

## RSA - PYMES

### Empresa evaluada

#### **HOGAR TECNIKA SOLUTIONS, S.L.**

CIF:B99314296

C/Fray Julián Garcés nº: 80 Local Derecho

50007 - Zaragoza

Zaragoza

## DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

### 01 - Denominación de la organización

NOMBRE COMERCIAL : HOGAR + VIDA

NOMBRE FISCAL HOGAR TECNIKA SOLUTIONS S.L.

Mensaje de Javier Tomás, responsable de Hogar Tecnika Solutions S.L. / Hogar+ Vida

La historia de nuestra empresa se remonta a una larga experiencia en el mantenimiento integral de viviendas y empresas, experiencia de más de 35 años en el sector de las nuevas tecnologías en Aragón

Después de escuchar y comprobar la gran cantidad de personas que por una u otra razón tienen dificultades a la hora de vivir solas, o los diferentes problemas de movilidad en su entorno, limitaciones sensoriales, cognitivas etc. además de la imposibilidad de cubrir todo este segmento de población, decidimos aportar nuestro granito de arena creando una solución que, apoyada por la colaboración de empresas a través de sus departamentos de I+D, Almacenes de distribución, Departamentos Técnicos en centros de Educación, Terapeutas Ocupacionales y personal de diferentes segmentos de la sociedad, permitiera poder centrarnos en el desarrollo de soluciones y facilitar la vida de las personas y sus cuidadores.

Hogar + Vida es un concepto. El cual desarrolla soluciones individualizadas, desde un pequeño proyecto como un punto de luz, a la vivienda completa, aportando soluciones según la necesidad concreta de cada persona, ningún proyecto es demasiado pequeño ni demasiado grande, es el resultado lo que realmente nos importa.

Hogar +Vida, perteneciente al grupo Tecnika nace en mayo de 2011, fruto de la colaboración, y posterior unión, de dos empresas que han trabajado conjuntamente durante más de 15 años; Javier Tomás S.L.U., con una dilatada experiencia de más de 35 años en el sector de las Telecomunicaciones y Desarrollos Integrales Lumijisa S.L, con más de 20 años de experiencia en el sector de instalaciones integrales.

Hogar Tecnika, nace con una clara vocación tecnológica y de nuevos mercados, es empresa integradora para el hogar digital, autorizada nº 11218 Ministerio de Telecomunicaciones, registrada con los diferentes carnets profesionales.

Desarrollos Integrales Lumijisa, empresa especializada en el mantenimiento integral de edificios y viviendas, cuenta con una larga lista de clientes en el sector de la administración de fincas y atiende necesidades de mantenimiento a un amplio número de comunidades, particulares y empresas en Aragón.

Más de 40 profesionales especializados en instalaciones, mantenimiento e implantación de soluciones tecnológicas de distintas marcas colaborando al servicio de las personas.

? Distribuidor autorizado de Valida, Sistemas de Elevación para Aragón

? Distribuidor Autorizado de Ropox sistemas automáticos para mobiliario

- ? Instalador autorizado Telecomunicaciones Tipo: A, B, C, E, F
- ? Servicio Técnico Autorizado Fagor Electrónica,
- ? Servicio Técnico autorizado BPT
- ? Servicio Técnico Micro Access
- ? Servicio especializado de adecuación de edificios para limitaciones de cualquier tipo
- ? Partner Prilux iluminación
- ? Instalador Autorizado por el fabricante de Tegui, Legrand, Ajax, Safire, Gescable, etc.
- ? Distribuidor autorizado de: Ugari, Ortotecka, varios proveedores de producto de ayuda personal

#### Memoria Plan de Responsabilidad Social de Aragón

Queremos que la transformación de su vivienda o su entorno sea un hecho que facilite la permanencia de forma autónoma, independiente o con apoyo limitado; facilitando las rutinas de la vida diaria, aumentando la seguridad y su calidad de vida en el hogar o fuera de él. Un servicio integral de apoyo y diferenciador.

Pero es en octubre de 2019 cuando de forma más visible, y en enero de 2020 con la apertura de un local con 300m2 de exposición además de la incorporación de profesionales relacionados con la sanidad como de otras especialidades, donde lanzamos nuestra apuesta como Hogar + Vida, nombre comercial que da amparo a la realización de todo lo necesario para mejorar la vida de las personas.

