Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

ECOPLAZA 28, S.L.
CIF:B50576248
Avda. Diagonal 14, Nave 28
50197 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

ECOPLAZA 28, SL

02 - Dirección - CP - Población

Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Distribución de productos ecológicos

04 - Año comienzo actividad.

1988

05 - Número de personas empleadas

15

06 - Persona contacto

Belén Martinez

07 - E-mail contacto

comunicacion@ecoplaza.es

08.- Página web

www.ecoplaza.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

Ecoplaza es una distribuidora de productos ecológicos, que desde hace más de 30 años trabaja por mejorar su logística y atención al público. Desde Ecoplaza, queremos contribuir a mantener nuestros ecosistemas y fortalecer a las comunidades más desfavorecidas. Solo trabajamos con productores que respetan al medio ambiente y cuidan la salud de las personas y del planeta. Por ello, miramos detalladamente el dónde y el cómo se han fabricado los productos que distribuimos.

Además, nos encontramos en un momento de transformación de la comercialización tradicional y de gran expansión de la venta online, por lo que también ofrecemos servicios para ayudar a la digitalización de los negocios de nuestros clientes y fortalecer el comercio local frente a los nuevos desafíos tecnológicos a los que se enfrenta.

Todo esto hace que nuestra empresa se vea afectada por temas globales, que tienen relación con la actividad diaria en la forma en la que realizamos el trabajo, pero también en la filosofía y valores que construyen nuestra identidad. Por ello, miramos tanto al futuro como al presente para adaptarnos a desafíos generales que conciernen sobre todo a luchar contra el cambio climático, lograr la igualdad real entre hombres y mujeres y económicos, apoyando al comercio local y las redes de proximidad.

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

Si

2.1. Información adicional

Tanto las Pymes, como pequeñas organizaciones, así como cada persona de forma individual, somos responsables de evitar el deterioro de la salud de nuestro planeta y de cuidar a todos los seres que lo habitan. Todas las personas debemos contribuir en nuestra vida diaria, no solo con gestos o en momentos puntuales.

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 plantea y planifica por exigencia legal (sectores específicos) el impacto de los aspectos sociales y ambientales en la actividad tanto en el corto como en el medio o largo plazo

3.1. Información adicional

Se esta avanzando mucho sobre todo en el ambiental

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 tenemos un presupuesto específico, pero si dedicamos cantidades puntuales y donaciones a proyectos que consideramos se alinean con nuestra filosofía.

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

Sí, hemos trabajado cuáles son nuestros grupos de interés, que relatamos a continuación:

Proveedores de productos ecológicos.

Clientes directos como tiendas, negocios de hostelería y profesionales que se proveen de productos ecológicos que quieren que la empresa distribuidora sea responsable.

Usuarios finales de los productos que distribuimos.

Organizaciones y entidades que aglutinan a redes de productores ecológicos o colectivos relacionados con el sector.

Competencia, colaboración con ella a través fortalecimiento del tejido asociativo empresarial

Instituciones, administraciones, organizaciones internacionales y organismos públicos que establecen requisitos para trabajar con ellos.

Empleados, empleadas y sus representantes.

Medios de comunicación como forma de comunicar de forma responsable nuestro trabajo.

Entidades sociales, ONGS.

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

Realizamos encuestas sobre temas específicos y de forma periódica para mejorar nuestra forma de trabajar y poder implementar nuevos mecanismos.

Además, nuestro equipo comercial está en permanente comunicación telefónica con los clientes, con quienes casi a diario hablan y responden a sus necesidades. Por otro lado, también ofrecemos un soporte técnico de respuesta inmediata.

Otro mecanismo de escucha activa de la empresa son las redes sociales, desde donde interactuamos y conocemos tanto tendencias como mejoras.

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

Una vez llega una nueva persona al puesto de trabajo, se le enseñan las instalaciones, presenta a los compañeros y da indicaciones orales sobre el desarrollo de su labor.

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

Si, especialmente en los departamentos de logística, que es el encargado de los envíos y almacenaje de los productos, y comercial, que está en permanente contacto con los clientes y es quien trasmiten los valores de la empresa.

Además existe un protocolo para la prevención y actuación frente al acoso sexual y al acoso por razón de sexo que se comunica a las personas que trabajan en la empresa.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Actualmente nos encontramos en un proceso de análisis de las medidas que toma la empresa y que ya son actuaciones de Responsabilidad Social aunque no estén ordenadas y evaluadas como tal. Asimismo, queremos implantar nuevas medidas, por lo que estamos estudiando su mejor viabilidad.

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

Nos encontramos en un proceso de evaluación de las medidas de Responsabilidad Social que ya se estaban tomando y que no se contemplaban como tal y redacción de un plan de seguimiento incorporando nuevos pasos.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

11.1. Información adicional

En Ecoplaza tenemos dos tipos de clientes, nuestros proveedores y los clientes finales, que son profesionales, tiendas u hostelería que nos compran productos ecológicos.

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos, casi a diario nuestro equipo comercial habla por teléfono con ellos, lo que permite ajustar muy bien la relación con ellos y sus necesidades más inmediatas.

Además, realizamos de forma periódica encuestas para mejorar nuestros servicios y comunicación con ellos.

Hemos creado un correo electrónico específico de incidencias para que los clientes puedan transmitirnos sus sugerencias.

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

A través de una escucha proactiva de nuestros clientes nos adaptamos a sus necesidades que pueden ser de diversa índole como horarios de envíos, formas de comunicación?

