

## RSA - PYMES

---

### **Empresa evaluada**

**COMERCIAL GUIRALSA, S.L.**

CIF:B22291058

Ronda de la Industria nº:111.-

22006 - Huesca

Huesca

### **DATOS DE LA ORGANIZACIÓN**

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

COMERCIAL GUIRALSA S.L.

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

POLÍGONO INDUSTRIAL SEPES

RONDA DE LA INDUSTRIA 111

22006 - HUESCA

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

AGRICULTURA Y GANADERÍA, COMERCIO Y ESTABLECIMIENTOS, Y COMERCIO ELECTRÓNICO.

INTERMEDIARIOS DE COMERCIO, COMERCIO AL POR MAYOR DE PRODUCTOS ZOOSANITARIOS, COMERCIO AL POR MAYOR DE PIENSOS, CEREALES, PLANTAS, ABONOS, SEMILLAS Y ANIMALES.

#### **04 - Año comienzo actividad.**

##### **HISTORIA**

Comercial Guiralsa inicia su actividad en enero de 2005. Nace del traspaso por parte de Comercial Rivera de su negocio y del alquiler de sus instalaciones en el Polígono SEPES, en Ronda Industria número 111 de la capital oscense. Nos convertimos entonces en distribuidores de los productos de la Corporación Alimentaria de Guissona en Huesca en lo que se refiere a suministros agrícolas y ganaderos.

Comenzamos siendo prácticamente una empresa ¿familiar? de 3 trabajadores. Los comienzos son extremadamente difíciles y tras aproximadamente tres años, nos planteamos el inminente cierre. Decidimos dar un giro a nuestra estrategia de negocio, dejamos de ser distribuidores de Corporación Alimentaria de Guissona y buscamos nuevos proveedores y alianzas: con CADEBRO (Cooperativa del Valle del Ebro) en lo que a alimentación animal se refiere, que confían en nosotros para la distribución de sus productos en toda la provincia de Huesca, y con otras marcas y laboratorios relevantes a nivel nacional de forma directa, sin intermediarios.

Comercial Guiralsa pasa a tener personalidad propia, y es independiente para tomar sus propias decisiones, ¿su propio camino?. Es a partir de entonces cuando a pesar de la incertidumbre por el cambio, y no sin un gran esfuerzo de su equipo de trabajo, empieza a

crecer y triplica su facturación en poco más de un año. Con esta nueva y mejor perspectiva de futuro, con la reinversión del beneficio y nuevas líneas de financiación a las que ahora tiene acceso, renueva equipos informáticos, adquiere elementos de transporte, aumenta y especializa su plantilla, y estas mejoras culminan con la compra y reforma de las instalaciones en las que se encontraba hasta entonces de alquiler.

Todo nuestro esfuerzo y trabajo hubiera sido en balde sin la confianza y fidelidad de nuestros clientes en los momentos más difíciles. Tampoco hubiera sido posible sin la unión de sus trabajadores, que confiaron y creyeron siempre en este proyecto.

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

Somos 9 empleados compuesto por:

- Director General
- Veterinario
- Ingeniero técnico agrícola
- Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
- Mecánico
- Mozo de Almacén
- Personal de tienda con diferentes cualificaciones.

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

Diego Alfonso Pascual Nadal

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

diego@guiralsa.com

#### **08.- Página web**

Tenemos nuestra página web corporativa:

<http://www.guiralsa.es>

Otras tiendas online que gestionamos:

[tienda.guiralsa.es](http://tienda.guiralsa.es)

[www.pastorelectrico.com](http://www.pastorelectrico.com)

[www.boxesparaperros.es](http://www.boxesparaperros.es)

[www.arearural.es](http://www.arearural.es)

[www.paracaballos.es](http://www.paracaballos.es)

Además de nuestras redes sociales como facebook, instagram y canal de youtube.

### **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**

Desde COMERCIAL GUIRALSA no somos ajenos al mundo que nos rodea y tratamos de dar ejemplo mediante nuestra conducta y con pequeñas acciones que llevamos a cabo dentro de nuestras posibilidades. Tenemos unos valores que tienen en cuenta las circunstancias y los entornos generales políticos y económicos, sobre todo a lo que respecta al medio ambiente y la interacción con el mundo rural, que es en el que llevamos y para el que llevamos trabajando más de 15 años.

COMERCIAL GUIRALSA es una entidad generadora de empleo cualificado, de calidad e indefinido en nuestro entorno más próximo. Con unas condiciones laborales y salariales por encima de la media del sector. También damos gran importancia a la conciliación de la vida familiar y personal. Tratamos de crear un equipo con unas relaciones sociales saludables, fomentando el desarrollo personal y profesional, para ello también apostamos por una formación continua de nuestros empleados.

