

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

#### **PASTORES GRUPO COOPERATIVO**

CIF:F50692565

Mercazaragoza. Camino Cogullada 65 Edif.

Pastores C/G

50014 - ZARAGOZA

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### **01 - Denominación de la organización**

Pastores Grupo Cooperativo

#### **02 - Dirección - CP - Población**

Camino de Cogullada s/nº, Mercazaragoza, Edificio Pastores. 50014 ZARAGOZA

#### **03 - Sector. Actividad**

Producción, transformación y comercialización de ovino.

#### **04 - Año comienzo actividad.**

1981

#### **05 - Número de personas empleadas**

165

#### **06 - Persona contacto**

Antonio Aparicio Peña (Director de RRHH & RSC)

#### **07 - E-mail contacto**

[aparicio@oviaragon.com](mailto:aparicio@oviaragon.com)

#### **08.- Página web**

[www.grupopastores.coop](http://www.grupopastores.coop)

### 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**

La gran despoblación que esta sufriendo el medio rural, así como el encarecimiento de la alimentación derivado de crisis energética, de materias primas,...son las tendencias globales que marcan claramente la hoja de ruta de la cooperativa con una estrategia hacia la sostenibilidad, el desarrollo rural y la garantía y seguridad alimentaria en la mejor relación calidad-precio-servicio a nuestros clientes.

En 2024 se han activado protocolos y proyectos para afrontar estos grandes problemas junto con un proyecto de colaboración con DPH y otras instituciones. Pastores de sustitución, pastores compartidos entre varias explotaciones, créditos a relevo en incorporaciones,...

Además se han realizado proyectos de I+D+i para el cálculo de las huellas de carbono en granja y ganaderos, y además, proyectos e innovaciones de IoT para incluir sensores y algoritmos predictivos en las granjas y explotaciones ganaderas que permitan aclimatarlas y adaptarlas mejor al cambio climático y temperaturas extremas que estamos viviendo en la actualidad en ciertas localidades, y que por ende, con unas edificaciones mas sostenibles, uso de parámetros predictivos, cooling y sistemas de refrigeración....adaptando así la ganadería al cambio climático, a través, de proyectos de I+D+i de la cooperativa en colaboración con Gobierno de Aragón y sus PDR.

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

No

**2.1. Información adicional**

Colaborar, cooperar, generar alianzas y sinergias con proveedores y otras empresas es clave para construir juntos una sociedad mas competitiva desde un enfoque colaborativo y agrupado. Cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible precisa de esta tendencia global a la cooperación y alianzas, y así lo entendemos en Pastores Grupo Cooperativo, como parte de nuestro ADN Cooperativo y siguiendo los valores de la Alianza Cooperativa Internacional de cooperación y colaboración que emanan de la Declaración de Valores Cooperativos.

Realizamos visitas y colaboramos con otras cooperativas en proyectos de I+D+i, acciones de benchmarking, intercambios de conocimiento,...

Hay cooperativas como las de fabricación de alimentación animal, que ante el dilema de competir o cooperar, es decir, optar por la opción de luchar en la zona con nuestra formulación e innovación, hemos optado por un camino mas social, de cooperación, produciendo e investigando en común para la comercialización del pienso.

## **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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

#### **3.1. Información adicional**

Actualmente la empresa pivota varios proyectos de I+D con el enfoque de mejora continua de la sostenibilidad del sector, reducción de la huella de carbono, optimización del uso de materias primas y energía, mejora productiva,....

En el nuevo plan estratégico, uno de sus principales pilares es la SOSTENIBILIDAD, y por ello se ha integrado en la estrategia de cada área objetivos y planes hacia la consecución de esa línea estratégica.

Ante el cambio climático y las temperaturas extremas, hemos desarrollado varios planes de I+D+i en colaboración con Gobierno de Aragón para el uso de IoT, Cooling, edificaciones sostenibles, IA predictiva,...para todo ello combinado, lograr obtener unas granjas que permitan adaptarse al cambio climático a los corderos mejorando el bienestar animal y los resultados en (mortalidad, índice de transformación,...) por tanto, siendo mas sostenibles y adaptándonos al cambio.

