

RSA - PYMES

Empresa evaluada

GRAFICAS VELA, S.L.

CIF:B50444678

Polígono Valdeconsejo. C/Aneto, Parcela 9a, Nave
15

50410 - Cuarte de Huerva
Zaragoza

01 DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Graficas Vela, sl

02 - Dirección - CP - Población

C/Aneto, nave 15 parcela 9a
Pol. Valdeconsejo
50410 Cuarte de Huerva
Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Artes gráficas
Rótulos
Material de oficina y reclamos

04 - Año comienzo actividad.

1991

05 - Número de personas empleadas

13 personas

06 - Persona contacto

Carlos Crespo Mateo

07 - E-mail contacto

carlos@graficasvela.es

08.- Página web

www.graficasvela.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 de la empresa a la hora de conocer las necesidades y expectativas de sus grupos de interés. Disponer de una organización alineada con y apoyada por sus stakeholders 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:

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

1.a Tendencias Globales

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

1.- Considera que su empresa tiene en cuenta o se ve afectada, 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....)

Se tienen en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la empresa y se ponen marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

Estos temas globales los tenemos cuenta en nuestra empresa ya que afectan de mayor o menos medida en ella. Si bien es cierto que intentamos resolver los que más nos pueden afectar a nuestro trabajo diario

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

Si

2.1. Información adicional

Una pyme lógicamente no puede acabar por si sola con un problema global de este tipo, pero si aportar las soluciones dentro de su círculo de influencia.
Haciendo esto todas las pymes se conseguiría luchar con estos problemas y disminuirlos al máximo

Puntuación sección 75,00 %

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

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

3.- Al planificar la actividad de su empresa, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Se diferencian sin existir metodología sólo en caso de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

3.1. Información adicional

En estos momentos se diferencian los planes a corto y largo plazo si bien es cierto que hacemos planificación dependiendo de las posibilidades económicas de la empresa

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

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

4.1. Información adicional

Destinamos cierta cantidad independientemente de tener beneficios o no a proyectos sociales

Normalmente colaboramos con varios proyectos de manera económica o también en otras ocasiones con trabajos

Puntuación sección 50,00 %

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

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

5.- Tiene identificados su empresa 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 empresa

5.1. Información adicional

Tenemos reuniones periódicas con los grupos de interés de la empresa, ya sea trabajadores, clientes, proveedores etc

Unas reuniones son de manera independiente en el caso de clientes y proveedores y de forma grupal en el caso de los trabajadores.

En los tres casos comentamos y valoramos diferentes formas de mejora continua tanto en nuestras relaciones como en el trabajo diario

6.- ¿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 de la empresa

6.1. Información adicional

Los mecanismos, los marcamos en las reuniones, en las cuales identificamos las necesidades, se analizan y se prepara un plan de actuación, el cual evaluamos en la siguiente reunión

Puntuación sección 87,50 %

1.d Gobierno de la empresa

Existencia de protocolos/pautas de actuación/códigos de conducta a disposición de las personas que trabajan en la empresa.

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la empresa y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la empresa?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la empresa que se revisa periódicamente

7.1. Información adicional

Existe un código de conducta, verbal que comentamos en reuniones periódicamente en el cual vamos incluyendo nuevas pautas y compromisos de conducta

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la empresa la cultura (razón de ser de la empresa, valores,...) y los objetivos de la empresa?

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

Es conocido por todos los trabajadores e intentamos en las reuniones semanales refrescar los valores y objetivos de la misma aunque de manera individual tenemos que tener reuniones para reforzar estos objetivos

Puntuación sección 100,00 %

1.e Plan de Responsabilidad Social

Existencia de Planes de RSC, actuación, seguimiento y evaluación

9.- 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

9.1. Información adicional

Este año hemos comenzado con un plan de Rsa, por ese motivo estamos en este programa.

También estamos haciendo una auditoría integral de todos procedimientos de la empresa, gestión, personal, económico etc

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

10.1. Información adicional

Dentro del plan de Rsa estamos preparando un dossier en el que marcamos los objetivos del mismo y la actuación necesaria para controlar el seguimiento de esos objetivos, así como los responsables de controlar cada uno de ellos. Estos puestos son rotatorios por los diferentes componentes de la plantilla de la empresa con lo que conseguimos una mejor información y compromiso por parte de todo el personal.

Puntuación sección 75,00 %

2 CLIENTES

Las empresas 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 una empresa y poder desarrollar con éxito su actividad de forma sostenible a largo plazo.