COMERCIAL GUIRALSA ha crecido de una forma estable y continuada en el tiempo, asegurando ante todo la supervivencia y estabilidad de la empresa, sin olvidar un compromiso firme de cumplimiento de la legalidad económica, mediambiental, social y laboral existente.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Considero que toda aportación es útil. Todos podemos comunicar e influenciar a nuestro entorno más cercano, desde un autónomo a una PYME. Obviamente nuestro impacto en estos aspectos en la sociedad, no será cuantitativamente, el mismo que una gran corporación que dispone de muchos recursos y canales de comunicación.

Pero cualquier persona forma parte de la sociedad con sus pequeñas actuaciones influye en el resto de personas que le rodean.

## **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 incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de

cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

### **3.1. Información adicional**

En la estrategia de la empresa figuran aspectos sociales y medioambientales junto con retos económicos. Aparecen de forma puntual motivados principalmente por normativas legales pero en ocasiones motivados por la sensibilidad de los integrantes de la Organización que los demandan como parte de la estrategia.

### **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 definido para este fin, pero sobre la marcha se realizan aportaciones económicas y contribuciones a proyectos sociales y ambientales. Los realizamos cuando se nos plantea o nos surge la oportunidad a iniciativa de alguna asociación, ONG o a veces a iniciativa propia de nuestros empleados.

## **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.**

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

#### **5.1. Información adicional**

En COMERCIAL GUIRALSA tenemos definidos los principales grupos de interés.

- Los clientes de forma segmentada en función de sus principales preferencias y tipología.
- Los principales proveedores o partners, que forman parte fundamental de la estrategia de nuestra Organización.
- Los proveedores generales.
- Empleados.
- Las asociaciones sin ánimo de lucro de nuestro entorno.
- Asociaciones de comercio, asociaciones de empresarios y empresariales.
- Administraciones públicas

### **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**

Conocemos las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés. El método más utilizado para conocer estos intereses es la conversación o reunión informal, pero también disponemos de encuestas de satisfacción mediante las que medimos y recopilamos las sugerencias de nuestros clientes. Cada vez es más creciente la recogida de esta información a través de formularios online, o la interacción con los grupos de interés a

través de las Redes Sociales.

## **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**

Disponemos de un documento de normas de conducta y pautas de comportamiento, que ponemos a disposición de los empleados desde el primer día de inicio de la actividad. Este documento se modifica y mejora con el paso del tiempo.

### **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**

Anualmente junto con la información acerca de los resultados anuales se informa a los empleados de los nuevos objetivos del año así como el plan a corto y largo plazo. Los valores y razón de ser de la empresa están plasmados en nuestra página web corporativa y se les hace entender a los empleados en sus primeros días de incorporación al puesto.

## **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**

Desde COMERCIAL GUIRALSA queremos unir a nuestra estrategia y objetivos empresariales, retos sociales y ambientales.

Sin tener un plan definido colaboramos con diferentes organizaciones deportivas, asociaciones empresariales, y creamos iniciativas como por ejemplo la campaña anual de huertos escolares en las que tratamos de promocionar la alimentación saludable y el cultivo de nuestros propios alimentos mediante donación de planta hortícola, suministros y herraminetas para su cultivo entre los alumnos de las escuelas del medio rural.

### **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**

No tenemos objetivos. Si que plasmamos los resultados de nuestras acciones por ejemplo

en redes sociales pero sin fijarnos objetivos.

## **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**

En COMERCIAL GUIRALSA tenemos una relación muy directa y cercana con nuestros clientes. Es por ello, que es mediante esta relación y conversación informal la principal forma mediante la cual podemos recibir las quejas o sugerencias de los mismos, de forma directa. También tenemos a disposición de nuestros clientes encuestas de satisfacción que tratamos de forma individualizada, y recogemos información y opiniones por medios electrónicos y redes sociales.

#### **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**

La dirección de COMERCIAL GUIRALSA está implantada en un proceso de mejora continua de los procesos. Hacemos reuniones semanales de desarrollo en las que nos planteamos diferentes formas y mejores de hacer las cosas. Nos cuestionamos continuamente la forma de hacer las cosas, buscando la optimización de los procesos.

### **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**

En COMERCIAL GUIRALSA, comercializamos productos para la agricultura y ganadería. Queremos que nuestro principal punto diferenciador con la competencia sea la calidad de nuestros productos y un buen servicio de nuestro personal hacia los clientes. Entre nuestros valores fundamentales se encuentra la Garantía y Credibilidad, garantía de nuestros productos y credibilidad del personal. Para cumplir con nuestros valores necesitamos proveernos de productos de cada vez mejor calidad y comprobarlos. Y necesitamos controlar los servicios que proporcionamos a nuestros clientes de forma periódica.