### **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 la integración de la estrategia los beneficios se redistribuyen en contribuciones de valor a socios y empleados tanto económica como social y medioambiental. Además se destina una partida presupuestaria a acciones de I+D+i. formación y desarrollo como principal motor de los retos económicos, sociales y medioambientales.

## **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**

La política global de RSA de la Cooperativa es el equilibrio y cuidado de todos los grupos de interés de forma armoniosa: sector ganadero, clientes, medio ambiente, sociedad, cultura, emplead@s, instituciones públicas, proveedores, OTRIS,... del impulso de diálogo y cooperación de todos estos grupos de interés aglutinados en torno a la misión, visión y

valores de la cooperativa emanan las estrategias de Pastores Grupo Cooperativo.

Actualmente las nuevas tecnologías han sido claves para este avance, estableciendo un proyecto propio Proyecto Integración Compromiso Cooperativo como canal de dialogo mediante formación, reuniones zonales y WhatsApp de dialogo con los principales stakeholders (Socios, ganaderos, instituciones, emplead@s).

Además, con los clientes se han creado círculos de calidad, visitas, encuentros, redes sociales y este 2018 comenzamos con una APP de diálogo y benchmarking continuo junto con la Asociación de Industrias Alimentarias de Aragón.

El informe de AECCOC de Benchmarking entre gran distribución y sus proveedores cárnicos, es una herramienta de dialogo y mejora continua para la organización por establecer un dialogo claro y pormenorizado por áreas con nuestros clientes y stakeholders, detallado por cada una de las características de la relación (servicio, RSC, atención, producto,...) y además, con una comparativa anual y con otros proveedores y clientes.

Se potencia la figura de los círculos de calidad win.win con nuestros clientes y socio/as mediante diferentes métodos de participación activa (encuesta, focus group, reuniones, círculos de mejora continua,...)

## **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**

Si, son eje clave de nuestro plan estratégico y han participado activamente en la elaboración del mismo. Actualmente en la renovación del plan estratégico horizonte 2023-2025 se esta trabajando conjuntamente su creación con todos los grupos de interés como fuente del mismo.

## **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**

Se firma Código Ético emanado de dirección y comité de empresa por parte de los responsables, directiv@s, tecnic@s,... que en 2020 se ha marcado como objetivo la adhesión por parte del 100% de emplead@s y colaboradores al mismo. Se han realizado campañas informativas sobre la ética y buen gobierno desde el Consejo Rector, Dirección,...hasta proveedores para lograr implantar el mismo.

Se ha implantado el canal de denuncias y el compliance en todos los niveles de la

organización.

**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 establecen cuadros de mando individuales con objetivos y KPI's básicos y se establece con dirección y responsable de despliegue estratégico un dialogo de seguimiento y desarrollo en el que esta visión global y difusión de misión, visión y valores son clave en su trabajo como facilitador de la inclusión de los objetivos y valores globales con los individuales de cada emplead@.

**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**

El plan de RSC versa sobre el equilibrio en todos los grupos de interés:

- Socios.
- Clientes.
- Emplead@s.
- Proveedores.
- Sociedad y Cultura.
- Medio Rural.
- Medio Ambiente.
- Instituciones.
- Sector ganadero.
- Gobierno Corporativo.

**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**

Ver memoria de RSA de Pastores Grupo Cooperativo para mayor detalle, pública en su página WEB e iniciativas ODS.

**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**

Se realizan test de mercado, interlocución directa con nuestros clientes, seguimiento prescriptivo de la venta, círculos de calidad y encuestas de satisfacción.

En 2020 se ha integrado una APP de recogida de información a tiempo real de la VOZ del cliente.

En 2023 y 2024, el informe de AECCOC de Benchmarking entre gran distribución y sus proveedores cárnicos, es una herramienta de dialogo y mejora continua para la organización por establecer un dialogo claro y pormenorizado por áreas con nuestros clientes y stakeholders, detallado por cada una de las características de la relación (servicio, RSC, atención, producto,...) y además, con una comparativa anual y con otros proveedores y clientes.

