Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

FAMAMI, S.L.
CIF:B22357974
C/Zaragoza nº:12-
22002 - Huesca
Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

FAMAMI SL

02 - Dirección - CP - Población

C/ Zaragoza 12-22002-Huesca

03 - Sector. Actividad

Venta al por menor de libros y papelería

04 - Año comienzo actividad.

2010

05 - Número de personas empleadas

14 (2 de ellas autónomas societarias)

06 - Persona contacto

Fernando Arguis Miravé

07 - E-mail contacto

fernando.arguis@santosochoa.es

08.- Página web

www.santosochoahuesca.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

Si bien no se hace de forma estructurada si se hace de forma continua lecturas sobre tendencias en comunicación (especialmente en redes sociales), tendencias y comportamientos de los diferentes segmentos sociales (especialmente de la generación Z) así como innovaciones que están asentándose en el sector del retail.
Es una absorción de información continua si bien no esta estructurada.
Esta información condiciona nuestras prioridades y acciones

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

No

2.1. Información adicional

La única forma que una Pyme puede enfrentarse es convirtiéndose en referente para que el resto la sigan, pero en ultima instancia ha de ser un movimiento generalizado

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

Aquí hay dos puntos:
1) En la empresa se valora y analiza toda propuesta de colaboración para realizar una acción social que llega tanto interna como externamente, En nuestro propósito está incluida la responsabilidad de desarrollo de nuestro entorno.

2) Al estar la responsabilidad en nuestro propósito ninguna de nuestras acciones viola este principio.

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

Si bien hacemos alguna donación, la mayoría suelen ser colaboraciones no dinerarias a pesar de tener un coste asociado en RRHH.

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

Estos son los principales grupos de interés que tenemos identificados:
-Clientes
-Empleados
-Proveedores
-Entidades con las que colaboramos (Organizaciones como Valentia, Aspace, centros escolares y bibliotecas)
-Administración local y asociaciones de ámbito local (asociación de comerciantes, asociación de librerías)
-Sociedad oscense

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

Estos mecanismos de identificación si existen de manera formal para clientes y trabajadores
El resto se hace de forma informal según necesidades del stakeholder

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 documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

7.1. Información adicional

Es un corto documento donde se indica no sólo el propósito de la empresa y valores sino las normas de conducta fundamentales.
Este documento es genérico para todos los trabajadores y se comenta en una reunión inicial con el trabajador recientemente incorporado.

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

Está plasmado en un documento junto con los códigos de conducta que se comentan de forma verbal al incorporarse un trabajador nuevo a la empresa.
Además periódicamente se hace mención en reuniones de grupo de los valores.

Plan de Responsabilidad Social

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

9.1. Información adicional

Actualmente estamos colaborando con las siguientes entidades y realizando las siguientes actuaciones:

- Fundación Valentia: Colaboración semanal de un taller de literatura para discapacitados intelectuales. Todos los lunes por la mañana realizan un taller en nuestras instalaciones.

- Cruz roja Española: Realizamos un taller periódico en nuestro establecimiento para el fomento de la socialización de personas en situación de soledad.

- Colaboramos con al fundación CC ONG Ayuda al Desarrollo haciendo una donación de 40 euros mensuales de forma indefinida.

- Colegio San Vicente de Huesca: Alumnos de primaria vienen una vez al mes a hacer presentaciones sobre lecturas que ha hecho ese mes.

- Bibliotecas públicas de Huesca: Realizamos cuentacuentos en las bibliotecas municipales con el fin de promocionar la lectura entre los niños.

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

10.1. Información adicional

Realmente no tenemos una estructura formal de medición si bien cada acción es valorada internamente para la adopción de mejoras.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Alguna vez hemos hemos realizado alguna encuesta a clientes

11.1. Información adicional

Aunque de manera no periódica hemos hecho encuestas a través de formularios google a nuestra base de clientes.

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Las quejas o propuestas de mejora se identifican por escucha activa por parte de los vendedores y se sugieren mejoras en reuniones periódicas del departamento comercial.

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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

Aunque no se hace de forma periódicamente planificada si estamos constantemente informándonos de las tendencias del mercado e innovaciones de la competencia.
La gerencia realiza por lo menos dos viajes al año a visitar diferentes mercados para captar tendencias e ideas.
Así mismo se visitan también ferias del sector para conocer las novedades de producto.
Recientemente organizamos un focus group para descubrir nuevas necesidades que han sido implantadas con gran éxito en la apertura de un nuevo punto de venta vanguardista en el sector y en la ciudad.

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

No se hace un análisis exhaustivo de los aspectos sociales y ambientales.
La forma de prestar el servicio va en consonancia con los valores de la empresa que si tiene estos aspectos en cuenta.
Se trabaja diariamente teniendo en cuenta siempre aspectos medio ambientales como el reciclaje, ahorro energético etc así como aspectos sociales como accesibilidad, respeto a la diversidad, adaptación a las necesidades del púbico infantil (p.ej. baños adaptados a su tamaño) etc.

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

Por el tipo de producto que vendemos el servicio postventa no es crítico.
Aún así se resuelven las incidencias producidas en el acto o con la mayor celeridad posible devolviendo, si es preciso, el dinero abonado.
Se abre siempre una ficha de no conformidad que se estudia a posteriori para mejorar los

procesos y evitar futuros problemas.