Nuestro objetivo es convertirnos en punto de referencia en Aragón en la accesibilidad real, la que nos encontramos en el día a día de las personas, creando un espacio innovador donde poder ofrecer todas las posibilidades de mejora adaptadas a sus circunstancias. No conocemos ningún local comercial de similares características en España, incluso hemos investigado a nivel europeo no encontrando ninguno de estas características. que incorpore el diseño y la imagen con la accesibilidad, la adecuación de entornos a personas con cualquier limitación, con la exclusividad de cada caso, saliendo del estándar que han buscado otros sectores para dedicarnos de lleno a buscar soluciones a cada persona, fuera del mercado de ortopedia al uso para ser el complemento que cubra todas las necesidades técnicas, mejorando su calidad de vida y de las personas que los cuidan o acompañan.

Permitiendo disfrutar de sistemas desconocidos o aplicados de forma exclusiva en un segmento de mercado muy concreto y sobretodo colaborando para que el coste no sea un problema, intentando buscar todas las posibles soluciones que permitan a cualquier persona disfrutar de una vida mejor en su hogar.

Nuestro principal valor el equipo humano que está detrás de este proyecto, su participación, empatía y comprensión de las personas, así como la implicación con los valores y objetivos de la empresa hacen de ellos un pilar para el desarrollo y expansión del proyecto.

#### ¿Cuál es nuestro deseo?

Nuestro objetivo es convertirnos en punto de referencia en Aragón en la accesibilidad real, la que nos encontramos en el día a día de las personas, creando un espacio innovador donde aportar todas las posibilidades de mejora adaptadas a sus circunstancias. No conocemos ningún local comercial de similares características en España, incluso hemos investigado a nivel europeo no encontrando ninguno de estas características.

Nuestra intención es crear un espacio especializado bajo el que se concentren distintas empresas que puedan presentar sus productos o diseños dedicados de manera directa con la eliminación de barreras y adecuación de espacios para personas con cualquier diversidad.

Realizar un escaparate exclusivo para un mercado en auge y con una demanda elevada que requiere de productos a medida, productos que no necesariamente sean ortopédicos y que salgan de estándar o estética cuadriculada. Una propuesta de productos muy clara y concreta, que sea original y aporte valor al cliente.

Productos innovadores y atractivos, marcas de calidad con experiencia en el sector, productos con funcionalidad real, que presenten cierta diferenciación respecto al común del mercado. Salir de la ortopedia o farmacia, del producto del día a día, del estándar convencional para presentar soluciones reales que podrán comprobar y adaptadas a su situación concreta y sobre todo a su gusto.

Para ello contaremos además con el apoyo de la tecnología basada en video pantallas, dispuestas en salas diferentes que representen las diferentes opciones que dispone la marca, a través de la web o videos de producto que nos permitan mostrar otras opciones aparte de las que el cliente tenga de forma presencial, como diferentes medios de comunicación, radio, tv. Prensa en general que ha dado valor a los trabajos o proyectos realizados. Y que se pueden ver en la web, newsletter, charlas con diferentes asociaciones y entidades, etc.

En este caso el valor añadido lo configura el crear un ambiente amistoso, profesional, cercano, que comprende perfectamente las necesidades que pueda tener cualquier persona, de pertenencia, cercanía y servicio que hace que la persona interesada se sienta cómoda, identificada, integrada en una experiencia de compra agradable, pero también identificado con los valores de nuestra empresa, que cree un producto que le puede interesar.

Entre nuestros colaboradores se encuentran Asociaciones, Colegios Profesionales, Fabricantes de iluminación y nuevas tecnologías, Almacenes de distribución, Profesionales de diferentes sectores y servicios, Centros de enseñanza, Médicos y Terapeutas ocupacionales, trabajadores sociales, Fisioterapeutas, etc.

Un amplio abanico de todos los sectores que puedan y quieran aportar algo en beneficio de las personas.