#### **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**

Mediante una colaboración a tiempo real, entendiendo que nuestra colaboración se basa en aportarle valor, por ende, es clave detectar las posibilidades de negocio de nuestro clientes y desarrollar juntos productos y servicios de aportación de valor añadido.

### **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**

De forma continua con varios proyectos de I+D+i activados, formando parte como business partner de las estructuras comerciales de nuestro clientes en la innovación de productos y generando nuevos formatos y desarrollos partiendo de sus necesidades de forma continua. Como muestra, actualmente de un cordero se producen mas de 280 referencias distintas para adaptarnos a las necesidades demandadas en productos y servicios por nuestros clientes.

Se esta produciendo una mejora continua en el uso de materiales, enfocando siempre a su mayor sostenibilidad, capacidad de reciclaje, reducción de uso,...así como el aumento de la durabilidad de nuestros productos gracias a esta innovación en los procesos de envasado.

La mejora continua hacia la sostenibilidad y circularidad es un mantra en la organización. Para ello, departamentos como diseño de producto, procesos y estrategia, mantenimiento,?están de forma constante repensando nuestro proceso productivo, nuestra forma de trabajar, de comprar, de diseñar el producto,?para lograr cada día, ser mas

sostenibles.

Desde conceptos como la ampliación de la vida útil de producto gracias a cambios de temperatura de producto, envase utilizado, adaptación al cliente y sus procesos logísticos, logramos mejorar la utilidad y vida útil del producto, por ende, fomentando su consumo y minimizando el desperdicio alimentario en un trabajo continuo, día a día, con nuestros clientes.

Generar referencias nuevas de producto adaptadas a cada consumidor, hace que incluso en el consumidor final, en domicilios y hostelería, el producto con una mayor vida útil gracias al trabajo diario de Pastores y su equipo, tenga una mayor duración y por ende minimizar el impacto del desperdicio alimentario.

En el uso de materiales, en el 2021 se comenzaron a sustituir materiales complejos de barrera multicapa por monomateriales de PET tanto en las bandejas de termosellado, como en el film para termosellarlas. Todo ello fue desarrollado junto con mejoras en los procesos de trabajo para seguir garantizando la misma vida útil a nuestros clientes.

En el 2022 se ha completado esta transición de forma que el 100% de nuestras bandejas y film de termosellado, son de monomaterial PET y por tanto 100% reciclables.

Se ha reducido en 2022 en torno a un 7% de peso de material plástico en nuestras bandejas.

Se ha trabajado en colaboración con la gran superficie para reducir el tamaño de las etiquetas de producto y reducir el número de tintas en la impresión. Esto minimiza el gasto de papel, de tintas,?

Las cajas de cartón que utilizamos para logística de producto a granel fresco y congelado son reciclables 100%.

En nuestras etiquetas de producto a consumidor final incluimos los pictogramas para indicar a que contenedor se deposita para el reciclado cada tipo de envase.

En colaboración con la gran superficie, se trabaja de forma continua para rediseñar los embalajes, buscando siempre dos objetivos:

- 1) Minimizar el plástico o cartón utilizado.
- 2) Reducir su tamaño para con ello, no sólo minimizar el consumo del mismo, sino también fomentar un transporte más sostenible moviendo menos m<sup>2</sup> de aire transportado, es decir, fomentando unas bandejas más llenas y por ende, optimizando el transporte.

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

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio,

y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

#### **14.1. Información adicional**

Esta incluido como línea estratégica clave: SOSTENIBILIDAD.

#### **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**

Servicio postventa continuo, constante, con atención diaria al cliente y canales de comunicación directos y rápidos para satisfacer a tiempo real sus necesidades. APP de voz del cliente y continua formación y asesoramiento al cliente como mejora continua de su calidad de servicio. Formamos y asesoramos a nuestros clientes en como llegar de una manera mas óptima al cliente final con asesoría, prescripción del producto, información del mismo,... La formación, los servicios paralelos de asesoría, la atención pormenorizada, el servicio de despiece y logística diaria son parte de este valor añadido de calidad de servicio muy reconocida por nuestros cliente y altamente valorada en las encuestas de satisfacción que se realizan periódicamente.

