

RSA - PYMES

Empresa evaluada

COOPERATIVA GANADERA DE CASPE

CIF:F50121250

Ctra. de Maella s/n

50700 - CASPE

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Sociedad Cooperativa Ganadera de Caspe

02 - Dirección - CP - Población

Carretera Maella s/n

03 - Sector. Actividad

Fabricación y comercialización de piensos compuestos para animales

04 - Año comienzo actividad.

1985

05 - Número de personas empleadas

44

06 - Persona contacto

Alba Puchol Villoro

07 - E-mail contacto

ganar@ganaderacaspe.com

08.- Página web

www.ganaderacaspe.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)

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

- Los planes estratégicos de la empresa se plantean a 3 años y vienen influenciados por todos los temas globales según afecten a la actividad de la empresa. Actualmente se encuentra en vigor el Plan Estratégico 2019/2021.

La empresa ha sistematizado desde el año 2006 la elaboración de su estrategia a fin de ofrecer a sus Grupos de Interés relevantes una propuesta de valor coherente con su Misión, Visión y Valores. El proceso de Planificación Estratégica de Cooperativa Ganadera de Caspe comprende las siguientes fases:

1. Revisión del Plan Estratégico anterior y sus resultados.
2. Análisis de información relevante y previsión de escenarios externo e interno: Dentro del entorno externo se analizan el estado de clientes, proveedores, competidores, tanto actuales como posibles, así como aspectos globales de tipo económico, jurídico, administrativo, medioambiental, social y tecnológico.
3. Análisis DAFO: se realiza una matriz DAFO con el análisis del entorno externo (Amenazas y Oportunidades) y rendimiento interno (Debilidades y Fortalezas).
4. Reflexión, identificación y definición de la ventaja competitiva a alcanzar.
5. Identificación de Factores Críticos de Éxito, competencias y procesos clave.
6. Definición de perspectivas y objetivos estratégicos.
7. Diseño de planes de acción en apoyo de las líneas y objetivos estratégicos.
8. Seguimiento y revisión trimestral y anual del progreso de la estrategia.

Se evalúa los avances tecnológicos y sociales del momento y se proponen actuaciones a corto-medio plazo, según la envergadura del mismo.

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

No

2.1. Información adicional

Las PYMES pueden y deben enfrentarse al entorno con todos sus condicionantes económicos, políticos, medioambientales, sociales y tecnológicos. Para ello, les resulta imprescindible analizar cada uno de estos aspectos en sus ciclos de planeamiento estratégico. Nuestra Cooperativa dispone de un Mapa de Información Relevante del entorno, que contempla las cinco dimensiones PESTEL más relevantes para realizar un análisis de los factores externos (Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales). El análisis y puesta al día de la información del mapa es responsabilidad del Comité de Dirección y se revisa con cada ciclo estratégico que se inicia.

Por otro lado, la unión hace la fuerza y en nuestro caso lo sabemos bien ya que se ha organizado "Red Ganadera de Caspe" en la cual se recoge todas las inquietudes, problemáticas y debilidades de las empresas ganaderas familiares, para poderlas abordar como un todo y tener la fuerza suficiente para poder desarrollarlas con suficiente seguridad

y estabilidad.

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?

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

En Cooperativa Ganadera de Caspe hay un subdepartamento denominado "Acción Social", que de forma permanente y estable dedica una parte relevante del presupuesto general de la empresa a acciones de tipo social, con prioridad a entidades sociales de la zona (Caspe y comarcas próximas), que ayuden a los colectivos más desprotegidos. Este año 2020 se han colaborado con 12 entidades diferentes dentro de nuestras vías de actuación aportando una cantidad de 23.300 euros en total. Entre las entidades con las que se ha colaborado destaca el Club Deportivo Caspe o el Colegio de Educación Especial Gloria Fuertes de Andorra.

