

RSA - AUTONOMOS

Empresa evaluada

GROWBUSINESS - JAVIER VELILLA QUERO

CIF:25463482K

C/Jarque de Moncayo nº:10. Vivero de Empresas

Los Enlaces, Local 2

50012 - Zaragoza

Zaragoza

01 DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Javier Velilla Quero

02 - Dirección - CP - POBLACION

C/Jarque de Moncayo, 10, Vivero de empresas Los Enlaces Local 2. 50012 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Marketing y publicidad

04 - Año comienzo actividad.

2019

05 - Persona de contacto

Javier Velilla Quero

06 - e-mail contacto:

info@growbusiness.es

07.- Página web

www.growbusiness.es

1 GENERAL

Las empresas que se hallan a la vanguardia en la creación de modelos de negocio novedosos han descubierto que el compromiso de abordar problemas sociales puede ser un aspecto clave a la hora de favorecer una cultura de empresa que conduce a unos beneficios y rendimientos elevados.

Las empresas responsables tienen en cuenta el enfoque sobre la esfera de influencia de la organización (responsabilidad sobre otros) y la evaluación de sus impactos (cambios positivos o negativos en la sociedad), así como una serie de principios de actuación responsable a seguir y tareas en las que trabajar:

- Responsabilidad: en el sentido de poder responder por las decisiones o actividades de la empresa, impactos en la sociedad o el medio ambiente ante las autoridades legales o sus grupos de interés.

- Transparencia: apertura en las decisiones y actividades que afectan a la sociedad, a la economía o el medio ambiente, y la voluntad de comunicarlas de una manera clara, precisa, oportuna, honesta y completa.
- Ética: comportamientos que son acordes con los principios aceptados del derecho y la buena conducta en el contexto de una situación concreta y de acuerdo con los estándares y normas nacionales o internacionales
- Respeto y conocimiento de los grupos de interés o stakeholders, individuales o grupales, que tienen interés en alguna decisión o actividad de la organización.
- Cumplimiento de la ley
- Cumplimiento de los derechos humanos y su importancia a la hora de respetarlos y promoverlos.

Uno de los aspectos más significativos en la gestión responsable es la proactividad y anticipación a la hora de conocer las necesidades y expectativas de sus grupos de interés. Disponer de una organización "alineada con" y "apoyada por" sus grupos de interés es la posibilidad de contar con auténticos embajadores de la marca que contribuyen a generar confianza, incrementar la reputación de la empresa y, con ella, el negocio.

Este bloque del cuestionario incluirá preguntas sobre cómo las empresas se enfrentan a contextos, conceptos y tendencias novedosas con el objetivo de valorar cómo dan respuesta e incorporan estos aspectos en su gestión diaria de forma responsable y sostenible en el tiempo. En este sentido, las preguntas se desglosarán en los siguientes ámbitos y se desarrollarán preguntas para responder a cuestiones como:

1. Tendencias globales: importancia para su negocio y la forma de incluir en su gestión diaria, los distintos retos económicos, sociales y ambientales.
2. Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales: incluir nuevas formas de gestión alineado con la estrategia de negocio.
3. Diálogo con los grupos de interés: conocimiento de sus grupos de interés y vías de comunicación definidas con ellos
4. Gobierno de la empresa: existencia de protocolos/pautas de actuación/códigos de conducta a disposición de las personas que trabajan en la empresa.
5. Plan de Responsabilidad Social: existencia de planes de actuación, seguimiento y evaluación integrados con su negocio.

1.a Tendencias Globales

Importancia para su negocio y la forma de incluir en su gestión diaria, los distintos retos económicos, sociales y ambientales.

1 - Considera que su negocio tiene en cuenta o se ve afectado, directa o indirectamente, por temas globales y generales como por ejemplo:

- **Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...**
- **Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas,)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,)**
- **Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional,**

educación, formación....)

Estos temas son importantes para el negocio y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio a largo plazo., así como los impactos y resultados obtenidos

1.1. Información adicional.

El Análisis PESTEL forma parte del desarrollo del plan de negocio y se tiene en cuenta como referencia en la toma de decisiones estratégicas para la empresa valorando la influencia en cinco niveles, de peor a mejor valorado son; muy negativo, negativo, indiferente, positivo y muy positivo.

