RSA - PYMES

Empresa evaluada

GRUYSER, S.L.U.
CIF:B22151575
Carretera Serós A242 Km3.
22520 - FRAGA
Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

GRUAS Y SERVICIOS GRUSYER SLU

02 - Dirección - CP - Población

CARRETERA A-242 KM. 3
22520 FRAGA

03 - Sector. Actividad

REGULADOS POR CONVENIO DE TRANSPORTES, (MERCANCIAS, RESIDUOS Y AGUA POTABLE)
REALIZAMOS SERVICIOS DE HIDROLIMPIEZAS E INSPECCION DE TUBERIAS
AUTORIZACION PARA LA VENTA DE MADERA TRITURADA Y TRANSPORTADA POR NOSOTROS CON DESTINO A BIOMASA; OBTENIDA DE LA TRITURACIÓN DE ÁRBOLES FRUTALES. CON CERTIFICACION DEL SELLO SURE DE SOSTENIBILIDAD.

04 - Año comienzo actividad.

23 DE JULIO DE 1992

05 - Número de personas empleadas

A FECHA ACTUAL SON 14 TRABAJADORES POR CUENTA AJENA.

06 - Persona contacto

GERENTE: ADRIAN LAPEÑA IBARZ
ADMINISTRATIVA: M CARMEN ABADIA CANO

07 - E-mail contacto

administracion@gruyser.net

08.- Página web

www.gruyserecoadeso.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 realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

Se tienen en cuenta todos los resultados que afectan a la empresa a nivel tanto económico, social, medioambiental para poder corregir los fallos que se tienen y estar preparados para el futuro.
Intentamos un uso mas eficiente de nuestra maquinaria para conseguir un mayor ahorro en el consumo de combustibles.

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

No

2.1. Información adicional

Creemos que las empresas necesitan de agentes exteriores como entes locales y asociaciones para ayudarlas a conseguir mejoras en temas globales

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 plantea y planifica por exigencia legal (sectores específicos) el impacto de los aspectos sociales y ambientales en la actividad tanto en el corto como en el medio o largo plazo

3.1. Información adicional

Ante nuevas actividades o retos, valoramos y seleccionamos las opciones mas adecuadas respecto a los aspectos sociales y ambientales.

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

Como en años anteriores participamos en eventos a nivel comarcal sin ánimo de lucro poniendo de los medios que dispone.

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

Tenemos identificados a todos los grupos de interés vinculados con la empresa e intentamos siempre que haya un buen flujo en las relaciones entre ambas partes.

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

Según el tipo del grupo sus necesidades son diferentes, se analizan y se mira de encontrar una solución.

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

Este año se ha implantado un código de normas internas, dándose a conocer a todo el personal de la empresa.

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

A las personas que trabajan en la empresa se les informa de donde procede la empresa, sus valores y futuros objetivos de la empresa, haciendoles participes de los mismos.

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

Impulsamos el bienestar de nuestros empleados, nuestros clientes y su entorno.

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

Seguimos trabajando en otros aspectos generales.

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

Nuestra formula es estar en contacto con nuestro cliente via telefónica y visitandoles periodicamente para evaluar 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 y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Tras las visitas y nuestra preocupación por el cliente, analizamos la situación de cada empresa, proponiendoles cambios más beneficiosos para su actividad en el caso de que lo necesiten. Llevando su seguimiento hasta su total implantación.

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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

13.1. Información adicional

Ante la nueva prohibición de quema de arboles frutales arrancados, Gruyser ofrece al cliente los servicios de trituración y transporte de la madera a las plantas de biomasa, certificando mediante el Sello SURE la trazabilidad y la sostenibilidad de la biomasa .

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

Informamos al cliente de forma personalizada de los impactos medioambientales en la prestación de nuestros servicios.

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

Después de cada servicio, si hay una reclamación o duda del servicio realizado, se queda con el cliente, se escucha sus dudas y se le da una solución efectiva, para que quede satisfecho.

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

Antes de proceder a un servicio se explica en que consiste. En cada caso se atiende la necesidad concreta de cada cliente dandole la solución más optima a sus necesidades.

