

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**SOLONTIA AGRO, S.L.**

CIF:B10976223

Plaza de Sas nº:7

50003 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

SOLONTIA AGRO, S.L.

#### 02 - Dirección - CP - Población

calle Castillo, 12 50600 EJEJA DE LOS CABALLEROS (Zaragoza)

#### 03 - Sector. Actividad

diseño y desarrollo de maquinaria para el sector agrario.

#### 04 - Año comienzo actividad.

2023

#### 05 - Número de personas empleadas

Una, inicio empresa, presentacion prototipos, previstas mas contrataciones.

#### 06 - Persona contacto

ALFONSO TAJADA LONGAS

#### 07 - E-mail contacto

21262LTAJADAL@gmail.com

#### 08.- Página web

en constitucion

### 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**

tenemos muy en cuenta la evolución de un sector como el primario en la obtención de alimentos, tan importante tanto para ello como con el equilibrio que se debe de mantener con la mejora medioambiental con las graves consecuencias del cambio climático, por ello pensamos en máquinas que modifiquen sistemas que eviten en la medida de lo posible la emisión de CO2 desde la tierra a la atmósfera.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

este último SI queda vinculado a la colaboración con otras PYMES uniendo sinergias de empresas que en este caso están ubicadas en Aragón, para nuestro equipo se precisa de una digitalización, de un equipo atomizador, de productos ecológicos a aplicar al suelo, y para ello contamos en nuestra comunidad con empresas de primer nivel a fin de completar el proceso, ejemplo Tervalis, Daimsa, Plumed, AMA Zeppelin y otras.

## **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 incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

### **3.1. Información adicional**

en nuestro ánimo está el posicionarnos en una parte de mercado muy importante, como lo es el de los cultivos leñosos, que son productivos en más o en menos en función del agua disponible, hablamos de agricultura ecológica dedicada a pistacho, almendro, olivos etc, tendencia actual con amplio mercado exterior en su variante ecológica, y para lo cual de acuerdo con las normativas CEE se precisa el mantenimiento del manto vegetal en las calles a fin de preservar mejor la escasa humedad actual, el no levantar dicho manto a fin de no sacar CO2 del suelo y conseguir con el tumbado vegetal una mejor preservación de las aplicaciones regenerativas que precisa el suelo.

## **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**

Debemos de entender de entrada que estamos diseñando máquinas que como característica principal tienen la función de generar una agricultura más sostenible, más

ecológica y más regenerativa, en los momentos actuales es lo que debe de primar, no es el momento de máquinas de gran producción para una agricultura extensiva.

## **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**

procedemos de empresas del sector, somos conscientes de la evolución de los sistemas y técnicas de mercado que nos hacen buscar alianzas tanto en proveedores como en centrales de venta en diversos países, los tiempos de visita personal individualizada han cambiado, hoy lo tiene que ser de refuerzo a una alianza de contenido europeo en la que participemos para una mejor gestión.

**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**

nuestra experiencia nos ha permitido a lo largo de los años en otras empresas asistir a Ferias, FIMA e internacionales, hemos sido componentes de AGRAGEX, Asociación nacional de empresas exportadoras del sector, y de ANSEMAT, Asociación Nacional e Fabricantes e importadores de maquinaria agrícola y tractores, actualmente pertenecemos a CAMPAG, Asociación Aragonesa del sector.

## **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 a disposición de todas las personas de la organización

### **7.1. Información adicional**

Tenemos muy presentes las pautas de conducta, así como los protocolos familiares a firmar si proceden.

**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, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

### **8.1. Información adicional**

tenemos muy presente que los veteranos colaboradores de la organización, todos procedentes de este sector, somos asesores bien dispuestos en esta iniciativa, estamos

totalmente centrados a asesorar con nuestros consejos a los jóvenes componentes, Uno de ellos ha sido Presidente de FIMA y Presidente Nacional de los fabricantes,, ANSEMAT, lo que ahora pretende es trasladar sus vivencias y experiencias a esta nueva generación.

