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

# RSA - PYMES

**Empresa evaluada**

**LARSAN GESTIÓN VITIVINÍCOLA S.L.**
CIF:B22384473
Crta. A-1605, Km. 11,200
22587 - Laguarres
Huesca

## DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

**01 - Denominación de la organización**

LARSAN GESTIÓN VITIVINÍCOLA S.L.

**02 - Dirección - CP - Población**

CRTA. A-1605, km. 11,200 - 22587- LAGUARRES (HUESCA)

**03 - Sector. Actividad**

Bodega elaboradora y comercializadora de vinos con denominación de origen Somontano

**04 - Año comienzo actividad.**

2005

**05 - Número de personas empleadas**

3

**06 - Persona contacto**

Enrique Larruy Santolaria (propietario)

**07 - E-mail contacto**

info@baldisabena.com

**08.- Página web**

www.baldisabena.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**

A nosotros nos afecta sobre todo el tema medioambiental. Al estar enclavados en el medio rural y desarrollar una actividad relacionada con el sector primario, el desarrollo de nuestra actividad desde el campo a la mesa está directamente relacionada con la normativa y políticas medioambientales, que nos exigen estar siempre al día en cuanto al consumo de insumos como el agua, energía, residuos. La normativa cada vez más numerosa, te hace estar en constante renovación y adaptación.

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

Si

**2.1. Información adicional**

Mi respuesta es sí, pero con matices. Nos podemos enfrentar a retos medioambientales porque contamos en la empresa con la gente formada o se contratan los servicios de asesoría para poder dar cumplimiento a las obligaciones y a nuevas metas que nosotros mismos nos imponemos. Es totalmente necesaria la especialización y la externalización de servicios sobre todo en pymes de pequeño tamaño donde el personal es menos numeroso.

**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**

La normativa evoluciona tan rápido que nos exige adaptar e implementar nuevos retos constantemente.

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

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

**4.1. Información adicional**

Este año se ha dispuesto una pequeña partida ya de forma anticipada para afrontar esos retos.

**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**

Tenemos identificados aparte de los trabajadores y clientes, a otros organismos como asociaciones con los que colaboramos.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

**6.1. Información adicional**

Son organizaciones cercanas a nuestro entorno u ámbito laboral con las que mantenemos reuniones donde intercambiamos impresiones e información.

## 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**

Cuando un nuevo trabajador comienza en la empresa o vienen personas a trabajar de forma puntual por una carga excepcional de trabajo como puede ser el embotellado de partidas grandes, se le entrega la documentación informativa sobre la política de empresa, explicándoselo personalmente por parte del propietario ya que se trata de una pequeña empresa, y la cercanía creemos que es un punto a favor.

**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**

Se les da anualmente formación al respecto.

## 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**

Durante este año nos hemos formado en ese aspecto y hemos establecido primeras pautas

del Plan de Responsabilidad social a las que hemos sometido a debate y evaluación en el tiempo.

**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**

Se ha elaborado unas pequeñas directrices con objetivos generales que se están implementando.

## 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**

Como además tenemos una relación muy cercana y de trato muy personal, conocemos muy al detalle la satisfacción de cliente. También con encuestas anuales vía email.

**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 su implantación

**12.1. Información adicional**

Aunque no estamos certificados en la norma IFS todavía, tenemos un plan de implantación de la norma en el que el cliente y la medición de su satisfacción es punto clave.

### 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**

Se estudian la posibilidad de elaborar y lanzar al mercado nuevos productos con una investigación de materias primas, costes, necesidades o peticiones de los clientes, acciones de promoción, evaluación de resultados en función de ventas y mercados. Se está en constante innovación y salida a mercado de nuevos productos.

### 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**

Se van publicitando aspectos sociales y medioambientales de los productos comercializados.

**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**

Hay un protocolo de servicio post venta normalizado, por lo que si se da alguna incidencia, se activa el protocolo establecido para revertir y normalizar la situación: recogida por parte de la empresa del producto incorrecto u anómalo, reposición de nuevo material, evaluación y medidas correctoras de lo sucedido.

**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**

Nuestros productos llevan incorporado un QR con toda la información nutricional y demás de los productos.

**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

**17.1. Información adicional**

Al ser 3 trabajadores, la relación es muy cercana por lo que se recogen diariamente sus necesidades y opiniones. Una de las premisas de la empresa, es la satisfacción de los empleados. Se establecen encuestas anuales de evaluación y mejora.

**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.**

Al ser 3 trabajadores, en las reuniones que se mantienen se tratan y se da formación en este aspecto. Nunca ha habido ningún problema en ese aspecto. Es muy importante el valor humano de nuestra organización.

