

RSA - PYMES

Empresa evaluada

POMPAS FUNEBRES SAN NICOLÁS, S.L.

CIF:B50069780

Avda. Valencia 51-53

50005 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Pompas Fúnebres San Nicolás S.L

02 - Dirección - CP - Población

Oficinas Centrales

Avda Valencia 51.53, local
50.005-Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Servicios Funerarios .

04 - Año comienzo actividad.

Fué la tercera funeraria de Zaragoza, en el año 1982.

05 - Número de personas empleadas

Número de empleados 14 personas.

06 - Persona contacto

La persona de contacto es Raquel Castejón Miguel como directora ejecutiva.

07 - E-mail contacto

administracion@pfsannicolas.es

08.- Página web

www.pompasfunebressannicolas.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

En P.F San Nicolás, organizamos reuniones para afrontar temas globales que afectan a la actividad de la empresa. En el tema económico, la empresa se ha ido adaptando a las nuevas necesidades de las familias, incorporando nuevas líneas de actuación,

Los temas políticos, en nuestro sector nos han diseccionado, de una normativa muy restrictiva a una normativa la cual empobrece el sector, pero la Alianza con las Administraciones son estratégicas sobre todo para ubicar la " transparencia" en el sector, lo cual lo vamos a ubicar como un Pilar importante y nuestra línea de actuación.

En Medioambiente, utilizamos maquinas de Ozono a alta intensidad, preservación en actividades diarias, uso eficiente del agua, jabones no toxicos, reducción de energía a través de una asesoría energética, la utilización de Led y sistemas inteligentes. En nuestros servicios incorporación de materiales biodegradables.

En el aspecto social, todo personal es informado del protocolo de actuación y código de conducta, instaurado en la empresa por la normativa ISO 9002/94 ER 01/81.

Potenciamos aspectos sociales, la igualdad de género es otro pilar importante, conciliación familiar favoreciendo turnos que enriquezcan las relaciones bidireccional., estableciendo conductas y escuchar para potenciar nuestra empresa es nuestro futuro.

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

Si

2.1. Información adicional

San Nicolás, como Pyme y preocupada por su entorno utiliza la Regla de las 3R (Reduce, reutiliza y recicla).

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

Nuestro servicio funerario nos vemos con una preocupación clara por ir más allá de las exigencias legales sociales , pero sobre todo ambientales, paradigma de lo cual es la búsqueda de productos con el ?marchamo de lo ecológico?, lo que en ocasiones alcanza in totum a todo el servicio, caso de nuestra búsqueda por el funeral ecológico.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

San Nicolás, tras años de actividad, tratamos de optimizar nuestros recursos al máximo y se invierte en aquellas asociaciones y entidades que son más desfavorecidas con la sociedad, asociaciones de familias numerosas, asociaciones de inmigrantes, asociaciones de consumidores, y asociaciones deportivas que fomenten buenas prácticas.

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

Con cada grupo de interés hay un diálogo diferente. Ahora que los tenemos diferenciados.

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

Todo servicio de San Nicolás, conlleva una labor de diálogo, empatía y especialización con cada grupo de interés. Se analiza cada uno de ellos para establecer relaciones óptimas, a través de llamadas telefónicas, encuestas y reuniones. En nuestro grupo de interés cliente en la celebración de todos los Santos nos reunimos unas 1200 familias a la celebración, participamos en cenas de Homenaje a nuestros Mayores, participamos con asociaciones de Amas de Casa, colaboramos en fiestas locales. Asociaciones deportivas. Este año al tener los grupos de interés identificados vamos a dar especial importancia a comunicar nuestra Misión, Visión y código de conducta ético interno.

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

El protocolo se instauró a través de la Certificación ISO 9001, y se revisa anualmente por los responsables de la empresa. Este año la visión de la empresa es mucho más amplia con el intento de la nueva instalación del Modelo EFQM, se realiza otro informe con una

misión más amplia, dejando tanto protocolos estandarizados.