## **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**

Tenemos acuerdo de colaboración con la Universidad Politecnica de Huesca para trasladar conjuntamente la RSC a pequeños empresarios y agricultores en su formación en nuevas tecnologías, acompañando todo ello con trabajos presenciales en sus terrenos.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

#### **10.1. Información adicional**

reiteramos nuestra mejor RSC en la formación de nuestros pequeños agricultores en nuevos sistemas de producción que rentabilicen sus consumos acuíferos y energéticos, con la importante mejora medioambiental de sus explotaciones, para lo cual desinteresadamente se efectuarán demostraciones formativas varias.

## **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**

Para ello somos vamos a decir antiguos, para ese factor de satisfacción tenemos un plan de visitas personalizado anual a fin de observar in situ su nivel de satisfacción y sí obrar en consecuencia, Para este tema, no queremos utilizar las redes, a veces el tú a tú nunca se debe de soslayar, es importante igualmente la presencia en Ferias como FIMA que suponen un punto de encuentro cada dos años.

#### **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**

La globalización es un hecho, por ello la capacidad de captación de las redes sociales es una ayuda muy importante, que siempre debe de ser reforzada con desplazamientos a fin

de incrementar el nivel de satisfacción del cliente con esa visita personalizada, mucho menos que en otros tiempos, pero desde luego imprescindible cada cierto tiempo.

### **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 investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

##### **13.1. Información adicional**

desarrollamos diseños novedosos para la nueva agricultura,

### **Calidad de los productos y servicios**

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

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

##### **14.1. Información adicional**

Todo nuestro entorno tiene como finalidad la calidad de producto y gestion

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

##### **15.1. Información adicional**

el factor postventa es decisivo, preferente, sin el la empresas están abocadas al fracaso, para nosotros es lo mas identificativo.

### **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**

nuestro producto tiene como consumidor final el agricultor, empresario agrario exigente con amplia experiencia Tiene amplia informacion y conocimiento,

### **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**

siempre hemos buscado que el trabajador se considere parte importante del proyecto, esto es imprescindible,

### **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)?**

Se realizan acciones de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

#### **18.1. Información adicional.**

es un tema totalmente asumido en una empresa del sector agrario constituida por dos mujeres emprendedoras

### **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 el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

Se aplicaran en funcion de las ne esidades que surjan

### **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.**

Somos habituales usuarios de los cursos de formación

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

#### **21.1. Información adicional.**

Este btema está muy presente en n uestra futura organización

### **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 esgte tema somos absolutamente estrictos, controlamos al maximo

## **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.**

Tenemos muy presente la compra con responsabilidad.

### **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.**

En los pueblos existe una tradicion de economía circular que se aplica siempre que es posible,

## **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.**

todos los relacionados con el sector rural, seguimiento y asesoramiento de nuevas iniciativas

### **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.**

Cuando fabricas un producto ecologico y regenerativo, te alineas de facto en un proyecto social y su estrategia

### **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?**

Sí, se comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

#### **27.1. Información adicional**

son compartidos con todos

### **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**

la comunicación den el sector es rápida y concluyente generando una información de buena practica.

## **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.**

nuestro desarrollo y producto tiene como finalidad la reduccion de impacto ambiental,

### **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?**

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

#### **30.1. Información adicional.**

precisamente nuestro diseño es de máquina dedicada a la regeneración y mejora con ralentización del cambio climático.



## **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**

tenemos muy presente el controlar todos los procesos a fin de articular una economía circular dentro de nuestro entorno

## **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 exclusivamente a grupos de interés implicados

#### **32.1. Información adicional**

Somos todavía pequeños, pero son perfectamente comunicados.

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

### **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?**

conocimiento de mercado y sector

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

busqueda de la mejor red de ventas

**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 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.