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

- Empleados: Se realiza anualmente una jornada en la cual se informa del balance del año anterior y las previsiones y proyectos para ejecutar en el año en curso y venideros. Es un foro abierto donde también los trabajadores pueden exponer sus inquietudes. Adicionalmente se realizan también encuestas de satisfacción anuales.
- Clientes habituales: Se dispone de un listado de los clientes habituales, a los cuales se está en continua comunicación y se realizan anualmente encuestas de satisfacción por parte del departamento de comercialización
- Proveedores: Tenemos una base de datos los cuales se evalúan anualmente.
- Aliados: Se dispone de un listado de aliados, a los cuales se realiza reuniones con ellos para tratar las inquietudes y estrechar lazos. Se evalúan individualmente según su orientación al compromiso y a resultados, por proceso y proyecto en el que participan
- Organismos Públicos: se manda periódicamente encuestas de percepción de la sociedad e intentamos reunirnos con sus representantes en diferentes foros para intercambiar posiciones y converger en las actuaciones.
- Colaboramos con los medios de comunicación de carácter local y medios especializados del sector agrícola y ganadero. Como es el caso del periódico de La Comarca, o en la emisora de radio La Comarca (Cadena Ser y 40 principales) y también en el periódico de la Federación de Cooperativas Agroalimentarias de Aragón.

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

Nuestra Cooperativa tiene implantado un radar de necesidades y expectativas de sus grupos de interés. Los Grupos de Interés están adecuadamente definidos y segmentados por su tipología. También se ha ponderado la relevancia para el negocio de cada Grupo de Interés, a fin de identificar a los más relevantes. Para ello, se dispone de un sistema de radar, que consiste en una sistemática de extracción y análisis de necesidades y expectativas, que define quién se responsabiliza de hacerlo, la frecuencia de la actualización de la información, las evidencias a recopilar y el método de identificación.

Todo ello queda recogido en el Modelo de Relación con los Grupos de Interés, que tienen implantado nuestra Cooperativa:

- Se realizan reuniones con los distintos grupos de interés para recopilar información y conocer las necesidades de cada uno de ellos para poder valorar si es posible introducir las actuaciones correspondientes en nuestro nivel de negocio.
- Se analizan los resultados de las encuestas realizadas a los grupos de interés para incorporar las sugerencias siempre que aporten algo a la empresa.
- Actuaciones recogidas en el plan estratégico anual y en los procesos.
- Los procesos se analizan según su repercusión en los diferentes grupos de interés de la organización y se alinean con la estrategia.

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

Desde 2016 se desarrolló e implantó un código de conducta denominado "la triple actitud". En este código se establece el comportamiento básico que, junto con los valores de la empresa, desarrolla la actitud de las personas ante el entorno laboral, la imagen corporativa y el cliente.

En todas las reuniones anuales se recuerda este punto para que todos nuestros trabajadores tengamos interiorizado esta actitud.

Además, desde 2019 existe en la cooperativa un protocolo para la prevención y actuación en los casos de acoso, formado por un comité de 4 empleados de distintos departamentos. El protocolo lo posee cada trabajador y en él se definen las constitutivas del acoso, las medidas de prevención y el procedimiento de actuación.

Para las nuevas incorporaciones, se dispone de un Dossier de Bienvenida, donde se recopila la información básica de la empresa y que se explica al trabajador en los primeros días de entrada a la empresa. Esta documentación se mantiene actualizada y se va ampliando según se detectan nuevas necesidades.

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

El primer día de trabajo de una nueva incorporación es dedicado a la explicación de la empresa, su funcionamiento, su gestión y el espíritu de la Cooperativa: Misión, Visión y Valores. Se le entrega una serie de documentación donde se recoge toda la información que se le ha comunicado para que le sirva de apoyo, además de la memoria anual corporativa. También se le hace partícipe de la importancia de su actitud en la empresa que puede afectar directamente tanto a los compañeros, como a los clientes que trata: proveedores y aliados.

Se realiza anualmente una jornada denominada "Foro de los Trabajadores" en la cual se refresca toda la información de empresa, misión/visión/valores, y los puntos claves del código de conducta. Se informa también del estado de la empresa, de las actuaciones realizadas: mejoras de fábrica, actuaciones medioambientales, acciones sociales a asociaciones locales, etc...

Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

9.1. Información adicional

Se trabaja orientados en estas cuatro áreas:

- Responsabilidad social en el trabajo: Desarrollo del plan premiado con el premio de responsabilidad social Aragón en el año 2013, mantenemos su espíritu y lo vamos actualizando a los nuevos retos que aparecen.
- Acción social, con aportaciones económicas a diversas asociaciones y de cesión de espacios comunes de las oficinas a entidades de carácter social
- Gestión ambiental, con incidencia en reducción de residuos, contaminantes y consumos energéticos
- Económico, con aportación del CASH FLOW SOCIAL, que valora la contribución de la empresa en el desarrollo económico de la sociedad a través de: trabajadores, socios, Inversiones en activos, devolución de la deuda e impuestos y donaciones

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 específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

10.1. Información adicional

El Cuadro de Mando estratégico de nuestra Cooperativa establece los objetivos estratégicos para el período 2019/2021. Dentro de dicho Cuadro de Mando Estratégico se

contempla una perspectiva ?Social y Medioambiental? que contienen tres objetivos estratégicos específicos para ese período con expresión de los indicadores que se utilizan para medir la consecución de dichos objetivos.

Por tanto, se disponen de objetivos e indicadores que se van actualizando mensualmente y se informan en las reuniones mensuales que se dispone entre los portavoces de cada departamento. Los indicadores y objetivos se establecen y revisan mediante análisis de riesgos y oportunidades dentro de la gestión por procesos

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

11.1. Información adicional

Nuestra Cooperativa aplica distintas encuestas a los clientes según sus diferentes segmentos de actividad: el cliente externo (mataderos que compran el animal vivo) y el cliente interno (socios de la cooperativa que consumen pienso, productos médicos, genética y servicios técnicos veterinarios y logísticos para sus granjas de madres o de cebo).

Al segmento de clientes externos, el Dpto Comercial les ha venido aplicando anualmente hasta 2017 una entrevista estructurada con 4 dimensiones de satisfacción a valorar. A partir de 2018 se aplica un Cuestionario de Satisfacción, con periodicidad anual compuesto por 8 ítems a valorar y un apartado de comentarios y sugerencias. Este año el porcentaje de respuesta ha sido del 100% con una puntuación promedio de 8,92 sobre 10, manteniendo el nivel del año anterior.

A partir de los resultados de esta encuesta el departamento comercial establece los planes de mejora particulares para cada cliente.

Al segmento de clientes internos, compuesto actualmente por 28 explotaciones ganaderas familiares socias de la Cooperativa, el Dpto Comercial les ha venido aplicando hasta 2017 una entrevista estructurada con 8 dimensiones de satisfacción a valorar. A partir de 2018 se aplica un Cuestionario de Satisfacción, con periodicidad anual compuesto por 10 ítems a valorar y un apartado de comentarios y sugerencias. El porcentaje de respuesta en el 2020 ha sido de 74,07% obteniendo una puntuación de 9,37 sobre 10, algo superior al año anterior (9,02). A partir de los resultados de esta encuesta se elaboran los planes generales y otros particulares de mejora para cada cliente

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

A nivel de clientes externos, la continua investigación de mercados, y de la competencia,

así como las encuestas de clientes y otras fuentes de información, permiten a nuestra Cooperativa anticiparse a las tendencias y plantearse estratégicamente la transición a mercados y productos de mayor valor añadido..A nivel de clientes internos, en el ámbito alimentario el desarrollo del producto se centra en la modelización de fórmulas de pienso más adecuadas a cada cliente interno, de manera que se optimice la rentabilidad de la nutrición animal en cada fase de la producción.

- Se dispone de un equipo técnico comercial que visita a nuestros clientes y habla con ellos en continuo diálogo para comprender las necesidades y buscar la manera de aplicarlas al negocio de la empresa.
- Se hacen reuniones mensuales con un portavoz de cada departamento donde el equipo comercialización puede transmitirnos las sugerencias de los clientes y poder debatirlas en un grupo interdisciplinar.
- En el proceso comercialización se analizan riesgos, oportunidades, indicadores, objetivos, estando todo ello claramente orientado al cliente.

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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

13.1. Información adicional

Nuestra Cooperativa posee un Área de Desarrollo e Innovación, fruto de su apuesta por la innovación como herramienta de diferenciación y de valor añadido en procesos, productos y servicios. No en vano, el sector porcino español es altamente competitivo, y el desarrollo y crecimiento de la Cooperativa está condicionado por el desarrollo de nuevos productos y servicios, mejorados y adaptados a nuevos mercados y hábitos de consumo. Desde su creación en 2015, el Área de Desarrollo e Innovación ha ido asumiendo diferentes proyectos que configuran el actual PLAN TECNOLÓGICO que se extiende hasta el año 2021. El conocimiento generado se traduce directamente en ventajas competitivas para los socios de CGC, logrando un mejor estado sanitario y de bienestar de los animales y una reducción de los costes de producción.