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

Se informa de la normativa a través de reuniones entre todos los trabajadores, hay un feedback el cual siempre es positivo. Nuestro objetivo es la consolidación constante de la actividad, para dar seguridad a nuestro personal "darles un valor" un buen "Que Hacer". Este año además de que lo lean y sean conocedores cada semestre se volverá a leer y por todos y para su registro una firma de lo leído.

Plan de Responsabilidad Social

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

Este año se ha elaborado un primer plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

En San Nicolás desarrollamos actuaciones concienciados con la demanda de nuestros grupos de interés, estamos colaborando con asociaciones y entidades, Seguimos con el proyecto de reciclaje de ropa, el cual esta siendo todo un éxito. Y solicitamos trabajos puntuales a alguna Fundación por cercanía o afinidad, considerando si son de una entidad sin animo de lucro, un punto a favor para su contratación, como por ejemplo uso de Coral Zaragoza de la Fundación Cai.

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 a nivel general

10.1. Información adicional

En San Nicolás, los objetivos del Plan se intentan mantener, una vez que se hace un paso al año siguiente se mantiene como el que sigue un guión.

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

Cada servicio y por protocolo, nos informan por que vienen o por que medios nos han

encontrado, de lo cual siempre nos responden y se hacen estudios de mercado, y como resultado un 80 % de los servicios realizados en los últimos años, es por un servicio anterior. Este año hemos modificado la encuesta de satisfacción y el protocolo de su entrega, por el momento los resultados son más efectivos y reales. Cambiamos la visión de la ISO, a una visión más rápida e inmediata.

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 su implantación

12.1. Información adicional

Se mantienen de forma habitual, informal y fluida conversaciones con los clientes y con los encargados de la realización de cada servicio, todo ello se plasma en una ficha personal. La implantación de la mejora se desarrolla lenta pero segura.

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

Se diseñan de forma planificada actuaciones para dar respuesta a las necesidades nuevas o emergentes, se asisten a ferias, congresos para analizar las nuevas tecnologías siendo las revistas funerarias a nivel nacional las que más informan. Pertenece a asociaciones de Aragón (ARFA) y a nivel Nacional también contamos con otras presencias como Panafef.

Calidad de los productos y servicios

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

Sin respuesta

14.1. Información adicional

Sin respuesta

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

En San Nicolás, nos ponemos en contacto post servicio, pasado unos días con una llamada telefónica, en donde nos indican la calidad del servicio, y se les explica toda la documentación, tiempos y servicios de los que disponemos. Hay una ficha normalizada por cada cliente en donde punto a punto se traslada toda la información y a quién se comunica.

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

En San Nicolás a la hora de dar un presupuesto, información o a la hora de desarrollar un servicio, vamos punto a punto informando al usuario final. En la transparencia consiste nuestro éxito de la realización del mismo y su desarrollo. En todas los documentos internos vienen detallados todos los conceptos punto a punto, para que no olvidar ningún elemento de la cadena.

En abril de este año nos inscribimos en el Censo de Empresas Adheridas al Arbitraje de Consumo, mediante la Junta Arbitral de Zaragoza.

También pertenecemos a la Federación de empresario del comercio y servicios de Zaragoza y provincia y en Panasef. (Asociación de Funerarios de España) .

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

Como empresa de servicios nuestro personal es la cara visible y por el gran factor humano y empatía que requiere nuestra labor, realizamos entrevistas personales con cada uno de ellos. Intentamos crear un clima favorecedor que de lugar al diálogo constante.

Este año vamos a incorporar test de satisfacción de clima, y varias acciones para su mejora y puesta en escena.

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)?

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

18.1. Información adicional.

En San Nicolás contamos con tres mujeres contratadas con igualdad de condiciones. En el momento de ampliar plantilla se adoptan políticas de no discriminación ni selectiva ni salarial. La edad, en nuestra empresa no es un problema es un grado de experiencia.

Hemos impulsado un plan de conciliación con tres medidas a desarrollar.

