

RSA - PYMES

Empresa evaluada

**RAFAEL JESÚS ALASTRUÉ - FUNERARIA
HNOS ALASTRUE**
CIF:18050979G
Plaza Europa, 1
22260 - Grañén
Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

FUNERARIA HERMANOS ALASTRUÉ

02 - Dirección - CP - Población

Plaza Europa nº 1, 22260, Grañén.

03 - Sector. Actividad

Servicios funerarios integrales y tanatorios.

04 - Año comienzo actividad.

Julio 2016

05 - Número de personas empleadas

2

06 - Persona contacto

Rafael Jesús Alastrué Mendiburu

07 - E-mail contacto

info@funerariaalast rue.es

08.- Página web

www.funerariaalast rue.es

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)**

1.1 Información adicional

Nos enteramos y seguimos todas las noticias y problemas de nuestra sociedad, aunque directamente no nos afecten en nuestro desarrollo diario.

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

2.1. Información adicional

Es un trabajo duro que nosotros podemos poner nuestro grano de arena, pero hacen falta asociaciones de empresarios para hacer mas presión en esos temas.

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?

3.1. Información adicional

S está pendiente de toda la actualidad

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

4.1. Información adicional

Aunque para 2024 si nos planteamos presupuesto

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.

5.1. Información adicional

Desde nuestra empresa conocemos que estos grupos de interés existen y tenemos planteado el ir identificando concretamente cuales son.

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

6.1. Información adicional

Vamos identificando estos grupos a través de conversaciones con nuestros clientes, empleados y proveedores

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?

7.1. Información adicional

Entre nosotros tenemos una comunicación abierta en cuanto a los objetivos que nos proponemos y hablamos en conjunto las nuevas propuestas de valores y objetivos.

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

8.1. Información adicional

Comentamos con nuestros trabajadores el tipo de empresa que somos y dejamos muy claros los objetivos de nuestra empresa y que camino queremos llevar.

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

Aunque para 2024 si queremos implantarlo

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

10.1. Información adicional

Empezamos a trabajar para implantarlo en 2024

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

11.1. Información adicional

Nuestro trato es directo con el cliente por el cual nos enteramos de su satisfacción con el servicio.

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

12.1. Información adicional

Cada día intentamos mejorar en el servicio de cara a nuestros clientes con una comunicación directa y dada nuestra actividad con cercanía y cariño

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?

13.1. Información adicional

Estamos al tanto de los nuevos productos que aparecen en nuestro campo. A través de publicaciones específicas de nuestro servicio, intentamos adaptarnos a las mejoras para poder satisfacer la demanda de nuestros clientes.

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

Sólo damos servicio, no hacemos producción

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

15.1. Información adicional

Puesto que nuestra dedicación son los servicios fúnebres, los servicios postventa son muy escasos, pero todo aquello que van con el servicio después del funeral se ofrece (por ejemplo lápidas, esquelas aniversario...)

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

16.1. Información adicional

Nuestros productos vienen todos pasados por normas de calidad con fichas técnicas que están a disposición del cliente en todo momento.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

17.1. Información adicional

El trato es diario con los empleados. Además tenemos una reunión a primeros de semana.

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)?

18.1. Información adicional.

No discriminamos ningún tipo de persona, solamente miramos los conocimientos en la materia determinada para el trabajo.

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?

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

Hasta ahora no se nos ha dado ningún caso de necesidad de conciliación.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

Desde la empresa les ponemos en conocimiento los cursos que se hacen desde entidades y empresas, dejando a criterio de los empleados el que pidan apuntarse o no, aunque hay alguno obligatorio, siempre en jornada laboral

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

21.1. Información adicional.

Se está muy pendiente de que se cumplan las normas.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

Además de la Mutua

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

Se hace valoración de proveedores y del producto

Clasificación y evaluación de proveedores

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

24.1. Información adicional.

Los proveedores nos informan de novedades, no obstante nosotros también buscamos información de otros proveedores

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?

25.1. Información adicional.

Estudiamos muy detenidamente dada nuestra actividad todos los proyectos, cuidando mucho la imagen que transmitimos

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?

26.1. Información adicional.

Se tiene mucho cuidado donde sale nuestra imagen

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?

27.1. Información adicional

Hablamos con nuestros trabajadores comunicando las acciones que llevamos a cabo, animando verbalmente a que puedan unirse, incluso con sus familias

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?

28.1. Información adicional

Se cuida mucho la comunicación, que lo que se transmita tenga valor.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

29.1. Información adicional.

Nuestra empresa tiene un grado de contaminación ambiental mínimo, para ello utilizamos vehículos de bajas emisiones y poco contaminantes. Incluso la compra de mercancías tienen que cumplir normas muy estrictas en materia ambiental

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?

30.1. Información adicional.

Intentamos perjudicar de la mínima manera al medio ambiente, y para ello nuestros vehículos intentamos que sean de bajas emisiones para el medio ambiente. Así como en la compra de mercancías.

Economía circular

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

31.1. Información adicional

Dada nuestra actividad hay productos que no pueden ser reciclados, por ejemplo féretros.

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?

32.1. Información adicional

Comunicamos a nuestros empleados si hemos tomado alguna medida para que ellos lo sepan y además se mantiene alguna conversación puntual y formal

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)

-

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Calidad y atención en el servicio desarrollado y reducción de emisiones de CO2

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Reciclaje y gestión de residuos

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

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

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