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

RSA - PYMES

Empresa evaluada

DISTRIBUCIONES NAVARRO - MIR S.L.
CIF:B50731090
Pol. Ind. la Puebla de Alfinden c/h 66-68
50171 - La Puebla de Alfinden
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

DISTRIBUCIONES NAVARRO & MIR S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Pol. Ind. La Puebla de Alfindén. C/ H 66-68 C.P 50171 La Puebla de Alfidén. (Zaragoza)

03 - Sector. Actividad

Distribución de productos y maquinaria de limpieza.

04 - Año comienzo actividad.

1.997

05 - Número de personas empleadas

14

06 - Persona contacto

Fernando Navarro.

07 - E-mail contacto

comercial@disnamir.com

08.- Página web

www.disnamir.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)

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

1.1 Información adicional

Por nuestra actividad, debemos estar al tanto del entorno general donde desarrollamos nuestra actividad, tener en cuenta el entorno economico, politico, medioambiente, la tecnologia y el aspecto social, condicionan nuestra actividad y el día a día.

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

Si

2.1. Información adicional

nuestra Pyme, poco a poco deberá adaptarse progresivamente a la realidad que le rodea, de forma independiente o con la ayuda de de instituciones o de un consultos externo.

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 incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

3.1. Información adicional

Al realizar distribucion de productos de limpieza y celulosa, intentamos dentro de la medida el solicitar a nuestros proveedores certificados medioambientales y certificados de etiqueta Ecolabel. En relación al aspecto social, tratamos de adaptarnos a nuestros trabajadores dentro de lo posible.

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 tenemos destinada una partida en concreto, si bien es cierto que en ocasiones colaboramos con clientes que lo solicitan y realizamos ciertas donaciones a fundaciones y asociaciones sin animo de lucro

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

tratamos de impulsar el dialogo con clientes, proveedores y empleados de realizar nuestra actividad de la manera mas sostenible posible, intentamos comercializar productos y sistemas cada vez más amigables con el medioambiente así como un distribución más sostenible

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

6.1. Información adicional

conocemos las necesidades de nuestros clientes y tratamos de ofrecer las soluciones más acordes a su actividad, desde ya hace unos años llevamos a cabo las ofertas de productos ecologicos y sostenibles con el medioambiente mediante el certificado de los mismos. de tal manera exigimos a nuestros proveedores que cumplan con la legislación en materia medioambiental

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

somos una pequeña Pyme, no disponemos de un protocolo, tanto gerencia como administración es la encargada de la gestión diaria de la empresa y de forma interiorizada sabemos que debemos actuar de buena fé y practicas responsables, eso mismo tratamos de inculcar con ejemplo en el resto de trabajadores

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, pero no de manera sistemática o formal

8.1. Información adicional

nuestros compañeros en la empresa son conocedores que realizamos una actividad donde las buenas practicas son fundamentales y que en tratamiento del material que comercializamos se debe hacer de forma responsable ya que algunos productos de limpieza son de tramaniento especial

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

hasta el día d ehoy no hemos realizado un plan, sin embargo estamos concienciados con los terminos generales que lo comprenden y en un futuro la idea es realizarlo y plasmarlo

por escrito

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

no tenemos Plan,

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

nuestros comerciales y la direccion comercial estamos en contacto con los clientes de forma constante y capturamos sus necesidades e inquietudes de manera informal que luego tratamos de solucionar y mantener satisfecho al cliente

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

al final el cliente es nuestro "jefe" y tratamos de satisfacer sus necesidades, si un cliente solicita productos ecosostenibles y certificados pues nosotros tratamos de proporcionarlos, al final la tendencia es que cada vez los productos son más seguros y sostenibles

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

cómo empresa distribuidora estamos estrechamente en contacto con nuestros fabricantes para comentar las tendencias y las peticiones de nuestros clientes, cada día se realizan más actuaciones con productos con certificación Ecolabel,

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

ofrecemos productos cada vez más seguros en su uso y eficacia, al final, la industria química también ha evolucionado como todos los sectores, productos de limpieza cada vez más concentrados que deriva en un ahorro de producto y recursos cada vez menor.

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

al final nuestro equipo comercial esta en contacto con los clientes de forma constante, hacemos un seguimiento por lo que el servicio postventa se realiza de una forma activa, cada semana o de forma quicenal estamos hablando con el cliente

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

todos los productos que comercializamos tiene una ficha técnica y una hoja de seguridad que esta a disposión del clienteque consume el producto.