La influencia del entorno **POLÍTICO** es **MUY NEGATIVA**, dada la total inestabilidad política del gobierno español, la ausencia de políticas fiscales efectivas para favorecer el emprendimiento, la actual deriva de la política exterior y los cambios en política laboral, que están destruyendo empleo en vez de crearlo.

La valoración del impacto **ECONÓMICO** es **NEGATIVA** dada la incapacidad del gobierno para generar empleo, la no gestión de políticas de generación de riqueza y la permisividad con el cumplimiento de la legalidad (corrupción, prevaricaciones, economía sumergida, etc)

La valoración del entorno **SOCIAL** es **INDIFERENTE**, son positivos los avances en igualdad de género, la calidad de vida es buena, con las crisis económicas se generan muchas oportunidades de negocio, la creación de nuevas modas y tendencias se suceden de forma acelerada, En la parte negativa encontramos un falso apoyo a la conciliación de la vida personal y familiar y un nivel educativo por debajo del nivel medio europeo

La valoración del entorno **TECNOLÓGICO** es **POSITIVA**, destacando la evolución de las telecomunicaciones y el crecimiento de las redes sociales. Cada día hay una mayor conocimiento científico y tecnológico y una mayor inversión en política y presupuesto de I+D, aunque no el suficiente si nos comparamos con la UE.

La valoración del entorno **MEDIOAMBIENTAL** es **INDIFERENTE**, teniendo en cuenta la mayor concienciación del uso de recursos, la regulación del consumo eléctrico y el control del consumo de recursos.

1.b Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

Incluir nuevas formas de gestión alineado con la estrategia de negocio.

2 - Al planificar la actividad de su negocio, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Se plantean y planifican de forma voluntaria específicamente en el corto, medio y el éxito a largo plazo del negocio

2.1.- Información adicional.

En el **CORTO PLAZO** se establecen de la siguiente manera:

Los **RETOS ECONÓMICOS** financieros y de facturación en el entorno económico y se establecen acciones para conseguirlos.

Los **RETOS SOCIALES** pasan por la ayuda a la integración laboral o empresarial del a los alumnos del CPIFP Los enlaces y ayudar de forma directa a empresas con dificultades económicas con tarifas especiales (1 cliente por cada 60.000 euros de facturación)

Los **RETOS AMBIENTALES** consisten en la colaboración y promoción con los ODS en la

parte que les corresponde.

En el LARGO PLAZO se establecen de la siguiente manera:

Los RETOS ECONÓMICOS se orientan a garantizar la sostenibilidad y crecimiento del negocio.

Los RETOS SOCIALES pasan por poder dedicar recursos de forma habitual a causas sociales.

Los RETOS AMBIENTALES consisten en cumplir con las metas propuestas en los ODS y que afectan directamente al negocio.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

3.1. Información adicional.

Por cada 60.000€ de facturación, se establece una tarifa especial para clientes que atraviesan un momento de dificultad grave, aplicando una tarifa media de 6€/hora en vez de los 30€/hora de la tarifa habitual, con un máximo de 15 horas mensuales. También se ejecutan acciones especiales, como por ejemplo el desarrollo de una página web sin coste. Todas las acciones se ejecutan hasta que desaparece la situación de dificultad grave.

Igualmente se reserva de forma mensual un número de horas (mínimo 2) para acciones de desarrollo en el plano medioambiental.

1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

Conocimiento de sus grupos de interés y vías de comunicación definidas con ellos

4 - Tiene identificados en su negocio 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 y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

4.1. Comentarios

CLIENTES: Se establecen todos los canales de comunicación necesarios offline y online.

PROVEEDORES: Se establecen todos los canales de comunicación necesarios offline y online.

POSIBLES INVERSORES: Se buscan eventos y reuniones de networking donde favorecer este tipo de relaciones,

ORGANISMOS PÚBLICOS: Mediante reuniones personales, comunicaciones on line y participación en diferentes eventos. (IAF, SACME, Ayuntamiento de Zaragoza)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Mediante el envío de notas de prensa y relaciones personales con medios online influyentes en el entorno de Zaragoza.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés que se analizan e integran en el negocio

5.1. Comentarios

Existe una relación fluida con los diferentes grupos de interés para aprovechar las oportunidades y satisfacer las necesidades de cada uno de ellos.

1.d Gobierno

Existencia de protocolos/pautas de actuación/códigos de conducta

6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o códigos éticos?

