

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**UNNE LAHUERTA, S.L.U.**

CIF:B10656361

Teodoro Iriarite Reinoso, 6 Local

50010 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

UNNE LAHUERTA SLU

Graditim Ejercicio y Salud (Denominacion Comercial)

#### 02 - Dirección - CP - Población

C/Teodoro Iriarte Reinoso, 6 Local

#### 03 - Sector. Actividad

ESCUELAS Y SERV. PERFECC. DEL DEPORTE

#### 04 - Año comienzo actividad.

2023

#### 05 - Número de personas empleadas

5

#### 06 - Persona contacto

Alejandro Lahuerta Martinez

#### 07 - E-mail contacto

[alejandrolahuertamartinez@hotmail.com](mailto:alejandrolahuertamartinez@hotmail.com)

#### 08.- Página web

[www.graditim.com](http://www.graditim.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**

Nuestra organización está profundamente consciente de que los temas globales y generales que mencionas impactan, tanto directa como indirectamente, en nuestro funcionamiento y desarrollo estratégico.

Económicos: El contexto económico es crucial para nuestra organización. Nos esforzamos por contribuir a la creación de empleo y de manera que contratamos a todos nuestros trabajadores como trabajadores por cuenta ajena.

Medioambientales: Estamos comprometidos con prácticas sostenibles, reduciendo nuestro impacto ambiental mediante el uso eficiente de recursos como el agua y la energía eléctrica

Sociales: Estamos comprometidos con promover la igualdad de género y facilitar la conciliación de la vida personal y profesional de nuestros empleados.

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

Si

**2.1. Información adicional**

Sí, las PYMES pueden enfrentarse de forma individual a temas como los mencionados. Las PYMES tienen la capacidad de adaptarse con agilidad, innovar en sus procesos y establecer estrategias personalizadas que les permitan abordar estos temas de manera efectiva. Además, su tamaño les permite tomar decisiones rápidas y flexibles, lo que puede ser una ventaja en un entorno global cambiante.

**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 planificar la actividad de nuestra organización, los aspectos sociales y ambientales juegan un papel fundamental. Aunque es cierto que, en muchos casos, la incorporación de estos aspectos está motivada por el cumplimiento legal y las exigencias normativas del sector en el que operamos, nuestra visión va más allá de simplemente cumplir con lo establecido por la ley

**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**

Asignamos recursos financieros en función de los planes concretos que se desarrollan en cada ejercicio.

Esto nos permite ser flexibles y adaptativos, asegurando que nuestras inversiones se alineen con las necesidades y oportunidades que surgen en cada momento. Cuando identificamos un proyecto social o medioambiental que puede tener un impacto positivo significativo, evaluamos los recursos disponibles y destinamos los fondos necesarios para llevarlo a cabo

## **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.**

Sabemos que existen pero no los tenemos identificados específicamente

### **5.1. Información adicional**

Estamos en proceso de mejorar este aspecto para asegurar que nuestras interacciones con cada grupo de interés sean más efectivas y alineadas con los objetivos de la organización.

**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**

Este conocimiento no ha sido formalizado mediante un proceso estructurado . Estamos considerando la posibilidad de implementar métodos más formales para identificar y gestionar estas necesidades y expectativas de manera más precisa y efectiva en el futuro.

## **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 a disposición de todas las personas de la organización

### **7.1. Información adicional**

Todos los trabajadores conocemos las normas de actuación en todos los casos.

**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**

Antes de iniciar el trato con el cliente, nuestros trabajadores una vez contratados están una semana de una formación interna para conocer la misión y visión de la empresa.

## **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**

Actualmente estamos realizando el Plan de Responsabilidad Social

### **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 está creado el Plan de Responsabilidad Social

## **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**

Conocemos la satisfacción de nuestros clientes de manera informal, gracias a la relación cercana que mantenemos con ellos. Esta proximidad nos permite recibir retroalimentación directa, lo que nos ayuda a entender sus opiniones y necesidades.

#### **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**

Identificamos mejoras en el servicio a nuestros clientes a través de la observación continua y el feedback recibido en nuestras interacciones diarias. Si consideramos que una mejora puede aportar un valor significativo, la incorporamos en nuestros procesos de manera efectiva.

### **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**

Este enfoque nos permite desarrollar soluciones innovadoras y alineadas con las tendencias y demandas actuales, asegurando que nuestra oferta sea competitiva y relevante para nuestros clientes.

## **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**

Nos esforzamos principalmente en aspectos ambientales, principalmente en la prestación de servicios incluimos el uso de materiales sostenibles y utilizamos aparatos lo mas modernos posibles, que son mas eficientes.

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

#### **15.1. Información adicional**

Realizamos un seguimiento cercano con el cliente, donde preferimos el contacto verbal y directo.

## **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**

Desde el primer momento que tenemos un cliente potencial, se explica todos los servicios con claridad e intentamos aclarar todas las dudas que le surgen al cliente.

## **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**

Semanalmente, realizamos reuniones para conocer tanto la situación de los clientes como la de los trabajadores y así conocer si podemos aplicar mejoras en los servicios.

## **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 formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

**18.1. Información adicional.**

Desde el inicio todos los trabajadores son conocedores de los protocolos que marca la ley, y para nosotros todos los trabajadores son iguales ante salarios, horarios etc.

**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 conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.**

En la medida de lo posible, facilitamos a los trabajadores poder conciliar el trabajo con su vida personal. Estableciendo vacaciones en fechas señaladas del calendario y facilitando las propuestas que nos realizan los trabajadores.

**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.**

Tanto los trabajadores como nosotros proponemos formaciones a realizar ya sean de carácter privado o publico y somos nosotros en la medida de lo posible costeamos las formaciones.

**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.**

Todas las acciones formativas que se realizan por parte de los trabajadores son totalmente relacionadas con la función que desempeñan dentro de la empresa.

**Seguridad y Salud**

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

### **22.1. Información adicional.**

Se establecen medidas preventivas tanto por parte de la empresa que nos gestiona la seguridad y salud de manera externa, como de manera interna.

## **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.**

Procuramos realizar las compras en comercios de cercanía o si no es posible en el mercado nacional y siempre respetando los criterios medioambientales que establecemos por ejemplo en la compra de papel de camilla reciclado.

### **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.**

Si, evaluamos los diferentes proveedores para así poder comprar en la medida de lo posible a un precio menor pero siempre que sea un producto de cercanía

## **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.**

Actualmente no colaboramos en ningún proyecto en concreto, pero nuestra misión es hacer mas eficiente a cada persona en su día a día.

### **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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

#### **26.1. Información adicional.**

Si están totalmente relacionado ya que nuestra misión es ayudar a las personas.

### **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**

.

### **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 informa únicamente cuando se demanda

#### **28.1. Información adicional**

Solo comunicamos a los clientes que se ven directamente afectados.

## **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 llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

#### **29.1. Información adicional.**

Totalmente, nos fijamos en donde desechar los productos o envases que utilizamos para reducir el impacto ambiental.

### **Compromiso frente al cambio climático**

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

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

#### **30.1. Información adicional.**



Procuramos utilizar todos nuestros dispositivos de bajo consumo o lo mas eficiente posible.

### **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**

Utilizamos muchos materiales de fisioterapia reciclados.

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

Integración de tecnología avanzada para seguimiento personalizado

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

Ampliar la oferta de servicios integrados y especializados. Esto podría incluir la incorporación de programas específicos para diferentes grupos de clientes, como atletas de alto rendimiento o aquellos con condiciones de salud crónicas.

**Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

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

No, mi organización no conoce la Agenda 2030 ni los ODS

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

No

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

- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.