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

FRAY JULIÁN GARCÉS Nº 80 LOCAL DRCHO. , 50007, ZARAGOZA

## **03 - Sector. Actividad**

ADAPTACION INTEGRAL DE ESPACIOS PARA MEJORAR DE LA ACCESIBILIDAD UNIVERSAL DE LAS PERSONAS

## **04 - Año comienzo actividad.**

MAYO 2011

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

10

## **06 - Persona contacto**

JAVIER TOMAS MOROS, administracion@hogarmasvida.es , telf. 600221530

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

administracion@hogarmasvida.es

d.terapeuta@hogarmasvida.es  
d.comercial@hogarmasvida.es

## 08.- Página web

www.hogarmasvida.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)

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

### 1.1 Información adicional

Mediante la colaboración con talleres y pequeñas empresas de implantación local y regional (Zaragoza, Teruel), rurales (Utrillas, La muela, Muniesa, etc.) aportamos nuestro granito para la diversificación y dinamización de la actividad económica de nuestro entorno próximo fomentando la pequeña industria.

? Favorecer actuaciones que permitan diversificar la estructura productiva y generar oportunidades de empleo que garanticen la calidad de vida en nuestro entorno más inmediato.

? Fomentar la innovación, el uso de las nuevas tecnologías y el conocimiento para lograr una actividad económica competitiva y una mayor oferta de empleo.

? Fomentar el acceso a nuevos modos de consumo, el comercio electrónico y aprovechar las ventajas de la economía circular. Mediante la venta on-line plataforma local Zerca. Limitar al máximo el transporte de los productos y servicios para consumir menos recursos y favorecer medioambientalmente nuestro planeta.

? Fomentar la conciliación laboral y la igualdad de oportunidades en el acceso al trabajo.

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

Si

### 2.1. Información adicional

Hogar + Vida es una empresa que asume una responsabilidad y un compromiso con el Medio Ambiente buscando alternativas, productos o prácticas que nos ayuden a mejorar de forma continua y a controlar, evitar y reducir, en lo posible, la contaminación del Medioambiente.

## COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- ? Proteger el Medio Ambiente, incluyendo la prevención de la contaminación y otros compromisos específicos pertinentes al contexto de la organización.
- ? Garantizar, de forma continuada, el cumplimiento de los requisitos legales aplicables y de otros requisitos voluntarios que la organización suscriba relacionados con el medio ambiente.
- ? Proporcionar el marco de referencia para establecer, revisar y adecuar continuamente el Sistema y los Objetivos Ambientales, con el fin de evaluar su eficacia y su continua adecuación a los requisitos anteriormente establecidos.
- ? Establecer medidas de prevención de la contaminación, minimizando consumos, residuos y emisiones.
- ? Implicar y motivar al personal con objeto de buscar su consulta y participación en la gestión y desarrollo del Sistema de Gestión implantado.

## ENFOQUE GLOBAL

Cuando las personas tenemos que afrontar distintas dificultades provocadas por accidentes, enfermedades, o la propia vida, el desconocimiento, la falta de apoyos fundamentales, la limitación de recursos, o los vacíos existentes entre las distintas soluciones aportadas, se convierten en barreras que complican nuestra vida cotidiana.

Hogar + Vida quiere hacer un acompañamiento de estos momentos, ofreciendo un servicio integral de apoyo, que va desde el asesoramiento hasta la búsqueda de recursos, sean estos de tipo financiero, tecnológico y/o profesional

? Hogar + Vida es un concepto que pone en comunión personas, realidades, entornos y tecnología.

? En Hogar + Vida ponemos el foco en las personas, en toda su #diversidad, porque queremos crear un mundo abierto, lleno de oportunidades, no sólo para mejorar la vida de las personas que tienen alguna limitación, sino la vida de todas las personas en general.

## 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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

#### 3.1. Información adicional

Tomamos especial interés en la economía para todos y posibilidad de acceso económico mediante fórmulas de financiación y la economía de proximidad favoreciendo las empresas locales

### 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

Proyectos sociales,

Estamos realizando y colaborando con ADAINE en el proyecto/estudio de la mejora de la salud en las personas mayores y colaborando en el proyecto de iluminación en centros

escolares mediante sistemas de iluminación circadiana/ biológica. Con unos resultados impresionantes.

Este año se va a comenzar el proyecto en colaboración con ADAINE de un estudio de accesibilidad en comunidades en todo Aragón

Innovación, Desde Hogar + Vida buscamos todo aquello que mejore la seguridad y calidad de vida de las personas, trabajamos de la mano con diferentes proveedores y fabricantes aportando novedades y soluciones a través de los diferentes departamentos de I+D

Variedad de Servicios: nuestro portfolio de servicios incluye todos los gremios intervenientes en una reforma completa, con fabricación propia en muchos de ellos, cubriendo un amplio abanico de soluciones constructivas y de seguridad.

