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

RSA - PYMES

Empresa evaluada

MARROSALUD - Farmacia Marro
CIF:B22296602
Coso Bajo 54.-
22001 - Huesca
Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

FARMACIA MARRO-MARROSALUD

02 - Dirección - CP - Población

COSO BAJO, 54
22001 HUESCA

03 - Sector. Actividad

FARMACIA

04 - Año comienzo actividad.

1941

05 - Número de personas empleadas

22

06 - Persona contacto

ARANTZAZU GARCIA COLINAS

07 - E-mail contacto

arantzazu@marrosalud.com

08.- Página web

www.marrosalud.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

Farmacia Marro (en adelante MARRO SALUD), abierta en 1941, es una de las empresas PYME que más trabajadores emplea en la ciudad de Huesca y muy por encima de la media de trabajadores en farmacias de su tamaño (22 frente a 8,1 de media), en la que la integridad (entendida como la honradez en el desempeño profesional y la transparencia), el cumplimiento de la legalidad vigente, el cuidado medioambiental, la utilización de tecnología y un elevado impacto social forman parte de su esencia, de su estrategia. De ahí que su misión sea "ser un espacio de salud orientado a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, a través de la provisión de servicios y productos, en un compromiso constante con la calidad y la innovación" y que la visión sea "ser una farmacia de referencia como espacio de salud, atención farmacéutica, medicamento individualizado y divulgación sanitaria, comprometidos con la innovación, la formación continua, la satisfacción de sus empleados y el uso de las tecnologías de la información y comunicación en beneficio del cliente.

Desde 1999, el análisis y reflexión hechas por Marro Salud para la realización de los planes estratégicos y las revisiones de sus sistema de gestión de la calidad, han permitido identificar, planificar, implantar y evaluar los cambios más importantes que ha tenido que emprender Marro Salud estos últimos años para hacer frente a la realidad, y mirar al futuro.

Los cambios han sido de dos tipos:

- Organizativos: por ejemplo, la reorganización del espacio de ventas, para adecuarlo a la gestión por categorías y al autoservicio, la utilización de la web, redes sociales, el aula de etc.
- Metodológicos: capacitación a las personas para introducir nuevos servicios, reorientación del proceso de gestión del conocimiento, el aula Marro para educación sanitaria de la población, etc.

Marro Salud sigue orientada a diversificar sus líneas de negocio, manteniendo una actitud reactiva hacia la dispensación de medicamentos y una actitud muy proactiva hacia el espacio de salud, entendido como todo aquello que no es medicamento de prescripción.

La revisión de la efectividad del sistema (flexibilidad y gestión del cambio), se ven en el grado de consecución de los indicadores del cuadro de mandos y las encuestas de satisfacción de clientes y de clima laboral.

Además, todos los líderes y trabajadores de Marro Salud tienen interiorizada la igualdad de oportunidades y la conciliación de la vida personal/profesional como un aspecto inherente a la gestión responsable.

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

Si

2.1. Información adicional

Sí, cada uno en las medida de sus posibilidades.

MARRO SALUD es un espacio multidisciplinar con servicios para la salud y el bienestar con una amplia experiencia en el sector. Su razón de ser radica en mejorar la calidad de vida de sus clientes, ofreciendo asesoramiento y soluciones personalizadas para todo tipo de necesidades de salud, cosmética e higiene.
A la calidad de su oferta se une la calidez en el trato de un excelente equipo profesional enfocado en el desarrollo de productos y servicios orientados a mejorar el bienestar de pacientes y clientes.
MARRO SALUD plantea un amplio abanico de soluciones que van desde las más tradicionales de una farmacia (atención farmacéutica y formulación de medicamentos individualizados), hasta la gimnasia tonificante y cuidados de espalda sana (Gym Marro), pasando por la organización de charlas y talleres de divulgación sanitaria (Aula Marro) y, más recientemente, el ofrecimiento de los servicios profesionales del centro (como nutrición clínica y deportiva, análisis capilar, cuidado de ostomías, micropigmentación, reflexología podal y psicología).
En la tienda online de www.marrosalud.com se ofrece la línea de productos propios Marro, remedios seguros y eficaces elaborados de forma artesanal para el bienestar, prevenir problemas y cuidar la salud.
La oferta se completa con unos blogs profesionales sobre temas de belleza y salud, como cosmética, autocuidados y nutrición y dietética.
Una empresa en continua evolución, con una apuesta decidida por la calidad, la innovación y la mejora continua, adaptada a las demandas del mercado para ser el aliado del bienestar de sus clientes y pacientes, los 365 días del año.
Uno de los objetivos que MARRO SALUD ha perseguido desde sus inicios es la integración social, por eso el concepto de empresa socialmente responsable está tan arraigado en la organización. Esta integración en la sociedad se lleva a cabo en diferentes ámbitos que van desde la representación institucional hasta la acción social pasando por la organización y participación en todo tipo de eventos culturales, educativos, sociales y deportivos.
Mantiene una presencia activa en las principales organizaciones empresariales de ámbito farmacéutico, tanto de ámbito estatal como autonómico. En el afán por acercarse a aquellas organizaciones representativas de una parte importante de la sociedad, mantiene frecuentes contactos con agrupaciones de consumidores y de pacientes, y tiene abiertas vías de colaboración con numerosas ONG.
En sintonía con la política de integración en la sociedad tanto a nivel nacional como local, llevamos a cabo una serie de programas y actividades cuya cobertura varía en función de los intereses e idiosincrasia de la ciudadanía. En conjunto, MARRO SALUD propicia al año más de 25 acciones de diversa índole que se adecuan a las peculiaridades del entorno en el que se desarrollan.
Y en sintonía con la cultura de innovación, MARRO SALUD tiene planteados retos para el futuro, para poder seguir creciendo y consolidándose a nivel nacional como empresa de referencia en su sector.