La forma de operar y la relación comercial de la empresa 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 de la empresa 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:

- Satisfacción de cliente: conocer si las empresas realizan evaluaciones de la satisfacción del cliente, se analizan los resultados y se ponen en marcha planes de mejora.
- Innovación en los productos y servicios: en qué medida se proporcionan productos que se ajustan a las necesidades de los consumidores, proporcionando productos responsables y competitivos. Se premia el compromiso con la innovación y adaptación permanente a las expectativas de los clientes.
- Calidad del servicios: las empresas 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
- Transparencia informativa sobre el producto o servicio: la empresa 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 cliente

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

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

Existe una metodología que consiste en la visita periódica de un comercial en la cual pregunta la valoración que hace el cliente del servicio de la empresaria. Las posibles mejoras o quejas que pueden existir de cada cliente se intentan subsanar en el momento y son apuntadas en la orden de trabajo del cliente para tenerlo en cuenta en futuros trabajos

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la empresa?

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y y saber si son exitosas

12.1. Información adicional

Los mecanismos de identificación de las mejoras y su control para saber si son exitosas son las que hemos comentado en la respuesta anterior

De este objetivo se encarga el departamento comercial si bien es cierto que se informa a todas las secciones que tienen algo que ver con el trabajo de ese cliente.

Se hace a base de reuniones y controles de calidad con el cliente y anotando las posibles mejoras. Cada vez que se realiza una, el departamento comercial se ocupa de pasar por el cliente para que nos de su valoración y la anota en la orden del cliente

Puntuación sección 100,00 %

2.b Innovación en los productos y servicios

En qué medida se proporcionan productos que se ajustan a las necesidades de los consumidores, proporcionando productos responsables y competitivos. Se premia el compromiso con la innovación y adaptación permanente a las expectativas de los clientes.

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

13.1. Información adicional

La innovación de los productos va de la mano de nuestros proveedores, con los cuales tenemos reuniones periódicas y nos ponemos al día de nuevos materiales y productos. Nos aseguramos de que cumplan todos los requisitos legales e intentamos adaptarlos a nuevos productos para sacar al mercado

Puntuación sección 75,00 %

2.c Calidad del servicio

Las empresas 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

14.- ¿Cómo realiza su empresa la puesta en el mercado del producto o servicio?

Se comercializa el producto/servicio y se asesora de manera transparente al clientes sobre su uso.

14.1. Información adicional

Antes de fabricar el producto pasamos un presupuesto al cliente informándole de todos los certificados de calidad de cada uno de los materiales que componen su trabajo. También nos preocupamos de pedir las certificaciones necesarias de cada producto a nuestros proveedores y los ponemos al servicio de los clientes.

15.- ¿Cuales son las características del servicio post venta de su empresa?

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la empresa informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

Para mantener la plena satisfacción de nuestros clientes es requisito indispensable darle

un servicio posventa integral.

Nuestra empresa hace un seguimiento después de la entrega del trabajo en el cual se evalúa junto con el cliente la satisfacción del mismo.

En caso de incidencias, se le dan soluciones hasta conseguir la aprobación del cliente

Puntuación sección 75,00 %

2.d Transparencia informativa sobre el producto o servicio

La empresa 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.

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

En las ofertas comerciales de nuestros trabajos tenemos un apartado en el que informamos al cliente de las características del trabajo, así como de los materiales utilizados en el mismo

En otras ocasiones acompañamos la oferta con un correo electrónico informativo

Puntuación sección 100,00 %

3 PERSONAS EMPLEADAS

Las personas empleadas, son el grupo de interés que siempre está presente en cualquier tipo de organización pública o privada. Las personas que forman parte de la empresa, son los primeros en comprender y compartir el proyecto para hacer creíble y consistente el mensaje que envía una compañía a sus clientes y resto de stakeholders a través de sus hechos y de sus palabras.

Las empresas responsables son las que dan un paso más y no sólo lanzan mensajes a las personas empleadas sino que buscan la forma de lograr su apoyo y compromiso.

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 personas empleadas, despidos, libertad de asociación, salud, seguridad, etc.) criterios y medidas que garanticen el bienestar de las personas empleadas en cumplimiento con los compromisos impuestos por normativa legal y de forma voluntaria, más allá de las obligaciones legales mínimas.

Este bloque del cuestionario incluirá preguntas para conocer si la empresa cuenta con la puesta en marcha e integración de planes de gestión socialmente responsable con sus personas empleadas, así como su eficacia y la percepción por parte de los mismos.

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

- Satisfacción de las personas empleadas: existencia de mecanismos para saber la opinión de las personas empleadas, su análisis y, en su caso, desarrollo de planes de mejora.