Hemos creado una herramienta y personalizada con un sistema de tickets que facilita al cliente sus gestiones diarias.

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

Una parte fundamental de la filosofía de Ecoplaza es ofrecer a nuestros clientes los productos más innovadores del mercado, por lo que se realiza un trabajo de actualización

constante del catálogo, donde además se incorporan importantes ofertas para facilitar su inclusión en los distintos canales de venta. Además, en la medida de lo posible se asiste a congresos y ferias especializadas y se realizan constantes formaciones al personal de Ecoplaza para que conozcan los beneficios de los nuevos productos y puedan trasladarlos a nuestros clientes.

Calidad de los productos y servicios

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

14.1. Información adicional

Estamos consiguiendo que el cliente se involucre mas y nos ayude a mejorar.

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

Debido a las características de los productos con los que trabaja la empresa se hace un seguimiento exhaustivo de su distribución y correcta recepción por parte de los clientes. Asimismo, en caso de que haya algún problema con ellos como pude ser por ejemplo que Sanidad decida retirar un producto, se informa inmediatamente y se facilita su devolución.

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

Se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos de los productos y servicios así como fechas de consumo preferente o caducidad. Además, existen distintos canales para ello como son la web, contacto con comerciales de calle o call center, envío de catálogos con ofertas y novedades por correo electrónico, WhatsApp y redes sociales.

Hemos creado una aplicación que esta sincronizada con el sistema y salen todas las condiciones especiales que tiene el cliente, además de las características de los productos que ellos consumen habitualmente.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

En las reuniones con los departamentos comercial y de logística escuchamos sus necesidades y realizamos las correspondientes adaptaciones para mejorar su 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.

No se han desarrollado actividades en esta materia. El equipo de Ecoplaza es diverso en cuanto a la nacionalidad y género de sus miembros y se enriquece de las aportaciones de las distintas experiencias de vida y profesionales de cada uno de ellos.

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 la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Ofrecemos a nuestro equipo flexibilidad de horarios para favorecer la conciliación y la corresponsabilidad en la vida familiar.

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.

Diariamente, escucha activa de sus sugerencias y necesidades y semanalmente mediante una reunión con el equipo comercial.

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.

Estamos poniendo en marcha un sistema donde el trabajador en una reunión mensual propone desde su punto de vista en que necesitan formación o que aspectos deberían conocer en su labor para que su trabajo sea mejor para todos

Seguridad y Salud

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

Se realizan formaciones a los trabajadores y se les explica lo importante que es la prevención.

Hemos puesto un panel informativo donde se exponen por escrito todos los planes de actuación, salud, seguridad, protocolo sobre el acoso sexual para que los trabajadores puedan consultarlo en cualquier momento

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.

Se tiene en cuenta la procedencia de los artículos y también el comercio justo

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.

Buscamos proveedores que mejoren los envases de sus productos, que no contaminen. Fuera plásticos, materiales reciclables...

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.

En Ecoplaza no existe ningún plan trazado de colaboración con entidades sociales, pero si se han realizado donaciones de productos a demanda a colectivos que trabajan con personas vulnerables, donaciones anuales a proyectos sociales y colaboraciones con programaciones educativos dirigidos a la promoción de buenas prácticas en la salud en la infancia.

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?

No, no están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

La colaboración de Ecoplaza con entidades sociales tiene una vinculación directa con los valores de la empresa, ya que fundamentalmente se trata de donación de productos ecológicos, pero no tiene repercusión económica en la misma. Contribuye a evitar el desperdicio de comida gracias al empleo de plataformas digitales en las que se ofrece productos con fecha de consumo preferente cercana a un precio muy rebajado.

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

Las acciones de Ecoplaza en materia social son conocidas por los empleados y empleadas y comunicadas a sus grupos de interés a través de redes sociales.

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

Estamos trabajando en el desarrollo de un plan de comunicación para mejorar la

interlocución con nuestros grupos de interés y difundir nuestra actividad.

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.

El impacto ambiental de Ecoplaza es básicamente el que se produce por el uso de los vehículos que utiliza en su red de distribución, ya que no emplea maquinaria y las naves cuentan con luz solar la mayoría del tiempo. Actualmente se está estudiando la colocación de placas solares para nutrir de energía a las oficinas y naves y la compra de vehículos eléctricos. Las rutas de distribución se estudian y modifican para optimizar al máximo los recursos fósiles empleados.

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?

No existen actividades en marcha

30.1. Información adicional.

Se evita usar el plástico en los productos fomentando el uso a granel

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

Reutilizamos todas las cajas que nos envian para a su vez enviar nuestros pedidos a nuestros clientes, entre otros proyectos que estamos empezando a implantar

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

Los empleados conocen los mecanismos y protocolos de reciclaje y reutilización directa de los materiales del almacén.

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

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El punto fuerte de la empresa es todo lo que rodea a la industria a la que se dedica, la producción ecológica, ya que los valores de este sector son extensibles a la Responsabilidad Social del negocio. Hacer de puente entre productores y vendedores sin romper la cadena de producción sostenible y respetuosa con el medio ambiente y con la sociedad es la mayor fortaleza de Ecoplaza.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Ecoplaza tiene un amplio margen de mejora en su vinculación con el entorno que la rodea y en el fortalecimiento de alianzas con grupos empresariales, vecinales, asociativos... con los que poder compartir experiencias de mejora social, economía y medioambiental.

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 y tiene un compromiso público 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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.