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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

Estas acciones anuales están planificadas, presupuestadas, se analizan los resultados obtenidos y se comunican a la sociedad a través de la página web, redes sociales, etc.
A modo de ejemplo, podemos mencionar:
- Cesión gratuita del Aula Marro a asociaciones que nos lo soliciten, para mantener sus encuentros, facilitándoles también la difusión a través de nuestra página web y e boletín, que llega a más de 10.500 personas (desde 2008).
- Campañas de formación en materia de medio ambiente y la implantación de puntos de reciclaje. Por ejemplo, punto SIGRE para recogida de medicamentos que ya no necesitan los usuarios (desde 2001 más de 8.500 kg), radiografías (histórico), bandejas de reutilización de papel reciclado (desde 1998), luces de bajo consumo, etc.
- Colaboración con el Ayuntamiento de Huesca para la recogida de cartón (desde 2004).
- Concesión de permiso para facilitar la participación de las personas en proyectos de colaboración con ONG, cesión de material y donación de medicamentos (desde 2006). Por ejemplo, con una estancia en Etiopía colaborando con la fundación Palo Alto.
- Colaboración histórica con las actividades que se organizan en el barrio (fiestas, campañas ...), bien con donación económica o con lotes de productos, etc.
- Colaboración económica a través de descuentos en los productos con asociaciones de familias numerosas, profesionales sanitarios, etc.
- Colaboración en Proyectos Solidarios (desde 2011) apadrinando y recogiendo dinero para las mismas. Ejemplo, 2013 Proyecto para el estudio epidemiológico de la gliomatosis cerebri infantil, 2014 enciende una luz en Ndokh.
- Colaboración económica Marro Salud - Fundación Clara Sampietro (Universidad de Zaragoza) (desde 2015), para el desarrollo de proyectos con impacto en la sociedad (en cualquier país).
- Colaboración con el equipo de baloncesto del IES Ramón y Cajal de Huesca.
- Personal del equipo Marro. Retribución económica un 48% por encima de la media del sector, beneficios sociales (días de libre disposición, conciliación laboral, etc), estabilidad laboral.

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

Marro Salud se compromete con su entorno social. Prueba de ello es su implicación más allá de los meros requerimientos legales, con los aspectos sociales, económicos y medioambientales de nuestro entorno y con la mejora continua. El compromiso de la organización con la sociedad y el desarrollo sostenible, reflejado en nuestra MVV, se plasma también en acciones dirigidas a fomentar e impulsar la participación de sus líderes, profesionales y grupos de interés en estos objetivos, facilitando los recursos necesarios y desplegando líneas de acción conjunta.
Estas acciones anuales están planificadas, presupuestadas, se analizan los resultados obtenidos y se comunican a la sociedad a través de la página web, redes sociales, etc.
A modo de ejemplo, podemos mencionar:
- Cesión gratuita del Aula Marro a asociaciones que nos lo soliciten, para mantener sus