### **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 procura tener en cuenta aspectos medioambientales a la hora de ofrecer los productos a los clientes. Nos dedicamos al sector agroalimentario y no podemos obviar la responsabilidad medioambiental que tenemos y es por ello que introducimos en nuestro catálogo cada vez con mayor frecuencia productos ecológicos. También los productos de algunos de nuestro proveedores son socialmente responsables (por ejemplo son producidos por personal en peligro de exclusión social).

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

Se ofrece un servicio postventa integral

##### **15.1. Información adicional**

En COMERCIAL GUIRALSA uno de nuestros valores fundamentales es la Garantía, por la cual si un producto no funciona o no cumple las expectativas, el cliente puede hacer uso de sus derecho de devolución, reparación o compensación. Nuestro trato cercano con el cliente y la "política de empresa" de siempre preguntar al cliente por el resultado de aquellos productos que ha consumido recientemente es nuestro mejor servicio postventa.

En caso de incidencia o reclamación del cliente disponemos de un archivo de reclamaciones en el que se trata cada una de forma individualizada y se trata de llegar a la mejor solución posible para ambas partes, aunque siempre priorizando los intereses del cliente.

### **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

#### **16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?**

De algunos productos se proporciona información sobre sus características

##### **16.1. Información adicional**

De la prácticamente totalidad de los productos disponemos de información y características técnicas. Si el cliente nos requiere alguna información complementaria se le busca dicha información dirigiéndonos al proveedor o fabricante. Incluso nuestra relación directa con los proveedores nos permite hacer uso de ellos y de sus agentes comerciales para que asesoren directamente a nuestros clientes sobre el uso o características de sus productos. Ya que son ellos los máximos conocedores de los mismos.

### **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 COMERCIAL GUIRALSA consideramos el equipo humano, a las personas como factor clave para el desarrollo y crecimiento de la Organización. Somos una empresa pequeña de 9 trabajadores en la que tratamos por parte de la dirección de tener un trato muy cercano con los empleados. Medimos la satisfacción de los empleados de una manera informal mediante este trato cercano y distendido como mediante reuniones individualizadas que realizamos de forma mensual e incluso semanal en el que un punto importante de la reunión es siempre el de quejas y sugerencias. También realizamos evaluaciones del desempeño anualmente y disponemos de buzón de sugerencias y mejoras.

### **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.**

En COMERCIAL GUIRALSA, el equipo humano esta formado por personal joven, y consideramos con unos principios y valores generales abiertos y diversos. No disponemos en estos momentos de planes de Igualdad y no discriminación. Pero considero que estos planes los tenemos interiorizados por todos los miembros de la 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 conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.**

En COMERCIAL GUIRALSA no disponemos de planes propiamente dichos de conciliación de la vida personal, familiar y laboral. Pero, como anteriormente hemos comentado somos una pequeña empresa con trato muy directo con los empleados en los que llegamos a conocer fácilmente las circunstancias de cada uno de ellos y tratamos de ser todo lo flexibles que podemos y nos consideramos altamente sensibles con estos temas.

Una medida que hemos llevado a cabo a pesar de que nuestra actividad cuenta con un establecimiento comercial, es recortar nuestro horario laboral adelantando la hora de cierre a las 19 horas en lugar de las 20 horas en que estaba establecido el cierre.

### **Formación y desarrollo profesional**

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



## **empleadas?**

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

### **20.1. Información adicional.**

En COMERCIAL GUIRALSA consideramos primordial la formación continua de nuestros empleados para el crecimiento personal y el desarrollo de su carrera profesional futura ya sea dentro de nuestra Organización como fuera.,

Intentamos fomentar la formación de los empleados, ponemos a su disposición cursos estándares, así como otros más específicos relacionados con su área de actividad. También les animamos a que nos propongan cursos que ellos consideran de su interés. La Empresa costea el importe de los mismos o los bonifica a través e la Fundación Tripartita.

Además promovemos la formación interna entre los propios empleados ya que disponemos de personal altamente cualificado (veterinarios e ingenieros técnicos agrícolas) que forman a sus compañeros de forma continua en el conocimiento de nuevos productos, nuevas plagas y enfermedades.

También la relación directa con nuestros principales proveedores (PARTNERS) es una fuente importante de formación e información de los últimas novedades en el sector. Al tratarse de empresas más grandes y con las que tenemos intereses comunes, les interesa que nuestro personal este altamente cualificado y nos aprovechamos de sus actividades formativas.

## **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.**

Además de la formación básica de cada uno de las nuevas incorporaciones al trabajo se trata de ofrecer una formación continuada de los empleados en nuevas competencias.

## **Seguridad y Salud**

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

#### **22.1. Información adicional.**

Disponemos de un servicio de prevención de riesgos laborales que se encarga de realizar periódicamente evaluación de los riesgos y seguimiento de cualquier tipo de incidencia.

