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

RSA - PYMES

Empresa evaluada

R.C. SYSTEMM, S.L.
CIF:B50076025
C/Bilbao nº:7.
50003 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

R.C. Systemm S.L.

02 - Dirección - CP - Población

C/ Bilbao 7
50.004
Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Formación

04 - Año comienzo actividad.

1990

05 - Número de personas empleadas

5

06 - Persona contacto

Ignacio Romero Segura

07 - E-mail contacto

ignacio@pivotpoint.es

08.- Página web

www.pivotpoint.es

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

Dichos asuntos globales nos afectan a todos. A las epresas directamente por la variación en los hábitos de consumo.

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

Si

2.1. Información adicional

Aunque pueda sonrar a tópico, todos podemos aportar nuestr "granito de arena".

Integración en la estrategia de los retos económicos, 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

Presupuestamos cantidades en función de las actividades que nos surgen, si bien, no hemos ejercico una captción o búsuqueda directa de actividades sociales.

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

Si. Somos plenamente conscientes de cuáles son los grupos de interés y colectivos con los que se relaciona la empresa.

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 y expectativas de nuestros grupos de interés pero;
- No tenemos encuestas para conocer la opinión de todos ellos, principalemnte nos centramos en nuestros clientes.

- No tenemos mecanismos formales para analizarlos todos de forma individualizada.

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

Si bien si que exsiten documentos con normas y pautas de actuación, no los hay para todos los puestos de trabajo de la empresa.
Actualmente los tenemos para monitores, profesores y estilistas.

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

No tenemos imlementados planes específicos en este aspecto.

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

En este momento no hay ningún plan. Hemos venido haciendo numarosas acciones y actividades, siplemente por nuestra creencia en su necesidad, pero nunca han estado planificadas ni parametrizadas.

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

En este momento no hay ningún plan. Hemos venido haciendo numarosas acciones y actividades, siplemente por nuestra creencia en su necesidad, pero nunca han estado planificadas ni medidas.

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

Siempre, a traves de encuestas de satisfacción en cada uno de nuestros clientes, si, al 100% de ellos. Más a más, en algunos casos hacemos un seguimiento personal a través de llamada telefónica o visita personal buscando opiniones, información, evaluación y propuestas de mejora.

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

Las mejoras en el servicio a nuetsr cliente son constantes. Nuevos programas formativos, nuevos formatos de impartición de la formación. Siempre adaptamos y modificamos nuestros productos a las necesidades de nuetros clientes.

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

Estmaos pendientes de aprender de nuestros clientes así como de lo que hace la competencia, pero no lo tenemos parametrizado.

Calidad de los productos y servicios

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

Se ofrece un servicio postventa integral

15.1. Información adicional

Informamos activamente a todos nuestros clientes de nuestra disposición a aclarar dudas, consultas, etc. sobre temas relacionados con su curso / servicio.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

De algunos productos se proporciona información sobre sus características

16.1. Información adicional

No se hace de todos los productos porque muchos de ellos son "a medida" y por lo tanto, difieren en características y prestaciones. Por el contrario, en todos los "productos" estándar, está creada la información y dossieres al respecto de manera clara, honesta, sencilla y entendible.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

17.1. Información adicional

No están parametrizados. No hacemos encuestas de clima laboral, pero el contacto con los empleados es directo, y se realizan entrevistas personales. Igual que con la descripción de los puestos de trabajo, no está por escrito y se transmite a través de entrevistas personales.

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.

Aún no habiendo métodos o planes específicos, si se informa de manera oficial y formal a todos los empleados de las oportunidades vacantes, así como de los programas de formación y ascenso.

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.

Mantenemos reuniónes específicas y se toman medidas específicas en casos concretos.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

Nuestra empresa vive de la formación y ofrece y vende formación a empresas y particulares del sector. Si bien, hy ocasiones en las que los empleados se niegan a hacer esa formación, con justificaciones del tipo, "eso ya lo se" o por el esfuerzo adicional que les supone. Entiendo que, implantar un modelo sistemático y parametrizado de formación del esuipo, implicaría sanciones a muchos empleados por no hacer cursos necesarios. Encontramos mucha resitencia la cambio, hasta el punto de haber abandonado proyectos de implantación de nuevas tecnologías por el espíritu de "si lo hemos estado haciendo así siempre, para qué vamos a cambiarlo ahora".

Seguridad y Salud

PROVEEDORES

Compras responsables

Clasificación y evaluación de 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 proyectos afines a la cultura de la organización sin planificación específica

25.1. Información adicional.

Hemos venido colaborando en la realización de distintos proyectos sociales, pero no de una forma formal y/o planificada.

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.

Hemos intentado mantener separados los fines del negocio con los fines sociales. Todos los proyectos sociales que hemos realizado, siempre han estado alineadps con la visión de la empresa.

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

Nunca hemos querido publicitar las acciones de responsabilidad social que hemos venido realizando, lo que parece ser un error. Pensábamos que publicitar ese tipo de acciones es como decir, "mira que buena persona soy". Por el contrario, siempre hemos preferido hacer antes que decir.

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

Históricamente, nunca habíamos comunicado las actividades que desarrollábamos en materia social, si bien, en los últimos dos años, los hemos comunicado de forma aislada a medida que se realizaban, pero sin darles un "peso" o importancia específicos y por supuesto sin ningún plan de comunicación y sin añalizar los impactos que tenían en los medios de comunicación o las redes 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.

Nuestra comercializadora de electricidad, "garantiza" que la energía consumida es de fuentes renovables.

Tenemos un plan de optimización del consumo eléctrico. Un programa de cambio de lámparas fluorescentes a led.

Reciclamos el papel y cartón.

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?

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

30.1. Información adicional.

Tenemos implantados planes y acciones que muestran nuestro compromiso con los impactos ambientales, por ejemplo, en lo referente a embalajes, utilización de recursos y suministros, generación de residuos. En nuestro sector hemos sido pioneros en la

utilización de materiales y artículos que generas hasta un 70% menos de residuos y necesitan un 60% menos de embalajes y transporte, pero, una vez más, nunca lo hemos cominicado ni publicado de manera activa.

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?

No de una manera formal

32.1. Información adicional

Las medidas que tomamos en materia ambiental se comunican a los empleados únicamente.

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

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?

Como punto fuerte, destacaría que, desde hace años, realizamos actividades de cara a mejorar nuestra sociedad. Todas de manera proactiva y sin esperar nada a cambio. simplemente porque consideramos que son buenas acciones y que hay que hacerlas aunque en muchas ocasiones distorsiones nuestro programa y actividades.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Nuestro punto de mejora principal, estaría en la comunicación. Todas esas acciones que realizamos tendríamos que comunicarlas.

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 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.