Colaboración con diferentes entidades, fabricantes y asociación ADAINE para la realización de diferentes estudios para la mejora de la calidad de vida de las personas, de la seguridad, etc.

- ? Estudio de mejora en la vida en las personas mediante la iluminación biológica
- ? Estudio del estado de accesibilidad de las comunidades de vecinos en Aragón
- ? Estudio para la reducción de atropellos en paso de peatones
- ? Reducción de tiempo de reacción y acceso a personas solas en accidentes domésticos

### **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

**5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.**

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

#### **5.1. Información adicional**

Para poder saber qué influencia existe sobre los grupos de interés y viceversa, se ha llevado a cabo mediante encuestas, reuniones, formaciones y evaluaciones internas y externas, permitiéndonos identificar aquellos aspectos más importantes sobre los que tenemos que dirigir nuestra atención y en consecuencia ofrecer la información pertinente.

A continuación, se muestran algunos puntos relevantes o principios de actuación en relación a los distintos grupos de interés:

Satisfacción de clientes.

- ? Excelencia
- ? Satisfacción de proveedores.
- ? Satisfacción de trabajadores
- ? Salud y seguridad.
- ? Accesibilidad
- ? Servicio postventa
- ? Proveedores responsables socialmente
- ? Organización.
- ? Sostenibilidad económica.
- ? Igualdad.
- ? Formación continua.
- ? Compromisos éticos.
- ? Calidad del servicio

- ? Proyectos sociales Sociedad
- ? Igualdad de oportunidades
- ? Innovación
- ? Variedad de servicios

## 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

#### ACCIONES / BUENAS PRÁCTICAS:

De todos los aspectos considerados como puntos fuertes o áreas mejor valoradas en las encuestas se ha obtenido el siguiente resultado, demostrativo de nuestra continua aspiración por la excelencia y mejora de nuestro entorno:

La satisfacción de nuestros clientes ha conseguido el 92 % de consideración muy favorable del servicio recibido con un 95% calificando como excelente la atención del personal

Satisfacción de los proveedores, en el último año se ha conseguido aumentar en un 30% el número de empresas que ponen su confianza formando parte de nuestro portfolio de producto. Varias de ellas compartiendo su marca como distribuidores autorizados.

La satisfacción de trabajadores registra un 100% de muy favorable

Salud y seguridad con 0 accidentes laborales en los dos últimos años

Accesibilidad Somos referente en Accesibilidad, nuestras instalaciones son un espacio totalmente accesible pero no solo física sino cognitivo, sensorial, etc. Con sistemas para personas con alzhéimer o demencias de algún tipo, dificultades visuales, suelo podotactil, etc. Sistemas de lectura fácil, braille, con problemas auditivos, etc.

Proveedores responsables, con sus compromisos y certificados de calidad ISO y AENOR, etc.

Sostenibilidad económica, promovemos la recompra del material para entrar en el mercado de 2<sup>a</sup> mano, con ello conseguimos el reciclaje de los sistemas instalados en caso de que la persona que lo utilice no lo necesite y favorecer económicamente a compradores con poder adquisitivo más económico.

Igualdad, Formamos un conjunto de personas que fomentan la igualdad en todas sus acciones tanto laborales como personales

Formación continua, se realizan continuamente cursos de reciclaje, webinar, etc. tanto en equipos de gestión como personal de producción, este año on-line, como de nuevos productos para estar en mercado conociendo las novedades que se puedan implementar a las personas

Calidad en el servicio, una de nuestras máximas, se ha creado un departamento encargado específicamente de este servicio de control y atención al cliente para dar el mejor servicio  
Proyectos sociales,

Estamos realizando y colaborando con ADAINE en el proyecto/estudio de la mejora de la salud en las personas mayores y colaborando en el proyecto de iluminación en centros escolares mediante sistemas de iluminación circadiana/ biológica. Con unos resultados impresionantes.