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 la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

En San Nicolás, contamos con una figura que realiza turnos, persona la que se considera con un alto índice de entendimiento y empatía, siempre con un raciocinio, intentando que sea mejorable por todos y favorezca en la medida de lo posible a cada empleado con un alto grado de individualidad. Se hacen varios calendarios a lo largo del año, para que se puedan contar con una cierta flexibilidad personal, familiar y laboral. Se apuesta por un trabajo de calidad y estable. Este calendario es consensuado por el director y trimestral, para ver nuevos intereses de cada empleado.

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.

Todos los cursos necesarios son informados a todo el personal de la empresa verbalmente.

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.

La formación es primordial para garantizar la igualdad de oportunidades, que favorezcan un pronto desarrollo de las cualificaciones y el aprendizaje permanente.

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.

La Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) es un derecho fundamental de todos los trabajadores y tiene como objetivo prevenir los accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales, para ello se contrata a una empresa externa la cual se encarga de Ello, en

este caso es Quiron Salud.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

23.1. Información adicional.

Nuestro compromiso con el medio ambiente es claro apostamos por materiales son biodegradables y con menos impacto ambiental para reducir la contaminación al máximo. Féretros de madera certificada, urnas biodegradables, incorporación de coche eléctrico y otras acciones se suman el trabajo emprendido hace ya varios años para reducir el impacto del sector sobre el medio ambiente. Y compras lo más aproximado a nuestra zona de actuación.

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.

Apostamos por el proveedor cercano y local, aunque el precio sea importante.

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.

Colaboramos con entidades a las cuales son desfavorecidas socialmente y necesitan ayudas externa de Pymes, Se evalúa y se da importancia a aquellas que son de Aragón prioritariamente

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.

Si todo proyecto llevado en San Nicolás lleva el nombre de la Empresa y esta reconocido por tal.

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 difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

27.1. Información adicional

Con todas la entidades que se trabaja, tenemos siempre a mano publicidad de ellas, fomentarlas y difundirlas es darle la oportunidad de que otras personas las conozcan.

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

28.1. Información adicional

Se comunica a nuestros grupos de interés verbalmente y se anima para que participen.

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 y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

29.1. Información adicional.

Contamos con cañones profesionales de ozono para eliminar compuestos Orgánicos Volátiles con su certificado de sanidad ambiental.

El año pasado incorporamos una nueva línea para concenciar a las familias, "Una semilla" una vida, la cual al esparcir las cenizas de su familiar, lo pueden hacer junto con unas semillas, siendo una manera ecológica y didáctica de enfrentarse a la despedida.

Toda nuestro consumo eléctrico es electricidad verde y fomentamos un consumo responsable.

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.

Este año como estrategia frente al cambio realizamos recogida de ropa con lo que CO2 que se evita verter a la atmosfera.

Favorecemos el reciclaje de cartón y plástico. Todo de metal lo recogen un agente externo para su uso y se racionaliza el consumo de energía a través de una empresa asesora.

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 Las siete R son las siglas de rediseñar, reducir, reutilizar, reparar, renovar, recuperar y reciclar con ello fomentamos la economía circular

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 exclusivamente a grupos de interés implicados

32.1. Información adicional

Se comunica verbalmente y en la acciones llevadas día a día.

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

10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

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?

En San Nicolás, nos hemos consolidado como una funeraria referente en el sector por proporcionar una atención de calidad, actuando con un modelo de excelencia centrado en la familia, Con unos óptimos resultados y un alto nivel de satisfacción.

Con unos óptimos resultados y un alto nivel de satisfacción contrastado con nuestros clientes. Estos resultados es gracias a un equipo de profesionales con una gran empatía y cualificación con objetivos y valores.

Potenciamos la transparencia y priorización de la individualidad de cada actuación prestada. Como punto fuerte a destacar una deferencia y calidez en el trato.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Como área de mejora nos planteamos un desarrollo de política medioambiental más reglada, con un protocolo de gestión de residuos para minimizar el impacto ambiental. Y otra área a estudiar es llevar a cabo un plan con actuaciones cotidianas de igualdad y no discriminación.

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 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.