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

como administrador gerente de la empresa, y al tener pocos empleados saben que tienen canal directo de comunicación conmigo por lo que tratamos todos los aspectos de forma directa, soy conocedor de sus necesidades e inquietudes

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.

hasta la fecha no hemos tenido necesidad de realizar, por nuestro tamaño y las personas que formamos la organización no ha sido necesaria tener una actuación en particular en relación a esta materia. Los comerciales y repartidores de la empresa son formados a nivel de producto y de los riesgos laborales que tienen su puesto de trabajo en especifico

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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.

tenemos bastante flexibilidad y confianza en la empresa, al final las necesidades de los compañeros son tratadas de forma especifica y directa, tenemos una gestión muy flexible en este aspecto.

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

realizamos formaciones con la coordinación de nuestros provedores de productos y servicios, reunimos a la plantilla para ciertas sesiones formativas al respecto para luego realizar los asesoramientos de la forma más precisa y actual.

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

Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación básica relacionada con el desempeño del puesto de trabajo y la actividad de la organización

21.1. Información adicional.

cuando se incorpora un trabajador en nuestra organización se le enseña y se dedica formación en relación al trabajo que debe realizar así cómo se le indica lo que se espera de la persona.

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.

junto con una empresa externa se realiza de forma periodica las revisiones del plan de seguridad y salud, tanto al principio cuando un trabajador se incorpora como durante con inspecciones a nuestras instalaciones

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

23.1. Información adicional.

cómo empresa comercializadora de productos de higiene tratamos de solicitar a nuestros proveedores certificados de calidad y medioambientales, a fecha de hoy podríamos decir que practicamente la totalidad de proveedores están cubiertos en relación a esos requisitos

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.

al final es un cúmulo de circunstancias lo que hace seleccionar a un proveedor, nosotros primamos el precio, claidad, servicio, cercanía y certificados medioambientales

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 sin planificación específica

25.1. Información adicional.

en ocasiones nuestros clientes nos solicitan colaborar en forma de publicidad o entrega de productos sin cargo para la colaboración especifica en una actividad que van a realizar

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.

nos gusta colaborar cuando un cliente nos solicita una donación de material, lo vemos con buenos ojos, pero no tenemos una actuación específica en relación a esta parcela

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

al final estamos en contacto con todas las personas que se relacionan con nuestra empresa, al final captamos sus necesidades e inquietudes y tratamos de satisfacerlas en la medida de lo posible, realizamos una actividad básica y necesaria como es la distribución de higiene por lo que el entorno social para nosotros es importante

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

cuando realizamos estas actuaciones se hacen publicas en redes sociales, pero se hacen bajo demanda del cliente, no es algo que fomentemos nosotros,

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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización.

29.1. Información adicional.

por el tipo de actividad que realizamos somos conscientes del impacto que realizamos en el medioambiente, tratamos de realizar una distribución eficiente con la planificación de las rutas así como una comercialización de productos y sistemas rentables y con impacto limitado en el entorno, los productos son biodegradables y con certificaciones

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.

tratamos de impactar lo menos posible en nuestra actidad, es por ello que se comunica a los compañeros que se realicen y se tomen decisiones desde el punto de vista de la eficiencia como por ejemplo la forma de conducir, evitar desplazamientos y kilómetros innecesarios

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

fomentamos la comercialización de productos concentrados y la reutilización de envases rellenables, así como el uso de cajas de embajajes procedentes de proveedores , reutilización de cajas. Intentamos generar el menor residuo posible en nuestra actividad

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

al departamento comercial se realiza cierta fuerza en ofrecer productos ecosostenibles y certificados así cómo la utilización de sistemas que generen menos residuo y fomente la reutilización de envases. los compañeros de reparto y logística deben reutilizas cajas en embalaje y realizar una conducción eficiente

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 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
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 Comunicad Local
7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
8 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente

9 - Disponer de presupuesto
10 - Ofrecer productos y servicios de calidad

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?

creo que la eficiencia en nuestra actividad es nuero punto fuerte, con la menor cantidad posible de recursos realizamos nuestra actividad comercial, al final la falta de tiempo y el día a día hace que no dediquemos y realicemos más actividades encaminadas a la responsabilidad socia, al final en las pequeñas empresas estamos los justos y necesarios para realizar nuestra actividad mercantil pero somos consientes de nuestro impacto en la sociedad

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

la conciliación familiar sin lugar a duda, sería un área donde podríamos realizar alguna mejora

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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.