Este año se va a comenzar el proyecto en colaboración con ADAINE de un estudio de accesibilidad en comunidades en todo Aragón

Innovación, Desde Hogar + Vida buscamos todo aquello que mejore la seguridad y calidad

de vida de las personas, trabajamos de la mano con diferentes proveedores y fabricantes aportando novedades y soluciones a través de los diferentes departamentos de I+D  
Variedad de Servicios: nuestro portfolio de servicios incluye todos los gremios intervenientes en una reforma completa, con fabricación propia en muchos de ellos, cubriendo un amplio abanico de soluciones constructivas y de seguridad.

## **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**

Principios y normativa o códigos conductas éticas 102-16

? REGLAMENTO INTERIOR APROBADO POR TODOS LOS ÓRGANOS DE LA EMPRESA

? PROTOCOLO DE ACTUACIÓN DE CONDUCTA ÉTICA INTERNA /CLIENTES/PROVEEDORES

Integramos en los proyectos a distribuidores que operan a nivel nacional, evitando proveedores de bajo coste y sin garantías presentes ni futuras

? Reuniones periódicas de los Departamentos de I+D+I, Departamento Técnico y Departamento de Marketing y Ventas para analizar la evolución de proyectos programados y de las necesidades que se detectan tanto en el mercado, como de las demandas de clientes.

? Desarrollo de productos específicos y establecimiento de los centros de diagnóstico en donde el producto será destinado, tanto instituciones públicas como privadas.

? Estudio y análisis de competencia para ver la viabilidad del producto.

? Encuestas a los clientes en relación a la viabilidad de los productos en función de su demanda en el mercado.

? Alianzas externas.

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

#### **8.1. Información adicional**

Cada año se pasa una encuesta anónima con varias preguntas estructuradas en los siguientes atributos:

Condiciones laborales, reconocimiento y remuneración, ambiente de trabajo, comunicación y gestión del conocimiento, liderazgo e identificación con la política y estrategia.

Toda la información obtenida por este canal se estudia para la estrategia anual.

? Para la encuesta se pregunta a los propios trabajadores por los atributos que creen como propuestas en la mejora de RRHH.

? Reuniones de equipo para acciones concretas.

? Reuniones con los mandos intermedios.

? Jornadas anuales en las que se intercambian opiniones sobre determinados ejes estratégicos.

? Inclusión del personal en las iniciativas de opinión dirigidas a los clientes.

#### FORMACION DE MANERA PERIÓDICA A LOS TRABAJADORES

? INFORMACIÓN A EMPRESAS COLABORAS DEL CÓDIGO DE CONDUCTA ÉTICA A LOS CLIENTES Y EMPLEADOS

Procesos internos para denunciar conductas poco éticas 102-17

? IMPRESO DE DENUNCIA DE CONDUCTAS ÉTICAS PRESENTADO A GERENCIA

? ESTUDIO DEL MISMO CON LOS IMPLICADOS Y FORMACION DE COMITÉ SI FUERA PRECISO

? RESOLUCIÓN DE COMITÉ

### Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

##### 9.1. Información adicional

Realizado Menoría RSA 2021

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

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

##### 10.1. Información adicional

Realizada Memoria RSA2021

### CLIENTES

#### Satisfacción de cliente

##### 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

ACCIONES:

Cuando ocurra una no conformidad (incluidas quejas):

? Reaccionar frente a la no conformidad

? Tomar acciones y corregirlas

? Evaluar la necesidad de acciones para eliminar la causa para prevenir que vuelva a ocurrir

? Revisión y análisis de la no conformidad

? Determinación de las causas de la no conformidad

- ? Revisar si existen NC similares
- ? Implantar acciones necesarias
- ? Revisar la eficacia de las AACC tomadas
- ? Actualizar los riesgos (cuando sea necesario)
- ? Hacer cambios (cuando sea necesario)
- ? Las AACC deben ser apropiadas a las NC encontradas
- ? **INFORMACIÓN DOCUMENTADA**
- ? Naturaleza de las NC y acciones tomadas
- ? Resultados de cualquier Acción tomada

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

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

**12.1. Información adicional**

**CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE CALIDAD:**

- Encargado de evaluar los resultados del análisis obtenido
- ? Conformidad con productos servicios
- ? Grado de satisfacción
- ? Desempeño y eficacia del SC
- ? Implantación eficaz
- ? Eficacia de las acciones tomadas
- ? Desempeño de los proveedores externos
- ? Necesidad de mejoras del SGC

**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**

Integramos en los proyectos a distribuidores que operan a nivel nacional, evitando proveedores de bajo coste y sin garantías presentes ni futuras

- ? Reuniones periódicas de los Departamentos de I+D+I, Departamento Técnico y Departamento de Marketing y Ventas para analizar la evolución de proyectos programados y de las necesidades que se detectan tanto en el mercado, como de las demandas de clientes.