Existe un código de conducta que se revisa periódicamente

6.1. Comentarios

Se sigue un código de conducta en las redes sociales y en el ámbito de internet. Además de las derivadas de la página web growbusiness.es mediante el Aviso legal y la Política de privacidad

1.e Plan de Responsabilidad Social

Existencia de planes de actuación, seguimiento y evaluación integrados con el negocio

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

Este año existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

7.1. - Comentarios

Desde la creación del plan de empresa (junio 2019) se estableció el desarrollo de un plan de responsabilidad social corporativa.

8 - En caso de existir un plan de Responsabilidad Social, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales,

8.1. - Comentarios

Los objetivos a seguir en 2020 son:

- Ayuda a 1 empresa con dificultades graves (en cumplimiento 1 cliente)
- Asesoramiento empresarial o laboral a 1 alumno del CPIFP Los Enlaces (en cumplimiento 1 alumno)
- Participación activa en los ODS2030 (en cumplimiento)

2 CLIENTES

Los clientes, como grupo de interés clave, es sin duda prescriptor y fuente de recomendación activa del negocio. Mediante la compra de productos y servicios, son los que mejor saben si lo que afirma hacer una empresa es cierto o no, si cumple con sus promesas y las expectativas que ha generado previamente.

Los autónomos responsables crean modelos comerciales en los que prestan a sus clientes

servicios eficientes y de calidad. Modelos en los que se integran la escucha de sus necesidades y expectativas, siendo esta integración un requisito esencial para lograr el importante apoyo que necesita un negocio y poder desarrollar con éxito su actividad de forma sostenible a largo plazo.

La forma de operar y la relación comercial del autónomo/a en su mercado es un indicador fundamental de cómo se integran las preocupaciones sociales, éticas y medioambientales en su estructura organizativa y proceso de toma de decisiones internas.

Este bloque incluye preguntas para valorar el compromiso del autónomo con la creación de valor para el cliente, la forma de establecer con él una relación a largo plazo, conocer cómo proporcionar la mejor respuesta profesional a los clientes a través de soluciones adecuadas a sus necesidades de forma transparente y sencilla.

En este sentido, las preguntas se desglosarán en los siguientes ámbitos y se desarrollarán preguntas para responder cuestiones como:

1. Satisfacción de cliente: conocer si se realizan evaluaciones de la satisfacción del cliente, se analizan los resultados y se ponen en marcha planes de mejora.

2. Calidad del servicios y Transparencia informativa: los autónomos/as proporcionan productos y servicios responsables y competitivos, asegurando que existen especificaciones técnicas en su caso, cumpliendo medidas de seguridad, salud, medio ambiente, así como las condiciones de uso/conservación, y respondiendo ágilmente en caso de defectos en diseño, fabricación o distribución adaptando medidas para su reparación, así como gestión del servicio postventa. Se proporciona información clara y honesta de su oferta comercial, políticas de precio, contratos, condiciones de pago y entrega. Gestión de las reclamaciones de los clientes.

2.a Satisfacción de Clientes.

Conocer si los autónomos/as realizan evaluaciones de la satisfacción del cliente, se analizan los resultados y se ponen en marcha planes de mejora.

9 - ¿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

9.1. - Comentarios.

Para conocer y medir la satisfacción del cliente hay establecido un plan de encuestas de satisfacción y los clientes son invitados a puntuar su satisfacción en Google My Business, sirviendo como herramienta de satisfacción y mejora.

2.b Calidad del servicio y Transparencia informativa.

Los autónomos/as proporcionan productos y servicios responsables y competitivos, asegurando que existen especificaciones técnicas en su caso, cumpliendo medidas de seguridad, salud, medio ambiente, así como las condiciones de uso/conservación, y respondiendo ágilmente en caso de defectos en diseño, fabricación o distribución adoptando medidas para su reparación, así como gestión del servicio postventa. Los autónomos/as proporcionan información clara y honesta de su oferta comercial, políticas de precio,

contratos, condiciones de pago y entrega. Gestión de las reclamaciones de los clientes.

10 - ¿Cómo realiza en su negocio la puesta en el mercado del producto o servicio?

Disponemos de un proceso normalizado que engloba la comercialización eficiente y el asesoramiento transparente de forma que se traslade la información de forma clara y precisa.