En consecuencia, se dispone de un departamento de Ejecución de la Innovación el cual tiene una serie de proyectos tecnológicos temporalizados con indicadores que valoran el grado de implementación y éxito

El tipo de actuación que desarrolla este equipo viene influenciado para estar preparados para los cambios que se preveen en el mercado y/o en la normativa, para poder solventar las inquietudes que nos han comunicado nuestros clientes sobre el servicio que ofrecemos (mejoras en calidad de producto, en servicio, en equipamiento...)

Igualmente se dispone de un proceso de gestión de la innovación, que ha establecido un sistema de generación de Ideas, que se extiende a toda la organización y que se basa en delimitaciones de la Línea Base y del aprovechamiento de las Fuentes de Vigilancia.

Calidad de los productos y servicios

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

15.1. Información adicional

El contacto continuo con el cliente lo mantienen el equipo veterinario y es quien recoge todas las quejas o sugerencias que nuestros clientes pueden tener con respecto a nuestro producto o servicios ofrecidos. Ellos mismos, pueden resolver la mayoría de sus inquietudes en el mismo momento que se generan y, en caso de no ser capaces lo gestionan con el resto de compañeros para darles una respuesta lo antes posible.

Todas estas actuaciones quedan registradas por el departamento de Calidad, el cual dispone de un Procedimiento Normalizado de Trabajo de gestión de No Conformidades donde se recopilan tanto las reclamaciones de cliente como las incidencias que surgen en el proceso productivo. Además, junto con este procedimiento también se analizan las encuestas que se realizan de forma anual de manera anónima donde existe un apartado en el que el encuestado puede proponer puntos de mejora.

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

Todos los piensos que repartimos a nuestros clientes van acompañados con su etiqueta correspondiente donde se indica toda la información para caracterizar el producto ofrecido: nombre, destino al que va dirigido, composición, cantidad, etc...

Además, nuestro equipo veterinario es el principal "comercial" ya que visita a todos los granjeros informando de la gama de productos que disponemos y aconsejando del pienso que debe suministrar para el estado actual de sus animales (primeras edades, engorde, gestación...)

Por otro lado, a nuestros clientes externos, el departamento de comercialización suministra a los mataderos toda la información obligatoria y requerida en forma de documentos que acreditan que los animales se entregan en forma segura y con la calidad contrastada.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

17.1. Información adicional

Desde hace 11 años (2008) se aplica periódicamente una Encuesta de Percepción para conocer la opinión anónima que las personas tienen de la organización y de sus políticas de gestión del personal. La mencionada encuesta se elabora y se revisa teniendo en consideración las necesidades y expectativas. Actualmente la encuesta contiene 17 ítems,

que se organizan en seis bloques temáticos, y un apartado de comentarios y sugerencias, donde cada cual puede realizar sus aportaciones y propuestas de mejora por escrito. En 2020 se ha obtenido una participación del 91% con una nota media de 8,5 puntos sobre 10.

Junto con la Encuesta de Percepción y en el mismo momento, se aplican dos encuestas más: la Encuesta de Liderazgo, en la que las personas valoran a sus jefes directos, y la Encuesta de Reputación, que sirve para conocer la opinión de las personas sobre la Cooperativa. Este año se han mejorado los resultados de ambos apartados obteniendo un valor medio de satisfacción global de 9,1 sobre 10.

Los resultados obtenidos de dichas encuestas se valoran y se observan cuales son los puntos débiles para trabajar en ellos, también se formalizan acciones de mejora conforme los resultados.

Se realizan evaluaciones del desempeño interactivas, donde los empleados nos dan a conocer su grado de satisfacción, entablando un diálogo efectivo que conduce a las mejoras necesarias para incrementar su satisfacción

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 formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

No disponemos de ningún plan como tal donde queden reflejado por escrito medidas adoptadas por la empresa para fomentar la igualdad de oportunidades y no discriminación, pero están dentro de nuestros principios y así se ha ido demostrando a lo largo de los años equiparando el porcentaje entre hombres y mujeres en el cómputo total de los trabajadores, manteniendo este año 2020 un porcentaje del 49% de mujeres frente al 51% de hombres. Además, las últimas vacantes cubiertas en Cooperativa Ganadera de Caspe han sido de personal joven (menor de 30 años), dando oportunidades a la población joven para crecer profesionalmente.

