

RSA - PYMES

Empresa evaluada

**CONSULTOR DE RECURSOS ENERGÉTICOS,
S.L.**

CIF: B99554099

C/Murillo nº: 11.-

50420 - Cadrete

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

CONSULTOR DE RECURSOS ENERGÉTICOS S.L.U.
CREENSOLAR

02 - Dirección - CP - Población

Situados en la calle Murillo, nave de Cadrete, 50420.

03 - Sector. Actividad

Sector energético, más concretamente en la energía solar fotovoltaica como rama principal de nuestro negocio.

Y la instalación de aerotermia como segunda rama de la empresa.

Realización de asesoramiento e instalación.

04 - Año comienzo actividad.

Comenzamos en julio de 2019

05 - Número de personas empleadas

En la actualidad existen 5 puestos de trabajos repartidos entre instaladores, ingeniería, comunicación y venta y administración.

Además de colaboradores externos.

06 - Persona contacto

Ignacio Santa Eugenia Mercado, CEO de la organización

07 - E-mail contacto

ignacios@creensolar.com Comunicación principal

08.- Página web

Nuestra página web es www.creensolar.com

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)

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Tanto la constitución de la empresa y su actividad tiene mucha relación con toda la panorámica actual.

Económicamente creemos que para crecer en un mercado tan cambiante hay que mantenerse a la vanguardia y trabajar con un equipo que aporte seguridad tanto dentro como fuera de la empresa, por ello tratamos que el equipo genere valor al trabajo.

Medioambientalmente poco podemos comentar, creemos que España puede ser un país líder en la UE y comenzamos por ser nosotros mismo lo más autosuficientes. Además, creemos en la eficiencia de cada uno de nuestros pasos, generando los mínimos residuos, gases...

Para mantenerse a la vanguardia y prosperar debemos avanzar junto a la tecnología tanto en nuestro producto principal (fotovoltaica), la adaptación de otros productos (aeroterminia, por ejemplo) como la empresa, estando cerca del cliente, haciéndose conocida, creciendo y siendo cercanos, participando en proyectos y divulgando buenas acciones.

Políticamente y socialmente vamos por buen camino, con mucho que mejorar en cuanto a alianzas pero acercándonos a empresas y administraciones con ganas de colaborar y mejorar al mismo tiempo. Nuestros equipos deben estar formados y adaptándose a la empresa y al cliente.

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

Si

2.1. Información adicional

Las pequeñas organizaciones creemos que tienen muchos modos de involucrarse en grandes temas como los hablados anteriormente,

Siempre partiendo de dentro, desde su propia empresa y viendo que puede mejorar en ella y hasta donde puede mejorar. En el día a día económicamente, por tiempo o por repercusión no se llega a todo lo que nos gustaría pero siempre se pueden ir poco a poco tomando medidas.

También es cierto, que podríamos llegar mucho más lejos y mucho más rápido con colaboraciones, creando un tejido empresarial mucho más fuerte capaz de lograr acciones mucho más beneficiosas para todos.

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?

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática

3.1. Información adicional

Procuramos tenerlos en cuenta, y pensamos en un medio plazo para empezar a cuantificarlos anualmente.

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

No existe ningún presupuesto definido destinado pero se plantean diferentes estrategias que pronto se implantarán.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

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

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

5.1. Información adicional

Sí, conocemos y tenemos situados a cada grupo con el que la empresa se relaciona.

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

En algunas ocasiones mediante encuestas podemos saber la satisfacción o mejoras que podemos tener.

En otras ocasiones, la mayoría, encontramos necesidades en conversaciones informales que se dan bien en la post-venta o bien en el dialogo del día a día.

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

Se habla y se trata de alcanzar el mismo objetivo, no hay unas pautas concretas pero el

objetivo final es el mismo y es conocido por todos.

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

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1. Información adicional

Sí, trabajo y esfuerzo para lograr crecer y estabilizarse.

Plan de Responsabilidad Social

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

No hemos trabajado previamente en esta materia

9.1. Información adicional

Materia en la que hacer hincapié.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

Por el momento no se ha trabajado en ello.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

11.1. Información adicional

Damos un buen servicio y tratamos de que dejen reseñas en internet.

En muchas ocasiones, llamadas telefónicas, recomendaciones (cada vez más) o ampliaciones de instalaciones nos dan a conocer su grado de satisfacción.

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

Se identifican mejoras de manera esporádica pero no se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Se identifican y tratamos de implantarlas, normalmente sin un método estructurado.

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?

No realizamos ningún tipo de investigación

13.1. Información adicional

Intentamos estar a la vanguardia de los productos, preguntando a proveedores, fijándonos en qué hacen otros, investigando y estudiando, con el fin de mejorar nuestro producto.