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

Al ser una empresa de retail, la información suele estar indicada en los packgins de los productos salvo que sean obvios (un bolígrafo bic por ejemplo).
Sobre nuestros diferentes servicios se informa en el mismo momento en que el cliente manifiesta su interés por el servicio

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

17.1. Información adicional

Tenemos una reunión trimestral con cada miembro del equipo donde se tratan temas que interesan a cada trabajador:
Satisfacción con su horario, conciliación, tareas, dificultades etc.
Es una conversación en la que ambas partes acuerdan formas de trabajar, objetivos cualitativos y compromisos por parte de la empresa hacia el trabajador.

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)?

No se han desarrollando actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

Al ser una empresa de 14 trabajadores no se realizan acciones de sensibilización pues en la selección de personal, que realiza gerencia, esto ya se tiene en cuenta.
Actualmente, dentro de la plantilla tenemos gente de nacionalidades diferentes, homosexuales y la gran mayoritaria son mujeres. Ninguna de estas condiciones ha sido tenidas en cuenta a la hora de seleccionar a los trabajadores y fijar su retribución.
De nuevo es parte de los valores de la empresa por lo que no tiene ningún plan más allá de explicar dichos valores.

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?

Existen iniciativas formales para facilitar el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

Cada trabajador expone sus necesidades de conciliación en reunión individual y la empresa acuerda con el trabajador la forma de satisfacer dichas necesidades.
Tenemos estudiantes que necesitan jornadas adaptadas a los horarios de sus clases, madres con niños pequeños que exigen horarios determinados y flexibilidad ante imprevistos, personas teletrabajando etc.
La gerencia procura en la medida de lo posible garantizar dos días seguidos de fiesta a la semana y librar fines de semana alternos con aquellos trabajadores que están dispuestos a trabajar los sábados. Recordemos que es una empresa de retail.
Hacemos gala de estar muy concienciados al respecto de la conciliación. No en vano los gerentes son padres de familia numerosa en edad escolar.

Formación y desarrollo profesional

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

20.1. Información adicional.

Las formaciones se hacen en función de las necesidades y a demanda del trabajador en caso de que así lo solicite en reunión individual.

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.

Además de la formación básica, se realizan formaciones en función de las competencias a desarrollar siempre que el trabajador o la empresa lo solicite

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.

Este aspecto está delegado en una empresa de prevención de riesgos laborales

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.

Aun no teniendo una "manual" que especifique criterios específicos en la compra si hay unas prácticas comunes a la hora de realizar las compras que dan preferencia a unos proveedores frente a otros siempre que se haya alternativa al suministro.
Aspectos como proximidad o huella de carbono 0 (por ejemplo en el suministro de electricidad) son variables que se tienen en cuenta si hay alternativas.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

Como he indicado antes si se tiene en cuenta siempre que existan alternativas a la compra de producto o servicios que la empresa necesita

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 proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal

25.1. Información adicional.

Se tienen proyectos anuales de colaboración planificados tanto con organizaciones (Valentia, Cruz Roja por ejemplo) así como con centros escolares y bibliotecas públicas.
Estas colaboraciones son acciones acordes con la misión de la empresa " Acercar la cultura y el conocimiento a toda nuestra sociedad". Este es para nosotros el punto de partida para conseguir una sociedad mas igualitaria.

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 y con planes de

acción específicos

26.1. Información adicional.

Así se plasma en los presupuestos anuales.

Actividades de fomento de la cultura en colegios y bibliotecas.
Talleres de inclusión con entidades como Valentia o Cruz Roja.
Colaboración dineraria con la ONG CCONG ayuda al desarrollo.

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 comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

27.1. Información adicional

Al formar parte del plan de acción de la empresa, todos los trabajadores conocen las acciones y se les invita a participar.

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?

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

28.1. Información adicional

Se comunican las acciones de forma tratando sobre todo de poner en valor al beneficiario.
Tratamos de ser muy sutiles a la hora de comunicar las acciones pues no se quiere proyectar una imagen de oportunismo mediático.
Comunicar una acción social puede llevar a equívocos en la verdadera intención de la acción. En vez de dar visibilidad a los colectivos puede mal interpretarse la intención de la empresa y verse a esta como oportunista.

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.

Se está trabajando con una consultoría ambiental llamada LADERA www.weareladera.com.
En estos momentos estamos midiendo datos para desarrollar un plan en los próximos 5 meses

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 a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

El compromiso de momento, a la espera de desarrollar el plan de acción no está siendo comunicado publicamente, pero si internamente,

Economía circular

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

La organización ha comenzado a integrar los conceptos de la economía circular en sus operaciones y cuenta con objetivos y un plan de acciones para su desarrollo.

31.1. Información adicional

En proceso con LADERA

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 comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

-

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 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
2 - Disponer de presupuesto
3 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
4 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
5 - Capacitar a las personas de la empresa

6 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
7 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
8 - Ofrecer productos y servicios de calidad
9 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
10 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo

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?

Nuestra política de conciliación con los trabajadores.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

La elección de proveedores alienados con la sostenibilidad. Es algo que debemos trabajar más pues alguno de ellos creemos que no están alienados con este concepto.

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 pero no ha establecido ningún compromiso 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 4. Educación de calidad.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.