En cuanto a la igualdad de oportunidades, todas las vacantes están descritas con las necesidades que necesitamos cubrir y no discriminamos ninguna solicitud por condición de sexo, raza, edad.... siempre se ofrecen previamente a todo el personal de la empresa por si fuera de su interés la nueva vacante sin distinción de nivel profesional.

El proceso de preselección de personal lo realizamos a través de una empresa externa a la cual se le ha explicado minuciosamente nuestras necesidades a cubrir y en base a ellas, selecciona a los aspirantes basándose en la información curricular del aspirante sin mirar otro tipo de condicionante. Tras esta preselección y para entrevistas personales, participa el responsable del área donde postula el aspirante para que el trabajador que solicita el puesto tenga más información del puesto al que está optando y el responsable de

Cooperativa pueda valorar también las capacidades del mismo.

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 desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

La flexibilidad horaria y las posibilidades de conciliación de la vida personal y profesional constituyen la 6ª necesidad del personal de base y la 2ª de los directivos y mandos medios. Nuestra Cooperativa mantiene una política de facilitación de la flexibilidad horaria, que se supedita a las necesidades personales, de amplio margen de libertad para la programación de vacaciones al margen del período estival, de disposición de días libres por necesidades personales con acuerdo de recuperación y de aceptación de excedencias. Todo ello, en respuesta a las necesidades particulares de cada persona. También se pone a disposición de los trabajadores servicios de apoyo adaptados a sus necesidades para paliar problemas o circunstancias puntuales, como , por ejemplo, la oficina "satélite" que Cooperativa Ganadera de Caspe dispone en Zaragoza.

En resumen se ofrecen las siguientes actuaciones para la conciliación:

- Reducción de jornada
- Flexibilidad horaria
- Jornada intensiva
- Jornada partida

Se dispone de un formulario accesible a cualquier trabajador para exponer sus necesidades para que un comité específico pueda realizar un análisis particular (y reservado) de cada caso individual para estudiar y valorar que medida puede ser la que mejor encaje para la conciliación.

En las encuestas de satisfacción, este aspecto es uno de los que se valoran con mayor puntuación

En este año 2020 hemos reestructurado las oficinas para cumplir con la normativa COVID19 además de cumplir con todo lo recomendado: hemos habilitado nuevos puestos de trabajo para respetar la distancia de separación, hemos instalado mamparas separadoras, hemos suministrado mascarillas quirúrgicas y FFP2, desinfección diaria de los puestos de trabajo, ventilación continuada del edificio, toma de temperatura, gel desinfectante en todos los puestos de trabajo... se puede decir que se ha hecho un buen trabajo por parte de los trabajadores y empresa ya que la incidencia de virus ha sido mínima.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo

proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

20.1. Información adicional.

Para identificar las necesidades formativas se realiza una evaluación de las mismas en base a la Evaluación de Riesgos, adquisición de nuevos equipos, incorporación de nuevas tecnologías, desarrollo de nuevos procedimientos...

Alguna de estas necesidades pueden suplirse con formación interna y las que no se puede, se contratan con empresas con probados conocimientos de la materia a impartir.

Además disponemos de otra vía de obtención de necesidades formativas y es mediante la comunicación directa con los trabajadores. Todas las necesidades solicitadas por los trabajadores son valoradas, y en caso de que se compruebe su idoneidad, son ofrecidas al trabajador. En este año 2020 se ha desarrollado la formación online o a distancia debido a las circunstancias pandémicas siendo muy bien aceptadas por nuestros trabajadores.

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?

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

25.1. Información adicional.

Se dispone de una planificación de las acciones sociales dentro del marco del proceso normalizado "Acción Social". La empresa dispone de 5 vías a los que destina su acción social:

- 1- niños y jóvenes con el deporte
- 2- Integración de las personas con discapacidad
- 3- Medio Ambiente
- 4- Mujeres en el medio rural
- 5- Música y Cultura.