- Igualdad de oportunidades y no discriminación: se garantiza el respeto al principio de igualdad de oportunidades de forma específica, en el acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional, la retribución, etc...
- Conciliación de la vida personal, familiar y laboral: conocer si existen proyectos activos que faciliten la conciliación de la vida personal y profesional de las personas de la empresa.
- Formación y fomento de la empleabilidad: saber si la empresa conoce las necesidades de formación, si existen programas para desarrollar competencias de acuerdo con los objetivos de la organización,
- 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 Satisfacción de las personas empleadas

Existencia de mecanismos para saber la opinión de las personas empleadas, su análisis y, en su caso, desarrollo de planes de mejora.

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

Se evalúa la satisfacción del personal con un cuestionario que facilitamos a cada trabajador, el cual va anotándose todas las pegas, mejoras o reclamaciones que tiene que hacer y semanalmente lo valoramos en las reuniones ya sea de grupo o individuales si así lo requiere algún trabajador

Puntuación sección 100,00 %

3.b Igualdad de oportunidades y no discriminación

Se garantiza el respeto al principio de igualdad de oportunidades de forma específica, en el acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional, la retribución, etc...

18.- ¿Cómo se garantiza en su empresa 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 iniciativas que promueven la igualdad de oportunidades, a modo de ejemplo: se comunican los puestos de trabajo vacantes, se promueve la promoción interna, existe una política de retribución salarial

18.1. Información adicional.

A la hora de encontrar perfiles para nuestro servicio puestos de trabajo nunca hemos tenido en cuenta el género, religión orientación sexual etc

Mandamos nuestras necesidades y valoramos las capacidades de las personas que se presentan al puesto de trabajo.

En nuestra empresa no se da el caso de promociones internas

Puntuación sección 25,00 %

3.c Conciliación de la vida personal, familiar y laboral

Conocer si existen proyectos activos que faciliten la conciliación de la vida personal, familiar y profesional de las personas de la empresa.

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

Existen actuaciones planificadas y exitosas para facilitar medidas de conciliación para todas las personas que trabajan en la empresa

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

Las necesidades de cada trabajador se valora personalmente en reuniones privadas
Facilitamos el horario necesario a cada trabajador facilitando la conciliación familiar
Prácticamente todos trabajadores coinciden en el horario pero algunos se lo cambian por motivos familiares sin tener ningún tipo de problema con la empresa

Puntuación sección 100,00 %

3.d Formación y fomento de la empleabilidad

Saber sí la empresa conoce las necesidades de formación, sí existen programas para desarrollar competencias de acuerdo con los objetivos de la organización,

20.- ¿Cómo identifica su empresa las necesidades de formación de las personas empleadas?

La empresa pregunta a las personas empleadas por sus necesidades de formación

20.1. Información adicional.

Ofrecemos todos los cursos que nos llegan y los damos a conocer a nuestros trabajadores
Normalmente son ellos los que eligen su formación dependiendo de su puesto laboral

21.- ¿Cómo se gestiona la formación en su empresa?

Se define un Plan de Formación

21.1. Información adicional.

Cuando un trabajador demanda a la empresa un curso de formación, se comunica a la persona encargada de informar debidamente al trabajador para poder acceder a dicha formación y poder conciliarla tanto con el trabajo como con su vida privada

Puntuación sección 75,00 %

3.e 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.

¿Tiene implantado en su empresa mecanismos de salud y seguridad laboral?

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado y conocido por las personas empleadas

22.1. Información adicional.

Existe un plan de prevención de riesgos laborales implantado por una empresa externa la cual se ocupa de evaluar periódicamente informar de las mejoras que debemos acometer dentro de la empresa

Puntuación sección 100,00 %

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 ejercer 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 la empresa 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:

- 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.
- Clasificación y evaluación de proveedores: mecanismos que ayudan a conocer y clasificar y evaluar a los proveedores en base a los criterios establecidos por la empresa, 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.

23.- 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

23.1. Información adicional.

Nuestros proveedores deben enviarnos las certificaciones necesarias de todos sus productos ya que por imperativos legales deben de cumplir una serie de requisitos sobre todo medioambientales y sociales

Esto es necesario ya que muchos de nuestros clientes nos lo exigen

Puntuación sección 75,00 %

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 la empresa, por ejemplo requisitos de Responsabilidad Social, mejores prácticas, cumplimiento de normativas laborales, fiscales, medioambientales y de prevención de riesgos laborales.

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

Se valoran la calidad de servicio, el precio y las prácticas sociales y medioambientales en su actividad

24.1. Información adicional.

Se hace esa valoración y lógicamente también la económica ya que se presupone que todos nuestros proveedores cumplen con los requisitos legales exigidos

Puntuación sección 75,00 %

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 de la empresa 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:

- 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.

- Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio: valorar la implicación de una empresa en la comunidad, de manera continua y a largo plazo, alineando la estrategia y los objetivos de la misma con las necesidades sociales, ambientales y económicas de la comunidad en la que opera con el doble objetivo de, contribuir al desarrollo socioeconómico local, por un lado, y por otro, mejorar su propia competitividad y sostenibilidad.

