

RSA - PYMES

Empresa evaluada

GREENS CENTER PALACIOS, S.L.

CIF:B50810183

Polígono Industrial La Charluca 23.

50300 - Calatayud

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Greens Center Palacios, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Calatayud

50300

Polígono Industrial la Charluca, 23

03 - Sector. Actividad

Suministro agrícola e industrial.

Instalaciones.

Venta online.

04 - Año comienzo actividad.

1972

05 - Número de personas empleadas

15

06 - Persona contacto

Jorge Palacios 976881669 ext 2

07 - E-mail contacto

jorge@comercialpalacios.com

08.- Página web

www.comercialpalacios.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)

Se consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

1.1 Información adicional

Al ser una empresa que vende al consumidor una gran variedad de artículos de diferentes familias nos vemos afectados a menudo en subidas y bajadas de precios, cambios de embalaje, etc

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

Si

2.1. Información adicional

En una menor escala una PYME se adaptará a los posibles cambios generados por estos factores. A mayor escala puede contribuir de forma significativa pero no podrá ser determinante.

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?

No hay una planificación formal en la organización

3.1. Información adicional

Debido a nuestra actividad no estamos sujetos a ninguna ley de emisiones, reciclaje, etc no nos vemos afectados.

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

Colaboramos como partnes de la asociación AMIBIL y ADIBIL de manera periódica anual y también con proyectos e iniciativas locales puntuales.

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

Diferenciamos los diferentes grupos de interés, segmentando nuestra forma de interactuar con ellos en función de sus características, Dentro de los clientes tenemos grupos de clientes por actividad con descuentos y necesidades especiales, de igual manera con proveedores principales y secundarios.

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

6.1. Información adicional

En un negocio tradicional como el nuestro muchas veces nuestros clientes y proveedores son gente de confianza que nos hacen partícipes de todas sus impresiones, muchas veces sin ni siquiera preguntarlas. De igual manera hacemos nosotros cuando requerimos algún informe especial sobre artículos o precios, por ejemplo.

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

Cuando un nuevo trabajador comienza a trabajar, previamente se le ha expuesto verbalmente nuestro modus operandi, objetivos y filosofía. Al ser una empresa pequeña no es necesario en muchas ocasiones crear material formal para explicar nuestra ideología. Adicionalmente, nuestros empleados se identifican con nuestra empresa porque en un pueblo como Calatayud todos nos conocemos.

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

Respuesta similar a la anterior, de forma verbal y coloquial hacemos que nuestros trabajadores conozcan el rumbo y filosofía de su empresa.

Plan de Responsabilidad Social

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

9.1. Información adicional

Somos partners de la asociación AMIBIL y ADIBIL en Calatayud, colaboramos activamente con ellos a través de una cuota anual y las diferentes acciones puntuales que se realizan

(venta de calendarios, inclusión en ferias locales, rifa de productos propios en beneficio de la asociación). Además de ello colaboramos con acciones puntuales que salen de forma natural (recogida de alimentos, protectora de animales, colaboración con iniciativas diversas)

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

Por el momento no existe, pero como objetivo de 2024 es dar un paso adelante en este aspecto, por eso hemos querido llegar hasta aquí.

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

Como comentaba anteriormente, nuestro negocio es tradicional y la gran mayoría de nuestra clientela es fija y recurrente, con muchos clientes tenemos relaciones de amistad y confianza, cuando ellos lo creen conveniente nos dan su feedback, si en todo caso lo necesitamos, solemos pedirlo. Tenemos dos perfiles de Google donde también recibimos reseñas periódicamente. Cada dos o tres meses junto a las facturas mensuales añadimos una octavilla con nuestro enlace a Google para que nos dejen reseñas.

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

Principalmente por las siguientes vías:

1. Nos dan feedback (sobre precio, características, diferentes gamas, como trabaja la competencia...)
2. Nuestros proveedores nos mantienen al tanto de las novedades del sector que les llegan desde fábricas
3. Es nuestra responsabilidad mantenernos actualizados e intentamos ofrecer lo mejor

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

Conforme se identifican mejoras potenciales en determinados productos (precios, características, embalaje contaminante, etc) intentamos ver como mejorar dicho artículo o buscar una alternativa

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

Principalmente intentamos evitar el embalaje de productos que contengan mucho plástico

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

Contamos con taller en cada punto de venta, donde nos encargamos de reparaciones y puestas a punto, alargando la vida útil de los productos que vendemos. Siempre que vendemos una máquina informamos y animamos al cliente para que cuente con nuestro servicio.