En este año 2020 se ha colaborado con 12 entidades.

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 desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

26.1. Información adicional.

La estrategia social y medioambiental de la Cooperativa está recogida en la perspectiva "Social" del Cuadro de Mando Estratégico 2019/2021, que abarca 3 Objetivos estratégicos. En la Cooperativa el Grupo de Interés "Sociedad" está segmentado en cuatro líneas de actuación: acción social y formación, instituciones públicas, medio ambiente y sector económico-empresarial.

En los planes y proyectos estratégicos hay un presupuesto anual destinado a fines sociales ya sea a asociaciones en concreto con las que ya se haya pactado la acción social o para otro tipo de asociaciones o actuaciones que, sin estar planificadas, nos parecen interesantes participar por su contenido en el desarrollo local de nuestra comunidad.

A fin de año se recogen todos los resultados y se analizan para ver la idoneidad de las ayudas para prorrogarlas para el siguiente año o mejor destinarlas a otras organizaciones.

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 difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

27.1. Información adicional

Nuestra Cooperativa constituye un claro referente empresarial y económico en Caspe y su comarca. Consciente de su responsabilidad, la Cooperativa aplica una encuesta a sus personas sobre la reputación de la empresa, que contiene 5 ítems y un apartado de comentarios y propuestas de mejora. En esta encuesta se mide la opinión que poseen sobre la reputación de la Cooperativa entre las personas que trabajan en ella.

Desde hace 13 años, para favorecer la implicación de las personas en la organización, anualmente se organiza un "Foro de Trabajadores", que pretende potenciar las relaciones humanas más allá de lo estrictamente profesional en un empeño por "acercar la Cooperativa" y lograr que las personas la sientan como suya. En dicho foro, se tratan de todas las acciones que la empresa está realizando. En el año 2020, este encuentro de trabajadores ha sido cancelado debido a las restricciones sociales y sanitarias por el Covid-19. El responsable de cada departamento ha sido el encargado de comunicar las acciones a realizar.

Todas las actuaciones quedan anunciadas y publicadas posteriormente en nuestra página web y facebook.

En este año 2020 se han desarrollado algunas actuaciones de parte de los trabajadores de Cooperativa junto con otras entidades:

- El primer fin de semana de febrero de 2020 junto con el Club Deportivo Caspe en colaboración con otras entidades entre ellas nosotros, reunimos a más de 600 personas en la lucha contra el cáncer. Durante el sábado tuvieron lugar numerosas charlas y actos informativos sobre la enfermedad y culminaron al día siguiente con un andada popular adquiriendo el dorsal por 3€. Además Cooperativa Ganadera de Caspe ofreció de la mano

de sus empleados voluntarios un almuerzo saludable a todos los participantes. Todo lo recaudado fue destinado a la AECC.

- También en colaboración con C.D. Caspe y otros patrocinadores del equipo, en conmemoración con el Día Mundial contra el Cáncer de Mmama (19 octubre) se pusieron a la venta camisetas con el lema "CASPE SACA PECHO POR ELLAS". Toda la recaudación fue íntegra a la Asociación Española contra el Cáncer.

- Por último en octubre de 2020 pasamos a formar parte de la Alianza para la Vacunación infantil junto a Obra Social la Caixa y Gavi, the Vaccine Alliance a través de colaborador de plata.

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?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

Todas las actividades realizadas por el centro se publican en nuestra página web y en facebook con fotografías y comentarios animando a la gente a que dejen su opinión en estos medios.

Se dispone de un indicador que mide el impacto de las noticias publicadas el cual nos indica que actividad ha sido la que más ha gustado y puede servir para ayudar a la toma de decisiones para futuras aportaciones

Además anualmente se publica la Memoria Anual Corporativa donde se recogen todas las actuaciones más significativas realizadas por la empresa. Este memoria puede visitarse en la web de la cooperativa en formato digital y puede adquirirse en formato físico en nuestras instalaciones.