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.

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

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la empresa con una planificación formal

25.1. Información adicional.

Decidimos una cantidad a cada organización a la que previamente pedimos información sobre los proyectos que van a acometer

Puntuación sección 75,00 %

5.b Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

Valorar la implicación de una empresa en la comunidad, de manera continua y a largo plazo, alineando la estrategia y los objetivos de la misma con las necesidades sociales, ambientales y económicas de la comunidad en la que opera con el doble objetivo de, contribuir al desarrollo socioeconómico local, por un lado, y por otro, mejorar su propia competitividad y sostenibilidad.

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

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

Son proyectos que se realizan con empresas externas. Se subcontratan trabajos con empresas que pueden ser tanto de personas en proceso de inserción como de integración

Puntuación sección 75,00 %

5.c Transparencia con el entorno

Conocer en qué medida la empresa vela por la transparencia en su actividad con respecto a su entorno social, facilitando cauces de comunicación y cooperación con los grupos de interés.

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas animándoles a su participación, y con otros grupos de interés?

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés expresamente implicados

27.1. Información adicional

Cuando acometemos alguna actuación en materia social informamos a nuestros trabajadores y personas que pueden estar involucradas en el proyecto

Puntuación sección 75,00 %

5.d Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

28.- ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social desarrolladas por la empresa?

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

28.1. Información adicional

Se comunican los proyectos de manera interna en la empresa o En medios de comunicación locales dependiendo de la repercusión de la colaboración, pero siempre mediante la asociación con la que se colabora

Puntuación sección 50,00 %

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 de la empresa, 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:

- Identificación de actividades de gestión ambiental: conocer sí la empresa identifica, registra y evalúa aquellos aspectos de sus actividades, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente.
- Estrategia frente al cambio climático: valorar el compromiso público de la empresa a prevenir la contaminación por sus operaciones y actividades
- Plan de gestión 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.
- Comunicación ambiental: conocer en la práctica las comunicaciones que la empresa realiza sobre los aspectos ambientales asociados a su actividad.

6.a Identificación de actividades de gestión ambiental

Conocer sí la empresa identifica, registra y evalúa aquellos aspectos de sus actividades, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente.

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

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental con objetivos e indicadores en seguimiento

29.1. Información adicional.

Existe un plan referente a la gestión medioambiental en el cual nos ocupamos de la contratación externa de empresa cualificadas para la eliminación de los residuos que podemos generar. A su vez poco a poco vamos implantando maquinaria más actualizada y con menos índice de residuos. En algunos puestos hemos conseguido eliminar por completo la generación de residuos

Puntuación sección 100,00 %

6.b Estrategia frente al cambio climático

Valorar el compromiso público de la empresa a prevenir la contaminación por sus operaciones y actividades

30.- ¿Se ponen en marcha medidas que evidencien el compromiso público de la empresa con los impactos ambientales que pueda ocasionar?

Existen planes que se comunican internamente y externamente

31.1. Información adicional.

Existen planes ya que periódicamente por parte de organismos oficiales pasamos revisiones en el tema de residuos perjudiciales para el medio ambiente y nos mandan el informe

En estas inspecciones debemos tener al día toda la documentación e información de la gestión de los residuos y conocimiento de los mismos

Puntuación sección 75,00 %

6.c Plan de gestión 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.

31.- ¿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

31.1. Información adicional

se empezó tomando las medidas mínimas exigidas para cumplir con las normativas y poco a poco vamos avanzando un poco más en este tema e intentamos mejorar en todos los procesos de la empresa el impacto medioambiental que pueda tener cada puesto.

Cada persona del puesto se ocupa de gestionar los residuos generados y tomar medidas consensuada con la empresa para reducirlos

Puntuación sección 50,00 %

6.d Comunicación ambiental

Conocer en la práctica las comunicaciones que la empresa realiza sobre los aspectos ambientales asociados a su actividad.

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a las personas empleadas y a otros grupos de interés?

Sí, si bien exclusivamente a grupos de interés implicados en el cambio

32.1. Información adicional

Lo comunicamos única y exclusivamente a las personas implicadas

De hecho son ellas las que realizan esas mejoras de la año de la empresa

Puntuación sección 50,00 %

7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

En este último 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

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

7.b Valoración Global

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

7

7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Nuestro punto fuerte a sido el importante cambio que hemos realizado en la producción de residuos peligrosos para el medioambiente, consiguiéndolos reducir el un altísimo porcentaje

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

El Area de mejora para la cual estamos realizando este plan y haciendo una auditoría en la empresa es mejorar las relaciones entre el personal de la empresa

Puntuación encuesta 77,42 %