

RSA - AUTONOMOS

Empresa evaluada

**DIEGO CHUECA GIMENO - INTELIGENCIA
COLECTIVA**
CIF:25155947L
Avenida Zaragoza nº 16.- 1º
50180 - Utebo
Zaragoza

01 DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Diego Chueca Gimeno (Inteligencia Colectiva)

02 - Dirección - CP - POBLACION

Avenida Zaragoza 16, 1º. 50180. Utebo

03 - Sector. Actividad

Facilitación de procesos participativos

04 - Año comienzo actividad.

2012

05 - Persona de contacto

606071144

06 - e-mail contacto:

diego.chueca@inteligenciacolectiva.es

07.- Página web

www.inteligenciacolectiva.es

1 GENERAL

1.a Tendencias Globales

1 - Considera que su negocio tiene en cuenta o se ve afectado, directa o indirectamente, por temas globales y generales como por ejemplo:

- **Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...**
- **Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas,)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,)**
- **Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación....)**

Se consideran importantes y se tienen en cuenta a través de la definición de propuestas a corto plazo

1.1. Información adicional.

Impliación directa en los diferentes campos.

1.b Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

2 - Al planificar la actividad de su negocio, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Se plantean y planifican de forma voluntaria específicamente en el corto, medio y el éxito a largo plazo del negocio

2.1.- Información adicional.

Se plantean de forma específica, pero de forma intuitiva. Sin una metodología concreta.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

3.1. Información adicional.

Participación como socio en ONGs (Greenpeace, Intermon y Ecodes). Al disponer de una cuota anual, se entyende que encaja en la planificación anual.
Otras ONG ligadas al ámbito personal.

1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4 - Tiene identificados en su negocio 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 y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

4.1. Comentarios

Se realiza una gestión específica de cada grupo de interés ligada a la actividad empresarial.

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

Se conocen las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

5.1. Comentarios

La experiencia y el contacto directo con los grupos de interés hace que sea posible, pero no existe un procedimiento especñifico para ello.

1.d Gobierno

6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o

códigos éticos?

Se tienen en cuenta normas y códigos de referencia en el sector

6.1. Comentarios

No se sigue ningún compromiso o procedimiento propio.

1.e Plan de Responsabilidad Social

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

Se están abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social. En caso de responder a una de las tres primeras opciones, pasar a la pregunta 9.

7.1. - Comentarios

Iniciando el proceso de forma paralela al trabajo del plan RSA

8 - En caso de existir un plan de Responsabilidad Social, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?

No se plantean objetivos ni indicadores

8.1. - Comentarios

Todavía no se ha comenzado

2 CLIENTES

2.a Satisfacción de Clientes.

9 - ¿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

9.1. - Comentarios.

Se realiza una encuesta de satisfacción que se entrega y cumplimenta en el momento (más del 90% de cuestionarios completados).

2.b Calidad del servicio y Transparencia informativa.

10 - ¿Cómo realiza en su negocio la puesta en el mercado del producto o servicio?

Se comercializa el producto/servicio y se asesora de manera transparente al clientes sobre su uso.

10.1. - Información adicional

Cada servicio es diferente del resto y se plantea a partir de reuniones y conversaciones con el cliente.

11 - ¿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.

11.1.- Información adicional

Las ofertas incluyen una descripción completa de los servicios y materiales empleados (sostenibilidad, comercio justo, etc.).

3 PERSONAS EMPLEADAS

3.a Seguridad y salud.

12 - ¿Tiene implantados en su negocio mecanismos de salud y seguridad laboral?

Las obligaciones en prevención de riesgos se gestionan por una empresa especializada

12.1.- Información adicional

A través de la mutua Asepeyo

4 PROVEEDORES

4.a Compras responsables

13 - En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?

Se selecciona el proveedor no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social

13.1.- Información adicional

Se prioriza la compra de productos sostenibles (papelería), servicios sostenibles (catering) y de comercio justo (café). Se informa a los clientes de ello en las sesiones.

En el mantenimiento de la oficina se emplean también productos eficientes (energía, iluminación, consumo de agua, etc.).

4.b Clasificación y evaluación de proveedores

14 - ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?

Se valoran la calidad de servicio, el precio y las prácticas sociales y medioambientales en su actividad

5 SOCIAL

5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

15 - En cuanto a la implicación en la Comunidad en la que desarrolla su actividad, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la empresa sin planificación específica

15.1. Información adicional

De forma sistemática, se emplean diferentes precios cuando la contratación la realiza una entidad social.

Colaboración económica con ONGs.

Voluntariado puntual en actividades de clientes.

5.b Comunicación y fomento de buenas prácticas

16 - ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social que desarrolla?

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

16.1. Información adicional

Comunicación a través de redes sociales y de forma indirecta en los informes generados al cliente..

6 MEDIOAMBIENTAL

6.a Identificación de actividades de gestión ambiental

17 - Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Se tienen en cuenta los impactos medioambientales ocasionados por la actividad del negocio estableciendo medidas de actuación específicas

17.1. Información adicional.

Se trabaja para minimizar las afecciones ambientales (consumo de recursos, gestión de residuos, etc.).

6.b Plan de gestión ambiental y comunicación

18 - ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?

Existen iniciativas de reducción de costes de energía de manera informal

18.1. Información adicional

Seguimiento anual, pero informalmente.

19 - En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental, ¿en qué medida se comunica a los grupos de interés?

Sí, se comunica a todos los grupos de interés

19.1. Información adicional

Comunicación a través de redes sociales y de los informes entregados al cliente.

7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

7.a Priorización de temas

20 - 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 un negocio rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 3 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 4 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
- 5 - Capacitación y desarrollo profesional
- 6 - Gestionar con ejemplaridad
- 7 - Disponer de presupuesto
- 8 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 9 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local

7.b Valoración Global

21 - ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

8

7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Responsabilidad ambiental.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Sistematización y documentación de las acciones realizadas.

7.d Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sin respuesta

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