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 evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

29.1. Información adicional.

La gestión medioambiental de la Cooperativa se traduce en el control de múltiples indicadores de impacto, que han permitido mejorar notablemente los consumos de los recursos naturales, los residuos y propiciar la reutilización. La fábrica de piensos posee autorización ambiental integrada del Instituto Aragonés de Gestión Ambiental actualizada en el 2019, que incluye control de vertidos de aguas residuales, control de emisiones a la atmósfera y control de emisiones de ruidos. También se controlan los residuos peligrosos (envases contaminados, productos químicos y medicamentos) y no peligrosos (papel,

cartón, palets y plásticos). En la cartera de proyectos tecnológicos tiene un importante protagonismo los de carácter ambiental: gestión de residuos, reducción de contaminantes y eficiencia energética, etc.

También se dispone de:

- Un proceso normalizado "Medio Ambiente" con establecimiento de operaciones, indicadores, objetivos, etc, así como mecanismos de mejora.
- Proyectos a corto y medio plazo para la reducción de impactos al medio ambiente: Eficiencia Energética, Revalorización de productos
- Indicadores del seguimiento de dichas actuaciones.

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.

En 2016, la Cooperativa procedió a inscribir su huella de carbono en el correspondiente registro del Ministerio de Agricultura y a asumir los compromisos de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. De hecho, la reducción del 5% anual de emisiones de CO2 por Tm de pienso producido constituye un Objetivo (O24) del Cuadro de Mando Estratégico 2019/2021.

La cartera de proyectos tecnológicos y sus principales resultados se dan a conocer tanto interna como externamente en la página web y otros mecanismos de difusión, como por ejemplo la memoria anual.

A demás los trabajadores somos conocedores de los proyectos que realiza la empresa para la reducción del impacto medioambiental, ya que nosotros mismos estamos implicados en mayor o menor medida en ellos. Se informa en las reuniones mensuales con los portavoces de cada departamento del estado de los indicadores que valoran los planes de eficiencia energética.

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?

Se comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

32.1. Información adicional

Se informa a todo el personal de los proyectos en los que se está trabajando ya que con su implicación se consigue el éxito en la reducción del impacto medioambiental y por

consiguiendo el coste energético. Mantenemos y actualizamos a medida que mejoramos nuestras instalaciones la Autorización Ambiental Integrada, compendio del cumplimiento de toda la legislación medioambiental que aplica a nuestra empresa.

En la memoria anual corporativa de 2020 dada la importancia que consideramos que tiene hemos recogido las principales líneas para la producción sostenible:

- 1- Gestión sostenible de purines
- 2- Implementación del uso de energías renovables: instalación de plantas fotovoltaicas y de autoconsumo.
- 3- Reducción de la emisión de gases de efecto invernadero gracias a la implantación de las mejores técnicas disponibles en nuestras explotaciones ganaderas.
- 4- Eficiencia energética en fábrica de piensos, con la incorporación de nuevas máquinas.
- 5- Estrategia nutricional y diseño de dietas de reducción de impacto ambiental.
- 6- Reducción de la utilización de antibióticos y premezclas medicamentosas y el uso de óxido de zinc.
- 7- Aprovechamiento de recursos mediante sistemas de monitorización a tiempo real de consumos energéticos, de agua y de pienso.
- 8- Establecimiento de sinergias entre agricultura y ganadería
- 9- Cálculo de nuestra huella de carbono como indicador ambiental
- 10- Implementación de sistemas integrados de gestión ambiental
- 11- Conocimiento y exploración de nuevas tecnologías para el tratamiento de purines y reducción de su contenido de nitrógeno y GEIs
- 12- Establecimiento de alianzas con diferentes actores en un desafío común para el desarrollo sostenible.

Así mismo, todos los proyectos son explicados y planteados a los socios en las reuniones del Consejo Rector.

Los clientes tienen acceso a la información relevante medio ambiental de su interés, bien de forma general a través de la información de los proyectos tecnológicos de carácter ambiental o de forma particular a través de nuestro departamento de comercialización

Los resultados y actuaciones medioambientales quedan recogidos en la Memoria de Responsabilidad Social que se publica bienalmente y que se puede obtener en nuestra página web, quedando a disposición de todo el personal interesado

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 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 2 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 3 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 4 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 5 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral

- 6 - Capacitar a las personas de la empresa
- 7 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 8 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 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?

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La gestión ambiental orientada a la eficiencia energética.
Gestión de las personas y de la innovación
El Cash Flow Social

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Valorar a los proveedores además del punto de vista de calidad y precio, desde el punto de vista de Responsabilidad Social en sus actividades.

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?

No