10.1. - Información adicional

Aunque no se dispone de una red comercial, el proceso de comercialización es transparente, con la publicación de unas tarifas tipo en Facebook y de planes concretos en la página web growbusiness.es.

En el proceso de venta y desarrollo del servicio se hace bajo los parámetros del Agile Marketing, dejando claras las expectativas y el alcance de los servicios a realizar, realizando cada paso con total transparencia.

Uno de los ejes de la comunicación de [growbusiness](http://growbusiness.es) es transmitir los conceptos técnicos del marketing bajo un lenguaje sencillo y entendible.

11 - ¿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

11.1.- Información adicional

Previamente a la realización de todos los servicios se establece el alcance del proyecto a realizar y los requisitos necesarios para ello, siempre definido en el tiempo. Gran parte de la presentación de los servicios está dedicada a dejar claras las expectativas y sobre todo a explicar que cualquier acción que se haga no garantiza resultados por si mismas.

3 PERSONAS EMPLEADAS

En este bloque se ha tenido en cuenta que el cuestionario está dirigido a Autónomos que no tienen personas empleadas a su cargo. Sin embargo, resaltamos que en el caso de incrementar las personas de la empresa, es fundamental incluir en todas las fases del ciclo de gestión de Recursos Humanos (selección, contratación, sistema de objetivos e incentivos, desarrollo, evaluación, formación, mecanismos de conciliación, mecanismos de fidelización de empleados, despidos, libertad de asociación, salud, seguridad, etc.) criterios y medidas que garanticen el bienestar de los empleados en cumplimiento con los compromisos impuestos por normativa legal y de forma voluntaria, más allá de las obligaciones legales mínimas.

En este sentido, se realizará una pregunta dentro del ámbito de Seguridad y salud:

1. Seguridad y Salud: existencia de protocolos/normas que garanticen la seguridad y salud en la actividad en todas las áreas de gestión, así como disposiciones de prevención de riesgos laborales.

3.a Seguridad y salud.

Existencia de protocolos/normas que garanticen la seguridad y salud en la actividad en todas las áreas de gestión, así como disposiciones de prevención de riesgos laborales.

12 - ¿Tiene implantados en su negocio mecanismos de salud y seguridad laboral?

Se ha realizado la evaluación de riesgos y se gestiona de forma autónoma las obligaciones en prevención de riesgos

12.1.- Información adicional

En el puesto de trabajo habitual, cumplimos las normas establecidas por el Vivero de Empresas y dada la experiencia y formación en la trayectoria profesional cumplimos los estándares de seguridad y salud en el trabajo.

4 PROVEEDORES

Las relaciones entre empresas responsables y proveedores deben estar basadas en la confianza y transparencia y deben ser bidireccionales. En Responsabilidad Social la relación bidireccional se refiere al control que las empresas ejerce sobre los proveedores y a la responsabilidad que una organización puede tener en las actividades y decisiones de un proveedor y como ésta puede influir o ayudarlo en el desarrollo de programas que tiendan a mejorar su desempeño en materia de Responsabilidad Social a través del concepto de ganar/ganar.

El diálogo con proveedores es clave para incrementar la eficiencia y reducir costes. Una gestión responsable en materia de proveedores implica actuar con transparencia en todos los ámbitos de la relación: en la selección, homologación y clasificación, en su caso, adjudicación de contratos, compromiso de pago, etc.. Asimismo, la compra de bienes o la contratación de servicios se deberán realizar con total independencia de decisión y al margen de cualquier vinculación personal, familiar o económica que pueda poner en duda los criterios seguidos en la toma de decisiones.

Este bloque del cuestionario incluirá preguntas para identificar acciones de autónomo/a en términos de criterios de compra, considerando aspectos sociales, medioambientales, requisitos legales, así como la comunicación con los proveedores, contacto y seguimiento efectivo de la colaboración.

En este sentido, las preguntas se desglosarán en los siguientes ámbitos para conocer cuestiones como:

1. Compras responsables: existencia de criterios de compra en función de aspectos sociales, éticos, laborales, medioambientales en un marco de colaboración para promover relaciones comerciales sólidas y transparentes.
2. Clasificación y evaluación de proveedores: mecanismos que ayudan a conocer, clasificar y evaluar a los proveedores en base a los criterios establecidos por el autónomo/a, por ejemplo requisitos de Responsabilidad Social, mejores prácticas, cumplimiento de normativas laborales, fiscales, medioambientales y de prevención de riesgos laborales.