? Desarrollo de productos específicos y establecimiento de los centros de diagnóstico en donde el producto será destinado, tanto instituciones públicas como privadas.

? Estudio y análisis de competencia para ver la viabilidad del producto.

? Encuestas a los clientes en relación a la viabilidad de los productos en función de su demanda en el mercado.

? Alianzas externas.

**BUENAS PRÁCTICAS:**

- ? Reuniones de control por departamentos para controlar el avance y desarrollo de proyectos.

- ? Departamento de Atención al Cliente y buzones de sugerencias (presenciales y por internet).
- ? Reuniones continuas, individuales o de grupo, en la búsqueda de aportaciones creativas.
- ? Jornadas de equipo para impulsar la innovación y creatividad, en provecho del desarrollo de mejoras y/o diseño de nuevos productos

## **Calidad de los productos y servicios**

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

#### **14.1. Información adicional**

Se revisan todos los estándares de calidad de los diferentes fabricantes y se verifica que cumple con las normas vinculadas a las instalaciones a realizar en territorio español así como las garantías y sellos de calidad, etc.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

#### **15.1. Información adicional**

Ofrecemos un servicio continuo de mantenimiento programado o de atención de cualquier incidencia que se pudiera producir en sus instalaciones. Incluso servicio de atención de 24h.

SERVICIO POSTVENTA.

SERVICIO 24 HORAS

SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA

SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE ININTERRUMPIDA

CONDICIONES ECONÓMICAS ADAPTADAS A CADA CLIENTE.

Posibilidad de financiación, pago aplazado, etc.:

En Hogar + Vida, sabemos que, en algunos casos, el dinero o la edad puede suponer un inconveniente en la decisión de realizar un proyecto de adecuación. Para ello, hemos convertido su economía en una de nuestras prioridades, y trabajamos con productos que ofrecen la mejor relación calidad-precio, para que el coste de su comodidad no se convierta en una barrera.

POSIBILIDAD DE RECOMPRA

Le ofrecemos la posibilidad de recompra en productos de electrónica no personales. Si el familiar o la persona que lo utiliza fallece podemos revisar la instalación y ofrecer una recompra del mismo para favorecer a otras personas que no tienen posibilidad de poder acceder al mercado nuevo.

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

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información de las características del producto o servicio.

#### **16.1. Información adicional**

En todos los presupuestos y ofertas aparece la descripción y características de cada producto o servicio, en la mayor parte con imágenes o vínculo de acceso a web donde ampliar información

### **PERSONAS EMPLEADAS**

#### **Satisfacción de las personas empleadas**

##### **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**

Cada año se pasa una encuesta anónima con varias preguntas estructuradas en los siguientes atributos:

Condiciones laborales, reconocimiento y remuneración, ambiente de trabajo, comunicación y gestión del conocimiento, liderazgo e identificación con la política y estrategia.

Toda la información obtenida por este canal se estudia para la estrategia anual.

? Para la encuesta se pregunta a los propios trabajadores por los atributos que creen como propuestas en la mejora de RRHH.

? Reuniones de equipo para acciones concretas.

? Reuniones con los mandos intermedios.

? Jornadas anuales en las que se intercambian opiniones sobre determinados ejes estratégicos.

? Inclusión del personal en las iniciativas de opinión dirigidas a los clientes.

#### **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)?**

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

#### **18.1. Información adicional.**

Nuestra plantilla está formada en un 66% por mujeres,

Condiciones económicas iguales para toda la plantilla.

? Procesos de selección igualitarios en donde intervienen simultáneamente ambos géneros como seleccionadores.

? Plan de carrera sin distinción de sexos, objetivo y medible

Plan de igualdad: realizados análisis de resultados y establecimiento de acciones.

- ? Vigilancia de presencia de ambos géneros en determinados puestos (mandos, monitores, comerciales?).
- ? Verificación de igualdad de participación en los planes formativos.

## **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?**

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

En Hogar + Vida fomentamos la conciliación familiar, se han realizado varios convenios para facilitar la conciliación familiar mediante la reducción de jornada, ajuste de horarios de trabajo a las necesidades puntuales de obligaciones familiares, etc.