Calidad de los productos y servicios

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

Procuramos trabajar con proveedores nacionales e incluso locales con reconocimiento y años de experiencia para poder ofrecer el mejor servicio posible. Así como ir aplicando mejoras en nuestros productos como en nuestros trabajos.

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

Atendemos a nuestros clientes a la menor brevedad posible.

Estamos en el proceso de creación de un mantenimiento que pueda ayudar tanto a clientes como a la empresa para un acercamiento mayor de ambos, para buscar mejoras y prevenir errores.

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 detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

16.1. Información adicional

Se le proporciona al cliente todo tipo de información tanto en la web, como con el equipo que atiende las necesidades así como en la propia instalación.

De esta manera conseguimos que el producto este muy definido y evitemos malentendidos. A posteriori es posible que surjan dudas, por lo tanto pueden llamarnos.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

Nuestra filosofía es estar cerca del empleado, para generar vínculos y la confianza para crear un buen ambiente de trabajo.

Existen reuniones periódicas de aclaración, para ver si va todo bien y dónde podemos mejorar con ellos.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

Se realizan acciones de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

18.1. Información adicional.

Nuestra filosofía no distingue ni de sexo, raza, edad...

Dependiendo de la vacante se busca un perfil, para ello se crea un anuncio y se da la oportunidad a todxs.

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 aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

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

Respetamos fin de semanas, vacaciones y festivos.

Tratamos de que el trabajo se realice de lunes a viernes, en horario de mañanas, lo cual da tiempo para dedicar a la familia y ocios de cada uno.

En caso de que por fuerza mayor se necesite fiesta, por lo general si no hay algo de relevancia se concede para cualquier asunto familiar.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

Materia en la que mejorar. Intentamos que no dejen de formarse, preguntamos y con ello buscamos lo que mejor se adapte.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

21.1. Información adicional.

Procuramos estar en un constante aprendizaje teórico-práctico.

Seguridad y Salud

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

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

22.1. Información adicional.

Se hace un seguimiento de accidentes y bajas laborales y se estudian las causas. Cada vez mejor en esta línea.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

23.1. Información adicional.

Se promueve la compra nacional y de la mayor cercanía posible, teniendo en cuenta que nuestro tipo de producto viene de países asiáticos en su mayoría. No obstante, la gran parte de las empresas con las que trabajamos cuentan con sellos de calidad y responsabilidad medioambiental.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

En la clasificación y evaluación de proveedores se tiene en cuenta el precio fundamentalmente y la calidad del servicio.

24.1. Información adicional.

En la elección del producto (que en nuestro caso la mayoría viene de fuera de Europa) procuramos que sea de empresas nacionales, con solvencia y sellos de calidad y medioambiente en su mayoría. De este modo, buscamos la mayor garantía para nuestro cliente y la mejor calificación medioambiental para contribuir en su mejoría.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Se colabora en algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Actualmente en ninguno.

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?

No, no están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Actualmente no hay proyecto sociales.
Se tratarán de incluir.

Transparencia con el entorno social de la organización

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

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

27.1. Información adicional

Pueden llegar a comentarse de manera no oficial en conversaciones informales.

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?

No se comunican

28.1. Información adicional

En proceso.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

No existe una planificación para estos temas.

29.1. Información adicional.

Se conoce de su existencia, se piensa como reducirse pero no hay una metodología definida para evitarlo.

Se actúa en el día a día, se va mejorando.

Compromiso frente al cambio climático

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

No existen actividades en marcha

30.1. Información adicional.

Al igual que en el punto 29. existen estrategias, no auditadas y claras.

Se trabaja sobre el día a día.

Economía circular

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

31.1. Información adicional

Procuramos ser lo más sostenibles posible y buscamos en un futuro imponer acciones directas y bien marcadas para ello.

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

Se comunica tanto a nivel interno de empresa como a todos los posibles clientes y proveedores que nos sigan y colaboren con nosotros.

De ese modo nuestra imagen de marca se va haciendo cada vez más grande, al igual que damos ejemplo y creamos cierta necesidad en otros.

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

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?

5

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Señalaría dos puntos fuertes que tenemos explotando ya.

Por un lado, la "simpleza" y el buen hacer de la empresa y cada uno de sus empleados.

Buscando un buen ambiente laboral y dando servicios y colaborando con agentes externos de una manera "sana" buscando tanto el bien individual como el colectivo.

Por otro, nuestro sector, movernos en la energía renovable nos permite ser medioambientalmente hablando punteros.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Nuestras áreas de mejora están principalmente en la definición clara de cada una de las ideas y mejoras que proponemos.

Con una buena definición, y una lista de estrategias sería mucho más fácil transmitirlo a los demás y ponerlas en práctica.

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 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.