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

El entorno laboral es familiar y atendemos cualquier consulta de los trabajadores a nivel particular, para conseguir su satisfacción.

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.

El salario no depende del sexo ni nacionalidad sino de la categoría laboral de acuerdo con el convenio colectivo que nos pertenece. Se realizan iniciativas que garantizan la igualdad

de oportunidades y la no discriminación por sexo, raza, religión...
Se incentiva a los trabajadores año a año en subirles el salario dentro de los márgenes que se puede.

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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.

Se crea unos cuadrantes para que todo trabajador pueda decidir que días les va bien poder disponer para sus necesidades personales. Se facilita la flexibilidad horaria para la conciliación entre vida laboral y familiar; ofreciendo jornadas intensivas para el beneficio del trabajador.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

20.1. Información adicional.

A parte de cumplir con la formación obligatoria de los riesgos de los puestos de trabajo, se ha ofrecido a los trabajadores formaciones específicas a titulo personal, con ello además Gruyser, consigue ampliar nuevos servicios a nuestros clientes.

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

21.1. Información adicional.

Los conductores que renuevan el CAP a titulo particular, la empresa ofrece las formaciones bonificadas de la fundación tripartita; así el trabajador no asume este coste económico.

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.

Conjuntamente con Spmas prevención, se elabora la documentación legalmente obligatoria consensuada y comprobada por ambas partes. Intentando mejorar puntos que pudieran ser conflictivos o no contemplados en la norma.

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 tienen en cuenta la procedencia de los productos, el precio y la calidad; priorizamos a nuestros proveedores habituales y de nuestra zona.

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.

Favorecemos la compra local, ya que muchos de nuestros clientes pueden ser a la vez también proveedores.

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.

Económicamente colaboramos contra el Cáncer y colaboración económica para las fiestas de los pueblos de nuestro alrededor

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, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

26.1. Información adicional.

Como el año anaterior nuestra empresa esta alineada a los proyectos sociales de negocio ya que constantemente se esta invirtiendo en una mejora de equipos para el ahorro y desarrollo sostenible circular para mejora de particulares, empresas y municipios comarcales,
Haciendonos visibles en actos solidarios nos beneficia en la captación de nuevos clientes.

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

En algunos eventos en los cuales participa la empresa voluntariamente se informa a los trabajadores por si quieren participar en los mismos.

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 y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

Este año se ha renovado la página web en la que reflejamos transparencia en los trabajos realizados y el impacto que ellos generan en nuestra sociedad en los ambitos técnicos medioambientales y sociales.

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.

Este año hemos implantado la certificación Sure. La certificación SURE actúa como una herramienta que permite garantizar la sostenibilidad de la biomasa desde el punto de recogida, o ?collecting point?, hasta el consumidor final. Esta certificación precisara un trato muy próximo con los proveedores y una trazabilidad de la materia prima en la que se tenga en cuenta constantemente la huella de carbono.

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.

A nivel interno en la empresa se comentan y se van realizando cambios para tener una menor incidencia en el cambio climático.
En colaboración con la empresa ECOADESO, continuamos con el proyecto del triturado de madera procedente de fincas agrícolas como compostaje para las plantas de purines y biomasa.

Economía circular

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

31.1. Información adicional

Como norma general intentamos reutilizar y reciclar todos los elementos posibles a nuestro alcance para evitar un aumento en el consumo energético y un ahorro en costes.

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

Diariamente a través de Facebook e Instagram damos a conocer nuestros trabajos realizados en los que explicamos el impacto medioambiental.

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 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
2 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
3 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
4 - Capacitar a las personas de la empresa
5 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
6 - Disponer de presupuesto
7 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local

8 - Ofrecer productos y servicios de calidad
9 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
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?

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Uno de nuestros puntos fuertes es intentar satisfacer a los clientes de la mejor manera posible intentando obtener el mejor resultado y un menor impacto en el medioambiente, reduciendo nuestra huella de carbono, buscando siempre un ahorro energético.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Un área de mejora sería la renovación de vehículos mas viejos y contaminantes para reducir las emisiones y contribuir a una mejora del medioambiente.

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?

Sin respuesta

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

Sin respuesta