### **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**

El cuidado del etiquetado, los contratos de colaboración...se hacen de forma mancomunada con nuestros clientes para favorecer la transparencia del producto. La lucha por el etiquetado claro identificando el origen del producto, sus valores nutricionales, su uso, sus cualidades,...es clave para Pastores en su política de transparencia informativa sobre producto o servicio.

### **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**

Anualmente se realizan encuestas de clima laboral, una colaboración continua con comité de empresa, canales de comunicación y mejora del employee experience continuos y entrevistas de desarrollo con el foco en la satisfacción de las personas empleadas anualmente o semestralmente según colectivos.



En 2020, se ha incrementado con énfasis en employee experience, dentro de la política de potenciación del talento y desarrollo en la organización, con un seguimiento por parte de la Adjunta a Dirección de RRHH de la satisfacción del empleado en las áreas, vinculando acciones de comunicación interna y formación a la mejora de dicha experiencia. Además con el COVID-19 se han realizado campañas de participación con los empleados en la construcción e ideas por generar un entorno laboral mas seguro, evitando contactos directos y generando áreas protegidas y entornos seguros frente al COVID.

En 2024, se ha introducido una encuesta impulso de compromiso de 15 ítems que se realiza junto con un programa de reuniones informativas y participativas en todas las secciones de la cooperativa para impulsar el despliegue y conocimiento de todas las personas trabajadoras de la empresa tanto de las estrategias de la cooperativa, como generar el conocimiento y empatía hacia el trabajo realizado por otras secciones, trabajo importante ya que al tratarse de una cooperativa que basa su modelo en la integración vertical, tiene áreas de negocio diferenciadas que es altamente positivo que se conozcan entre ellas y sobre todo, el paraqué y actividad de cada sección.

Tanto de estas reuniones como de la encuesta impulso de compromiso, emanaran líneas de trabajo en gestión del talento y de las personas para el año 2025.

## **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)?**

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

#### **18.1. Información adicional.**

Cooperativa suscrita al Ministerio de Igualdad en el Programa "Mas cooperativas, Mas mujeres". Actualmente, durante los tres últimos años se ha generado comité de igualdad, mas de 100 horas de formación en igualdad y diversidad, generación de comités de mujeres rurales y mejora de las cuotas en Consejo Rector.

En 2021 como principales hitos:

- Se ha formado a mas de 50 personas como agentes de igualdad dentro de la organización.
- Se ha formado y desarrollado de forma conjunta con el comité de empresa el Plan de Igualdad 2020 de la organización, llamado plan de igualdad, inclusión y diversidad ya que abarcamos conceptos mas amplios como la inclusión, diversidad de edad, culturas,... Renovado tras la revisión de objetivos.
- Se ha incorporado 1 mujer mas al consejo rector. (Siendo un referente en igualdad en Consejos Rectores Coooperativas en Aragón).
- Se ha incorporado 1 mujer mas al Comité de Dirección General.
- Se ha nombrado a M<sup>a</sup>José Velilla, como secretaria nacional de Mujeres Cooperativas de

España.

- Se ha creado la COMUNIDAD DE MUJERES EXTRAORDINARIAS.
- Se han realizado formaciones y transferencias de conocimientos con otras cooperativas sobre el trabajo de igualdad en Pastores con (Finlandia, Coop España, Gallicum y Coop Caspe) realizando a su vez un video sobre el papel de la mujer en el medio rural y cooperativismo.
- Por segundo año consecutivo se realiza teniendo como sede en Pastores Grupo Cooperativo siendo un encuentro a nivel nacional con participación activa de Ministerio de Igualdad y mas de 80 mujeres y hombres representantes de Cooperativas Agrarias de toda España siendo Pastores coorganizador y patrocinador.
- Se continua con la política de flexibilidad horaria y facilitación de la conciliación de vida familiar, laboral y ocio.
- Se han realizado promociones internas y planes de desarrollo con énfasis en el relevo generacional igualitario.
- Se ha realizado estudio salarial de equidad de genero incluido en el plan de igualdad de la cooperativa.
- Participación activa en la mesa de la mujer rural del Gobierno de Aragón.
- Se continua con diferentes actividades para la Comunidad de Mujeres Ganaderas Extraordinarias de Pastores.