4.a Compras responsables

Existencia de criterios de compra en función de aspectos sociales, éticos, laborales, medioambientales en un marco de colaboración para promover relaciones comerciales sólidas y transparentes.

13 - En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la

selección de proveedores?

Se selecciona el proveedor no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social

13.1.- Información adicional

Buscamos a nuestros colaboradores bajo los siguientes más altos estándares de calidad dando preferencia a:

- a) Pequeñas empresas y comercios locales que pertenezcan a la red SACME (CEOE) o al directorio de empresarenaragon.es
- b) Empresas y autónomos que certifiquen su compromiso con la responsabilidad social corporativa, y en especial con la RSA
- c) Empresas que declaren su compromiso con la sostenibilidad y el consumo responsable.

4.b Clasificación y evaluación de proveedores

Mecanismos que ayudan a conocer y clasificar y evaluar a los proveedores en base a los criterios establecidos por los autónomos/as, por ejemplo requisitos de Responsabilidad Social, mejores prácticas, cumplimiento de normativas laborales, fiscales, medioambientales y de prevención de riesgos laborales.

14 - ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?

Se clasifican y valoran considerando aspectos sociales, medioambientales, requisitos legales, fiscales y mejores prácticas

5 SOCIAL

Cuando en Responsabilidad Social se habla de aspectos sociales, éstos se refieren a los impactos producidos por la empresa en las personas, principalmente en aquellas que trabajan en ella, y en las comunidades donde opera. La empresa, además de ser una célula económica, es una célula social. Está formada por y para personas. Está insertada en la sociedad a la que sirve y no puede permanecer ajena a ella.

En los últimos años hemos visto que diversas empresas, han conseguido hacerse un hueco en el mercado apalancando y apoyando su estrategia de posicionamiento sobre una serie de valores o causas que han ganado terreno, a su vez, en el seno de la sociedad y, especialmente, entre las generaciones más jóvenes. Han ido evolucionando su estrategia hasta centrarla en la adopción de algunos valores sociales compartidos por una gran parte de la sociedad, fundamentalmente valores focalizados en el ámbito de la salud, la educación, el medio ambiente y la ética, terrenos todos ellos habitualmente reservados a la esfera pública o de la administración y que se han hecho, poco a poco, su espacio propio en el ámbito privado de la empresa.

Prestar un beneficio social no significa necesariamente emprender acciones desligadas de su negocio y no se limita sólo a determinados tipos de empresas.

Este bloque del cuestionario incluirá preguntas para considerar la repercusión de la actividad del autónomo/a en las comunidades en las que está presente. Adopción de medidas para mejorar la contribución a la sociedad. En este sentido, las preguntas se desglosarán en los siguientes ámbitos y se desarrollarán preguntas para conocer cuestiones como:

1. Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos: existencia de acciones solidarias o de acción social, cómo se desarrollan y qué resultados se obtienen de acuerdo con la importancia social o económica de las mismas. Evaluar su repercusión y en su caso, adoptar las medidas para mejorar su contribución a la sociedad.

2. Comunicación y fomento de buenas prácticas: existencia de planes de comunicación y relaciones con los medios y redes sociales. Compartir mejores prácticas.

5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

Existencia de acciones solidarias o de acción social, cómo se desarrollan y qué resultados se obtienen de acuerdo con la importancia social o económica de las mismas. Evaluar su repercusión y en su caso, adoptar las medidas para mejorar su contribución a la sociedad.

15 - En cuanto a la implicación en la Comunidad en la que desarrolla su actividad, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en algunos planes de forma puntual

15.1. Información adicional

Se realizan acciones puntuales de asesoría para estudiantes.

Por el poco tiempo de vida con la actividad no está desarrollada la participación en eventos de acción social durante el año, siendo uno de los objetivos anuales del proyecto., con el fin que pasen a formar parte de la cultura de la empresa.

5.b Comunicación y fomento de buenas prácticas

Existencia de planes de comunicación y relaciones con los medios y redes sociales. Compartir mejores prácticas.

16 - ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social que desarrolla?

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

16.1. Información adicional

La filosofía de comunicación pasa por hacer públicas las colaboraciones y los resultados de forma semestral, principalmente por medios digitales.

