24.1. Información adicional.**

la respuesta a esta pregunta va en línea con la anterior, siempre buscando productores que sean locales

## **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 proyectos afines a la cultura de la organización sin planificación específica

### **25.1. Información adicional.**

colaboramos siempre que podemos con el Banco de Alimentos.

### **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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

### **26.1. Información adicional.**

Se da salida a los excedentes de producto, antes de que sean inservibles y haya que desecharlos.

### **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**

al ser una empresa tan pequeña, todos estamos involucrados en todo.

## **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 se comunican

## **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 y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

### **29.1. Información adicional.**

se tiene en cuenta los residuos generados y se reciclan siempre que es posible.

### **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.**

Dentro de nuestras posibilidades, siempre se tiene en cuenta el reciclado de envases, en los desechables y se reutilizan todo lo posible.

## **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**

Sobre todo con los envases, intentamos reciclar y rehusar la mayor parte de ellos, recogiendo en los puntos de entrega a clientes los envases para su reutilización.

## **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 comunican, pero no de manera sistemática u organizada

### 32.1. Información adicional

se habla con los clientes, para pedir su colaboración

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

### 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?**

5

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

**35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Nuestra gestión de residuos, reciclamos todo lo posible y reducimos al mínimo nuestros residuos.

**36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

queremos aumentar nuestra colaboración con proyectos sociales.

### 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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.