## **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 tienen en cuenta aspectos sociales y medioambientales a la hora de proceder a las compras de determinados productos y/o se tiene en cuenta las buenas prácticas en este ámbito a la hora de seleccionar a nuestros proveedores.

### **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.**

Existen criterios no escritos a la hora de la elección de nuestros proveedores. Criterios de cercanía, criterios medioambientales y sociales, y por supuesto criterios legales.

### **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 COMERCIAL GUIRALSA colaboramos con diferentes causas sociales, aunque bien es verdad que no tenemos nada procedimentado, ni implantado, salvo el Proyecto de Huertos Escolares. Nuestra colaboración es muchas veces espontánea e informal.

- En el área de alimentación animal y veterinaria colaboramos puntualmente con algunas asociaciones y protectoras de animales. Y esponsorizamos pequeños eventos deportivos (equitación, carreras de canicross,...) con la aportación de producto para los ganadores.
- En el área agrícola tenemos el Proyecto de Huertos Escolares en las que dotamos de producto, suministro y herramientas a aquellos profesores de escuelas rurales que nos lo solicitan para impartir clases de cultivo y alimentación saludable a sus alumnos. También colaboramos con ferias ganaderas rurales.
- A iniciativa de uno de nuestros empleados recogemos tapones de plástico para entregarlos a la Asociación La Sonrisa de Hugo.
- También tratamos de fomentar el deporte mediante el patrocinio de equipos deportivos.

#### **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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización

o de las personas que trabajan en ella

#### **26.1. Información adicional.**

Algunas de las actividades descritas anteriormente están claramente relacionadas a la actividad de la empresa y por lo tanto, están unidas a los objetivos y estrategia de la empresa. Otras acciones, no están unidas a la actividad de la empresa pero nos enorgullece colaborar.

### **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?**

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

##### **27.1. Información adicional**

Se comunica a los empleados de manera informal en conversaciones informales, también de manera informal en redes sociales. De manera formal se comunica a clientes, empleados y otros grupos de interés en presentaciones de empresa.

### **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**

No disponemos de planes de comunicación. La mayoría de las veces lo comunicamos de manera improvisada e informal

## **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 y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

##### **29.1. Información adicional.**

En COMERCIAL GUIRALSA disponemos de un punto limpio de recogida de envases de fitosanitarios usados en la agricultura. Punto SIGFITO autorizado para facilitar al agricultor la correcta gestión de los envases vacíos. Procedemos a su recepción y clasificación evitando que estos envases pasen al sistema de recogida de residuos convencional, u otros sistemas empleados antiguamente (como la quema de los mismos). De esta manera evitamos la contaminación de acuíferos y del medio ambiente en general.

Estamos comprometidos con el medio ambiente y la sostenibilidad. Es por ello que procedemos a la correcta clasificación de todos nuestros residuos, plástico, cartón y orgánico. Para ello disponemos de contrato formalizado con la empresa GRHUSA para la recogida de plásticos en contenedor amarillo y residuos en contenedor verde. Debido a la gran cantidad de residuo de papel y cartón que generamos, su recogida está estipulada mediante acuerdo con HERMANOS MARQUINA.

También disponemos de un sistema de recogida de pilas usadas mediante contrato con la FUNDACIÓN ECOPILAS, que pone a nuestra disposición una urna de recogida en nuestro establecimiento.

Además promovemos entre nuestro personal el control de los consumos energéticos, eléctricos y de combustible. Tratamos de minimizar estos suministros mediante temporizadores o dispositivos de control de presencia, y la optimización de las rutas comerciales y de reparto.

### **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.**

No disponemos de ningún compromiso público, lo comunicamos a nivel informal entre nuestro personal.

A futuro si que hemos solicitado estudio de colocación de paneles solares en la cubierta de nuestras instalaciones y nos planteamos la compra de una furgoneta eléctrica.

### **Economía circular**

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

No se han desarrollado iniciativas o proyectos orientados a la economía circular

##### **31.1. Información adicional**

Por el momento no hemos realizado nada al respecto.

### **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 comunica de una manera informal como hemos descrito anteriormente. Y puntualmente alguna publicación en nuestras redes sociales.

También cada vez existe una mayor sensibilización por parte de nuestros clientes sobre todo del segmento "profesional agrícola" que está más sensibilizado en este aspecto y los productos se van adecuando a estas sensibilidades. Es por ello, que hay que comunicar al

cliente estos nuevos productos más respetuosos con el medio ambiente.

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

6

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

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

Considero que nuestro punto fuerte es el buen clima laboral, condiciones de trabajo y seguridad.

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

El área de mejora es procedimentar todos aquellos planes que tenemos de manera informal y no escritos. Y mejorar la comunicación de dichos planes a los grupos de interés e integrarlos en la estrategia y objetivos de la empresa.

### **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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- 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 9. Industria, innovación e infraestructura.
- 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 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.