6 MEDIOAMBIENTAL

Existe una demanda cierta, decidida e imparable que premia el compromiso de las empresas con la Sociedad y con su Medio Ambiente. La Responsabilidad Social trata de satisfacer esa demanda llevando a la práctica actuaciones verdaderamente comprometidas.

El cambio climático y la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero se ha convertido en una de las grandes preocupaciones a nivel mundial, acuciante por su inmediatez, por la generación de cambios sobre todos los ecosistemas, y por supuesto sobre las actividades económicas y productivas.

El reconocimiento social en materia de Medio Ambiente se alcanza manteniendo actitudes y realizando actuaciones que demuestren realmente ese compromiso, La puesta en marcha de

medidas de gestión ambiental: planes de eficiencia energética (reducción de consumo eléctrico y combustibles), consumo de materiales, agua, gestión de los residuos, evidencian el compromiso de las empresas y aportan transparencia y credibilidad.

Este bloque del cuestionario incluirá preguntas para valorar el compromiso público del autónomo/a, así como para identificar y evaluar aquellos aspectos de su actividad, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al Medio Ambiente.

En este sentido, las preguntas se desglosarán en los siguientes ámbitos y se desarrollarán preguntas para responder cuestiones como:

1. Identificación de actividades de gestión ambiental: conocer si el autónomo/a identifica, registra y evalúa aquellos aspectos de sus actividades, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente.
2. Plan de gestión y Comunicación Ambiental : existencia de un programa de gestión con objetivos y metas medibles y coherentes con su compromiso ambiental en su centro de trabajo con el objetivo de mejorar los impactos en el entorno producidos por sus actividades. Así como, conocer en la práctica las comunicaciones que el autónomo/a realiza sobre los aspectos ambientales asociados a su actividad.

6.a Identificación de actividades de gestión ambiental

Conocer si el autónomo/a identifica, registra y evalúa aquellos aspectos de sus actividades, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente.

17 - Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental

17.1. Información adicional.

El plan para reducir el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad tiene en cuenta la minimización de recursos energéticos y el uso sostenible de éstos y la reducción de emisiones a la atmósfera en los desplazamientos y el concepto de reducción, reutilización y reciclaje de los productos consumidos,

6.b Plan de gestión ambiental y comunicación

Existencia de un programa de gestión con objetivos y metas medibles y coherentes con su compromiso ambiental en su centro de trabajo con el objetivo de mejorar los impactos en el entorno producidos por sus actividades. Así como, conocer en la práctica las comunicaciones que realiza sobre los aspectos ambientales asociados a su actividad.

18 - ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?

Existen medidas de reducción de costes de energía y otros materiales planificado y con metodología específica

18.1. Información adicional

Entre las medidas de eficiencia ambiental se tiene especial cuidado:

- En la reducción del papel impreso (promoviendo los documentos digitales y evitando el gasto innecesario de papel),
- La reducción del consumo energético (p.ej sustitución de fluorescentes por tubos LED) Se dispone de un plan de eficiencia que cumplimos a rajatabla (reducción al máximo de
- Utilización de material recuperado o reciclado cuando sea posible.

19 - En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental, ¿en qué medida se comunica a los grupos de interés?

Sí, se comunica a todos los grupos de interés

19.1. Información adicional

Se realizan comunicaciones periódicas (semestrales) de las actuaciones llevadas a cabo. Su publican en la pagina web de growbusiness.es y se realizan diferentes notas de prensa para abarcar a todos los grupos de interés.

7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

En este bloque se incluyen una serie de preguntas para conocer la opinión de la empresa sobre la gestión socialmente responsable que desarrolla en la actualidad y se solicita priorizar los temas que consideran más importantes en gestión socialmente responsable.

7.a Priorización de temas

20 - 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 - Ser un negocio rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 3 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 4 - Gestionar con ejemplaridad
- 5 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 6 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 7 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 8 - Capacitación y desarrollo profesional
- 9 - Disponer de presupuesto
- 10 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos

7.b Valoración Global

21 - ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

8

7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Responsabilidad e implicación con la responsabilidad social corporativa, considerando la RSA cómo la forma de aportar valor a la sociedad desde el trabajo como autónomo.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Como área de mejora se ha establecido el desarrollo por escrito de los planes de eficiencia, su implantación, seguimiento y evaluación periódica de los resultados obtenidos.

7.d Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, conozco la Agenda 2030 y tengo un compromiso público con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.