## 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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.**

Por escrito no se han plasmado pero todos los trabajadores tienen la suficiente confianza de dirigirse a la empresa para comentar situaciones personales de conciliación familiar, o por ejemplo cuando por creencias religiones en determinados momentos del año, necesitan una adaptación del horario por estar en ayuno. Se estudian personalmente las necesidades de cada trabajo ya que repito, una pieza fundamental de la empresa son sus trabajadores.

## 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.**

A principio de año se presenta una planificación anual de formación, consensuada con los trabajadores, y en diferentes ámbitos y en consonancia con la actualidad del momento.

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

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

**21.1. Información adicional.**

Se forma al personal viendo las capacidades que pueden adquirir y que puedan progresar laboralmente.

## Seguridad y Salud

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

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo,

con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

**22.1. Información adicional.**

Con el protocolo de la norma IFS, se lleva un control de las incidencias laborales para poder implantar mejoras que reduzcan riesgos.

## 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 prima la compra de materia prima a proveedores con sello de calidad medioambiental y también de km. 0, de cercanía. Apostamos por poner en valor nuestro territorio con un alto valor medioambiental.

### 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 verdad es que no nos habíamos planteado el pedir a nuestros proveedores si tenían impuesto un PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. Pero a raíz de esta formación queremos implicarnos en este aspectos y conocer más a nuestros proveedores desde este punto de vista. Primábamos solamente aspectos medioambientales y de cercanía (preferimos claramente proveedores locales e incluso pequeñas empresas que grandes multinacionales) aunque en sectores como el vidrio es difícil.

## 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 con actividades culturales desarrollados a nivel local y comarcal, apoyando

iniciativas deportivas, acciones culturales de las diferentes asociaciones, ferias de todo tipo, etc.

## 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 y con planes de acción específicos

### 26.1. Información adicional.

Desarrollamos colaboraciones implicando a todo nuestro entorno ya que estamos enclavados en un núcleo pequeño, rural y con una baja densidad de población, donde todos conformamos una pequeña comunidad donde todos nos intentamos ayudar en todo lo posible y buscar sinergias entre todos de cara a publicitar nuestro entorno sobre todo natural a los visitantes de la comarca que principalmente provienen de la comunidad autónoma vecina (Cataluña).

## 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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

### 27.1. Información adicional

Consideramos a todos los miembros de la empresa y colaboradores externos, como una pequeña gran familia, donde caben todo tipo de opiniones y propuestas. Se estudian todas las propuestas de colaboración e implicamos a todo el personal a participar. Medimos el impacto y fomentamos el feed back entre todos los miembros de la empresa. La persona externa que se encarga del tema de comunicación y redes sociales mide la incidencia de todas las acciones desarrolladas y publicitadas.

## 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

Desde hace 4 meses tenemos una persona freelance de la zona que se encarga de los tema de comunicación de la empresa, y se encarga de publicitar y medir el impacto sobre todo en redes, de nuestra campañas de apoyo social y colaboraciones.

## 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.**

Se llevan a cabo medidas de reciclaje y reducción de residuos, ya que los clientes nos demandan más compromiso medioambiental.
Estamos muy concienciados con el cuidado del entorno y medio ambiente donde desarrollamos nuestra actividad y eso es prioritario para nosotros.
Establecemos objetivos de mejora en este ámbito y cada 6 meses son revisados.

### 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.**

Sobre todo, se comunica internamente sobre todo, para una correcta implantación, formando a los trabajadores de porque se han abordado esas medidas.
De cara al exterior, se informa a los clientes cuando requieren información y en el último año, en redes sociales.

### Economía circular

**31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?**

La organización ha comenzado a integrar los conceptos de la economía circular en sus operaciones y cuenta con objetivos y un plan de acciones para su desarrollo.

**31.1. Información adicional**

Se han implantado acciones de reciclado, el estudio de implantación de energías renovables como fuente principal de energía en la empresa, pero un plan de economía como tal por escrito no se cuenta.

### 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

Desde hace dos meses hemos comenzado también en redes sociales pero estamos iniciando el camino.
Se comunica a clientes y trabajadores de forma sistemática y puntual.

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

7

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

Somos una empresa enclavada en el medio rural, en contacto con el medio ambiente, por lo que priorizamos la fuente de obtención de nuestra materia prima, la uva, por encima de cualquier beneficio empresarial. El cuidado de nuestro entorno en nuestra premisa.

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

Quizá lo que constituye una potencialidad que es el desarrollo de nuestra actividad en contacto directo con el medio ambiente, a veces nos supone muchos quebraderos de cabeza. Por ejemplo: la gestión y reciclaje de nuestros subproductos, nos supone un gran quebradero de cabeza ya que las empresas de gestión de residuos al encontrarnos lejos de núcleos de población en muchas ocasiones no te prestan el servicio con lo que es difícil gestionar ese tema. El tema de la localización en el medio rural, supone ciertas potencialidades pero también problemas de gestión.

### 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 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.