## **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.**

Se establecen como políticas de empresa, dentro del plan de igualdad y diversidad::

- Jornada flexible a la entrada y la salida (+/- 1 hora).
- Disposición a la carta del trabajador por acuerdo con comité de mas de 40 horas de libre disposición.
- 10 horas retribuidas para asistencias a médicos y especialistas.
- Gestión por procesos y objetivos, que facilitan la autonomía de agenda y horarios en (veterinarios, técnicos, directivos, comerciales,...) (40% personas).
- Se facilita por política de empresa, las reducciones y acomodación de jornada para la conciliación de vida familiar, laboral y ocio.
- 4 meses con horario de verano (coincidiendo con el periodo de vacaciones escolar).
- Teletrabajo en aquellos puestos que lo permitan ( desde 2018 en programa piloto).
- Se incorpora en 2020 el fin de semana largo, con finalización de la jornada en puesto de oficina y técnicos el viernes al mediodía.

## **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.**

Se han realizado este año mas de 6000 horas de formación a empleados con una participación del 87% de los emplead@s y mas de 9000 horas de formación a ganader@s.

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

##### **21.1. Información adicional.**

Nos basamos en un modelo integral basado en la gestión del talento y la autonomía de gestión, basada en que cada trabajador tenga autoconocimiento de su puesto, las competencias, información y conocimientos necesarios para el puesto y potenciar su desarrollo en la organización.

Los planes de formación fluyen de manera paralela en un enfoque mas integral y holístico, ya que el mentoring, la estrategia de la cooperativa, la política de comunicación,...son herramientas paralelas a las políticas de desarrollo profesional, que confluyen en un todo junto con las reuniones de desarrollo entre responsables de área, dirección general y dirección de RRHH.

Los comités de dirección, comercialización, quesos, suministros y EVO,...son figuras que también son pivote y eje de los planes de desarrollo basándose en el conocimiento y la cooperación como motor del desarrollo personal y profesional, y por ende, de la estrategia y objetivos de la cooperativa, trabajando estos objetivos personales y profesionales de forma alineada.

### **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.**

Dentro del programa UY Casi! de prevención de incidentes laborales, se vela por evitar y minimizar los riesgos, gracias a la información que da este programa de posibles situaciones de riesgo. Se trata de un sistema de Prevención de Riesgos, predictivo que nos ayuda a estar en constante mejora en seguridad y salud laboral.

Este año, mas de 30 personas (responsables de área y/o coordinadores) se han formado en un curso de gestión y responsabilidad de la PRL y se les ha incluido en sus objetivos anuales, objetivos y planes de acción vinculados a la mejora continua en PRL.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

##### **23.1. Información adicional.**

Los criterios de circularidad en la compra y el ecodiseño se integran en los procesos de compras. (Mas detalle; se adjuntan memorias de economía circular de Oviaragón y Grupo Pastores)

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

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

##### **24.1. Información adicional.**

Desde la formación a responsables de área y las propias líneas estratégicas de la organización, donde la sostenibilidad es un eje principal, se establecen en los concursos de proveedores criterios medioambientales y sociales en la compra.

## **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.**

- Ferias ganaderas y formación continua al sector ganadero para su innovación, digitalización y mejora de su productividad y sostenibilidad.
- Se integra un labor de divulgación social con Asociación Española contra el Cáncer y otras asociaciones (Salud Mental, Ayuda contra la Ludopatía, Alcoholismo,...) para fomentar la divulgación y prevención con jornadas, publicaciones en post, boletín, whatsapp,...de informaciones clave y otras colaboraciones dirigidas a tod@s los soci@s y emplead@s.
- Servicios de asesoría a ganader@s en colaboración con Gobierno de Aragón.
- Cooperación con otras cooperativas en materias de talento, elaboración y desarrollo de productos,...

- Convenios de colaboración en planes de inclusión social, desarrollo, formación para el empleo,...con diversas asociaciones.
- Trabajo y consumo de productos de centros de inserción social.
- Colaboración en proyectos sociales de la divulgación del pastoreo, ganadería extensiva y medio rural.
- Convenio con Caja Rural de Teruel para becar 1 persona por parte de Oviaragón en sus estudios universitarios.
- Donaciones continuas, periódicas y establecidas a Banco de Alimentos y Muladares de Buitres.