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

Ya sea en el embalaje del producto, en su ficha técnica o de forma verbal comunicamos pros, contras y posibles riesgos

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

Principalmente pequeñas reuniones para conocer el grado de satisfacción y conocer posibles mejoras. Generalmente las realizamos para final de año.

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 desarrollado actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

Por el momento no hemos generado ningún plan de acción sobre este tema. Si que contamos con un protocolo anti acoso y otro contra el abuso sexual.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Existen iniciativas formales para facilitar el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

Nos adaptamos siempre que podemos a las necesidades de nuestros empleados. Parte de la empresa que se dedica a instalaciones realizan jornada continua para fomentar la conciliación. La otra parte con jornada partida disfruta de varios turnos para no siempre hacer la última hora los mismos empleados, de igual manera con los sábados trabajados. Además de ello cuentan con un día libre al mes en calidad de asuntos propios.

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.

A demandas de nuestros empleados y muchas veces a petición de la organización para que principalmente los empleados de servicio técnico se mantengan actualizados,

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.

Asistencia a cursos ajenos a nuestra organización y demostración de nuestros proveedores.

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.

Fomentado por nuestra mutua y su técnico en prevención de riesgos laborales.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

23.1. Información adicional.

En nuestro sector, muchas veces contar con estos criterios trae asociado un precio elevado del producto que nos puede generar no estar a la altura en precios. Sí consideramos productos nacionales haciendo valor de su calidad. Sobre aspectos medioambientales valoramos un packaging eco-friendly así como productos biodegradables o de materiales reciclados.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

En la clasificación y evaluación de proveedores se tiene en cuenta el precio fundamentalmente y la calidad del servicio.

24.1. Información adicional.

Casi todos nuestros proveedores son empresas grandes, muchas de ellas internacionales. Valoramos positivamente tanto precio como servicio de su comercial de zona y servicio directo. Si bien no clasificamos a nuestros proveedores, pues los conocemos y no son tantos, sí valoramos su cercanía geográfica y también si son local o artesanal.

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 con una planificación formal

25.1. Información adicional.

Como he comentado en otro bloque anterior, somos partners de AMIBIL y ADIBIL y

colaboramos con acciones puntuales.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

Se planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

La asociación ADIBIL con la que colaboramos activamente tiene una sección de empleo, la cual somos su proveedor y ofrecemos un servicio y condiciones favorables

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

Además de la comunicación interna con nuestros empleados damos visibilidad en nuestras redes para llegar con mayor facilidad a nuestros grupos de interés y así fomentar que dicha actividad o iniciativa tenga mayor repercusión

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 estas actividades se comparten en todas nuestras redes además de la presencia en tienda de cartelería y exposición. Hoy en día el impacto en redes es fácil de cuantificar y muchas veces identificamos que este tipo de contenido tiene un alto engagement con nuestros grupo de interés clientes.

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 llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

29.1. Información adicional.

Reciclamos de forma activa, segmentamos principalmente el cartón (nuestro mayor material de residuo generado) con una empacadora para su posterior recogida por parte de una empresa de reciclajes. De igual manera con el metal no útl, aunque en este caso no producimos prácticamente nada.

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 a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

Todos los empleados son conocedores del protocolo de gestión de residuos que existe y se respeta al máximo.

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

En nuestro taller reacondicionamos máquinas usadas para darle una segunda oportunidad. En nuestra tienda online todos los embalajes se hacen mediante material reciclado

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

Se informa de nuestra forma de proceder a todo aquel que se interesa por el tema

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 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 3 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 4 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 5 - Capacitar a las personas de la empresa

- 6 - Disponer de presupuesto
- 7 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 8 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

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?

Productos de calidad, asesoramiento personalizado, servicio posventa, baja generación de residuos y nulas emisiones, clima laboral positivo, trabajo en responsabilidad social corporativa

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Mayor consideración por procesos de producción sostenibles en nuestros proveedores, mejora en protocolos de satisfacción de empleados y clientela

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 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 12. Producción y consumo responsable.