#### **ENFOQUES DE GESTIÓN:**

- ? Soluciones para propuestas concretas que solicitan unos horarios determinados o una jornada específica que permita adaptarse a las preferencias de cada persona.
- ? Gestión de periodos vacacionales adaptadas a las circunstancias de cada trabajadora
- ? Formación interna en modalidad en línea. Flexibilizar las jornadas de trabajo.

## **Formación y desarrollo profesional**

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

#### **20.1. Información adicional.**

#### **ENFOQUES DE GESTIÓN:**

- ? Se han planteado numerosos cursos de todo tipo, en el último año On-line
- ? La empresa facilita en los tablones de anuncios y correos electrónicos información sobre los cursos a los que pueden acceder las personas que estén interesadas.
- ? Además, los trabajadores pueden solicitar formación al departamento de personal y se estudia la posibilidad de financiarlo.

Prácticas laborales, Disponemos de convenio de colaboración con:

Salesianos Zaragoza

Santo Domingo de Silos

IES Pablo Serrano

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

#### **21.1. Información adicional.**

Se mantiene informados a todos los profesionales de las diferentes ofertas formativas, tanto en aspecto profesional como las iniciativas personales de cada uno de ellos quiera desarrollar apoyando plenamente su realización por parte de la empresa

## **Seguridad y Salud**

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

#### **22.1. Información adicional.**

Se realiza un plan preventivo anual de los diferentes riesgos y se informa a todos los trabajadores implicados de su implementación y desarrollo para favorecer el nivel 0 de accidentes

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

#### **23.1. Información adicional.**

Se verifica de forma periódica con todos los proveedores la implementación de los mismos en la mejora ambiental y social de Iso mismos

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

#### **24.1. Información adicional.**

Se toma especial importancia en las declaraciones de cada uno de los 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?**

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

#### **25.1. Información adicional.**

Acciones sociales realizadas el pasado año

Colaboración con ADAINE en diferentes proyectos de investigación para mejora de accesibilidad de las personas en residencias de ancianos y centros de educación secundaria

Planes de inserción laboral a las prácticas en empresa.

? Plan de igualdad de género.

? Objetivos medioambientales.

? Colaboración con Stadium Venecia: donando dinero al Club para el fomento de la secciones y revista.

? Colaboración con Ayuntamiento de Muniesa y donación de generador de Ozono profesional para desinfección COVID en las familias afectadas y sus viviendas.

Evaluación continua de las acciones mediante reunión con los diferentes departamentos implicados , puesta en valor de las valoraciones de los proyectos iniciados

#### **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 desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

#### **26.1. Información adicional.**

Proyectos sociales,

Estamos realizando y colaborando con ADAINE en el proyecto/estudio de la mejora de la salud en las personas mayores y colaborando en el proyecto de iluminación en centros escolares mediante sistemas de iluminación circadiana/ biológica. Con unos resultados impresionantes.

Este año se va a comenzar el proyecto en colaboración con ADAINE de un estudio de accesibilidad en comunidades en todo Aragón

Proyecto de colaboración con Salesianos para la mejora de sistemas de seguridad en el hogar en caso de accidentes graves o incendios etc. que requieran de evacuación, etc.

#### **Transparencia con el entorno social de la organización**

#### **27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?**

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

#### **27.1. Información adicional**

procesos o proyectos desarrollados en la Organización para garantizar la transparencia en

la información financiera y no financiera a los grupos de interés.

? Ofrecer a las partes interesadas aquella información no financiera que pueda ser de su interés con el objetivo de dar a conocer mejor la empresa y generar mayor confianza entre todas las partes.

? Además, la página web ofrece información detallada sobre las actividades llevadas a cabo por la empresa que ayudan a favorecer el desarrollo social.

? En la organización se anima a los trabajadores a la participación en las actuaciones sociales donde actúa la empresa; es por esto que se les comunica formalmente cómo pueden participar en proyectos de voluntariado o colaborar con asociaciones.

A través de los medios de comunicación se dan a conocer algunos de los proyectos en los que la empresa se ha visto involucrada para fomentar el desarrollo social y el desarrollo de nuevos productos (el Heraldo de Aragón, ARAGON TV, varios canales de radio.