### **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.**

Se creo la Fundación Pastores para fomentar :

- El relevo generacional en el medio rural y ovino.
- La formación y tecnificación del sector.
- La divulgación del oficio de pastor y el ovino a la sociedad.
- La generación de empleo y proyectos de alto valor añadido en el medio rural.
- Evitar el despoblamiento del medio rural.

entre otros fines sociales que se planifican anualmente en el PLAN DE ACTUACIÓN de la Fundación presentado públicamente en Gobierno de Aragón.

### **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**

Se promueven por varios canales de comunicación ON LINE y OFF LINE. Boletín, páginas web, blogs especializados, redes sociales, charlas y foros, ferias ganaderas, prensa, redes sociales, comité de empresa, círculos de calidad,,...

### **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**

Se promueven por varios canales de comunicación ON LINE y OFF LINE. Boletín, página web, blogs especializados, redes sociales, charlas y foros, ferias ganaderas, prensa, redes sociales,...

## **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.**

En 2019 como principal iniciativa se implantaron sistemas de autoabastecimiento en la sede de Mercazaragoza mediante energía solar.

En 2020 se comienza un proyecto Europeo de investigación por el desarrollo de la economía circular junto con Universidad de Zaragoza y otras empresas colaboradoras en el mismo.

Se participa y lidera diversos proyectos de I+D+i sobre huella de carbono, desperdicio alimentario, eficiencia energética, eficiencia de recursos ganaderos,...

### **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.**

Se comienza el proceso de implantación de KPIS de impacto de cambio climático para más allá del trabajo actual hasta la fecha, dotar a la organización de indicadores claves en esta materia.

Tanto en compra de proveedores, estudios de alimentación animal, proyectos de CO2,...se trabaja en varias líneas por la lucha del cambio climático:

- 1) En acciones reales en el ejercicio 23 como reducción de plásticos, cambio de proveedores, reducción de consumo energético,...
- 2) A futuro mediante la realización de varios proyectos de I+D+i aplicados a la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático desde varias áreas: producción, fabricación, manejo de ganaderías,...

### **Economía circular**

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

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

### **31.1. Información adicional**

Actualmente tanto Oviaragón como Grupo Pastores somos poseedores del Sello Aragón Circular entregado por Gobierno de Aragón en 2023, presentando para dicho reconocimiento memorias de circularidad de ambas empresas. Además, varios proyectos de I+D en activo tratan sobre economía circular. (Se adjuntan memorias de economía circular 2023 de Oviaragón y Grupo Pastores).

## **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 integra en 2020 los objetivos de Desarrollo Sostenible en la comunicación ambiental y la memoria de RSA de Pastores Grupo Cooperativo y su página Web y comunicaciones habituales a grupos de interés tanto en el resultado de los mismo como en divulgación y concienciación sobre la importancia de los mismos para obtener un desarrollo sostenible a nivel ambiental y social.

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **Priorización de temas**

### **33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)**

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

### **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?**

## **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

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

Nuestro ADN. Mas de 800 ganaderos de ovino, que dan vida a 400 pueblos y 1.000.000 de hectáreas en Aragón y provincias limítrofes con una estrategia empresarial basada en la calidad y seguridad alimentaria desde una materia prima sostenible, saludable y una empresa gestionada desde el equilibrio de todos los puntos de interés como eje fundamental.

La inclusión de valores como igualdad, compromiso cooperativo, medio ambiente, medio rural, cultura aragonesa, ganadería extensiva y sostenible, satisfacción del cliente,...creemos que son nuestro gran punto fuerte, así como un@s líderes que emanan estos valores en cada una de sus actuaciones en la organización y en su relación con la sociedad.

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

Divulgación a la sociedad de nuestro trabajo y ADN en materia de RSA. El área de comunicación social y Medio Ambiental es uno de los objetivos y áreas de mejora para 2021 que se realizará aprovechando el impulso de los ODS.

## **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 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.