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

### **28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

#### **28.1. Información adicional**

planteamos un plan de comunicación y marketing en diferentes líneas

? Campaña de medios de información Tv. Radio, prensa

? Redes sociales Facebook Instagram, twitter, etc. con contenidos cada semana en las tres redes más importantes, compartiendo con los numerosos agregados, asociaciones y empresas de nuestra red.

? Web: Imágenes de los productos, novedades, etc. en las tres páginas web

? Tienda online (Siguiente paso). Donde el cliente pueda buscar los productos on line e ir a comprarlo de manera física o a través de la web. Todo esto hace que el ciclo comercial se retroalimente con la publicidad o marketing on line

? Personalizar el packaging y tarjetas, etc.

? Además de un Open Day o Jornada de Puertas Abiertas al mes con actividades especiales para comercios, particulares o asociaciones

? Otro método son los medios de comunicación, a través de los cuales se dan a conocer algunos de los proyectos en los que la empresa se ha visto involucrada para fomentar el desarrollo social y el desarrollo de nuevos productos (Aragón TV, el Heraldo de Aragón

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

Se evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

## 29.1. Información adicional.

Hogar + Vida es una empresa que asume una responsabilidad y un compromiso con el Medio Ambiente buscando alternativas, productos o prácticas que nos ayuden a mejorar de forma continua y a controlar, evitar y reducir, en lo posible, la contaminación del Medioambiente.

### COMPROMISOS ADQUIRIDOS

? Proteger el Medio Ambiente, incluyendo la prevención de la contaminación y otros compromisos específicos pertinentes al contexto de la organización.

? Garantizar, de forma continuada, el cumplimiento de los requisitos legales aplicables y de otros requisitos voluntarios que la organización suscriba relacionados con el medio ambiente.

? Proporcionar el marco de referencia para establecer, revisar y adecuar continuamente el Sistema y los Objetivos Ambientales, con el fin de evaluar su eficacia y su continua adecuación a los requisitos anteriormente establecidos.

? Establecer medidas de prevención de la contaminación, minimizando consumos, residuos y emisiones.

? Implicar y motivar al personal con objeto de buscar su consulta y participación en la gestión y desarrollo del Sistema de Gestión implantado.

Se realiza un control operacional para asegurar que todas aquellas operaciones y actividades asociadas con aspectos ambientales, sometidas a algún tipo de regulación legislativa, así como las relacionadas con el cumplimiento de la Política Ambiental y de Seguridad y Salud, y de los Objetivos y Metas Ambientales, se llevan a cabo conforme a los requisitos establecidos.

Siempre que se identifica un proceso o actividad que pueda provocar un impacto ambiental negativo, se desarrollan procedimientos particulares para el control de dicha actividad o proceso.

### Compromiso frente al cambio climático

#### 30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

## 30.1. Información adicional.

ACCIONES: Todos nuestro personal dispone de un protocolo de actuación frente a los residuos

? Queda prohibido el vertido intencionado de cualquier sustancia peligrosa para el ambiente.

? Para reducir las emisiones a la atmósfera procedentes de los vehículos de transporte, se exige que todos los vehículos de la empresa tengan realizada al día la Inspección Técnica de Vehículos.

? Todo el personal debe controlar el consumo de recursos naturales durante su jornada laboral.

### BUENAS PRÁCTICAS:

El 100% del papel que se compra actualmente es reciclado.

Inclusión en nuestra web

## **Economía circular**

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

#### **31.1. Información adicional**

Tenemos nuestro profesionales colaboradores en el entorno más próximo para evitar contaminación y ahorro en desplazamientos mejorando el ahorro de nuestros clientes y el beneficio para nuestro proveedores cercanos

## **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 comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

#### **32.1. Información adicional**

Comunicación a través de nuestra web de Los Compromisos de Sostenibilidad 2030: entre ellos la reducción de residuos

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

### **Valoración Global**

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

7

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

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

Hogar + Vida es un concepto que pone en comunión personas, realidades, entornos y tecnología.

En Hogar + Vida ponemos el foco en las personas, en toda su diversidad, porque queremos crear un mundo abierto, lleno de oportunidades, no sólo para mejorar la vida de las personas que tienen alguna limitación, sino la vida de todas las personas en general.

LA atención personalizada a las necesidades , los gustos de las personas, etc.

### **36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

La comunicación con el exterior

## **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 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.