encuentros, facilitándoles también la difusión a través de nuestra página web y e boletín, que llega a más de 10.500 personas (desde 2008).
- Campañas de formación en materia de medio ambiente y la implantación de puntos de reciclaje. Por ejemplo, punto SIGRE para recogida de medicamentos que ya no necesitan los usuarios (desde 2001 más de 8.500 kg), radiografías (histórico), bandejas de reutilización de papel reciclado (desde 1998), luces de bajo consumo, etc.
- Colaboración con el Ayuntamiento de Huesca para la recogida de cartón (desde 2004).
- Concesión de permiso para facilitar la participación de las personas en proyectos de colaboración con ONG, cesión de material y donación de medicamentos (desde 2006). Por ejemplo, con una estancia en Etiopía colaborando con la fundación Palo Alto.
- Colaboración histórica con las actividades que se organizan en el barrio (fiestas, campañas ...), bien con donación económica o con lotes de productos, etc.
- Colaboración económica a través de descuentos en los productos con asociaciones de familias numerosas, profesionales sanitarios, etc.
- Colaboración en Proyectos Solidarios (desde 2011) apadrinando y recogiendo dinero para las mismas. Ejemplo, 2013 Proyecto para el estudio epidemiológico de la gliomatosis cerebri infantil, 2014 enciende una luz en Ndokh.
- Colaboración económica Marro Salud - Fundación Clara Sampietro (Universidad de Zaragoza) (desde 2015), para el desarrollo de proyectos con impacto en la sociedad (en cualquier país).
- Colaboración con el equipo de baloncesto del IES Ramón y Cajal de Huesca.
- Personal del equipo Marro. Retribución económica un 48% por encima de la media del sector, beneficios sociales (días de libre disposición, conciliación laboral, etc), estabilidad laboral.

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

Marro salud tiene identificados a todos sus grupos de interés, como ya indicamos en este informe y dispone de vías de gestión con todos ellos.
Por ejemplo, para Marro Salud, el concepto de alianza, bien con un partner o bien con un colaborador, puede establecerse y desarrollarse con un proveedor, con otra organización sanitaria o con una organización que forma parte del grupo de interés sociedad, en función de su aportación e interacción/implicación.
Es clave en establecimiento de alianzas. Una alianza se define de la siguiente manera: las relaciones con otras organizaciones que aportan un valor añadido a nuestros grupos de interés, permitiendo mejorar y ampliar los servicios prestados a los clientes.
Se deben caracterizar por las siguientes condiciones:
- aportar valor añadido;
- su alineación con la estrategia de Marro Salud;
- un incremento de la capacidad propia y/o sinergias;

- trabajo conjunto, apoyo mutuo y confianza;
- ofrecer un beneficio mutuo;
- basarse en objetivos compartidos entre ambas organizaciones;
- respeto y transparencia.
- impacto ambiental, implicación social y desempeño ético.

La dinámica de gestión de las alianzas permite desarrollar relaciones de beneficio mutuo en áreas como la difusión de formulación magistral, la incorporación de nuevos módulos y servicios al programa de gestión, la diversificación y comercialización de productos nuevos, etc. La identificación de la necesidad del establecimiento de alianzas las realiza el comité de dirección de Marro Salud como resultado de las necesidades detectadas en la actividad diaria, así como en congresos, cursos, etc., a través del Plan de Gestión Anual, indicadores de rendimiento, visitas a otros centros o su participación en foros, congresos, etc.

Dependiendo de las condiciones con las que cumplen Marro Salud identifica dos niveles de relación de alianza. Para ser partner, una organización externa debe cumplir al menos con las tres primeras condiciones. Por otra parte, cualquier relación con una organización que no cumpla las tres primeras condiciones, será considerado colaborador.

Además, las relaciones con los proveedores clave se identifican en base a su volumen de negocio con Marro Salud, su impacto en el cliente y su implicación con la mejora continua.

Las relaciones con los proveedores se regulan mediante compromisos contractuales, y mediante el proceso de compras y subcontrataciones y el proceso de evaluación de suministradores. Los proveedores son homologados según criterios establecidos en el procedimiento, y recogiéndose en un listado de proveedores aprobados. El mantenimiento de los requisitos se verifica a través de la evaluación continua de los suministros en base a los datos disponibles relativos a los productos suministrados o a los servicios prestados.

La gestión de las compras y subcontrataciones está sistematizada según el proceso de compras y subcontrataciones, certificado por la Normas ISO 9001.

Ejemplos de alianzas identificadas como resultado de este enfoque: Proveedores (Novaltia Cooperativa Farmacéutica, BiTFarma programa informático farmacéutico de gestión integral, ...), organizaciones sanitarias (Farmacia Lachén en desarrollo y difusión de la formulación magistral/medicamento individualizado), establecimientos amigos (permiten contribuir al logro de la misión a través de la provisión de servicios).

En cuanto a los empleados Marro Salud se ha caracterizado por ser una farmacia innovadora y creativa, siendo una de las primeras en poner en marcha proyectos que han supuesto delegación de responsabilidades y la implicación de las personas en los resultados de sus quehaceres y de la empresa. Algunos de estos proyectos pioneros (SGC y SPD en 2001, página web en 2002 (nueva en 2021), autoservicio en 2003, plan de marketing 2006, Aula Marro de divulgación sanitaria en 2008, gestión por categorías en 2009, Animaciones en 2010, redes sociales en 2011, espacio Gym en 2012, nuevo laboratorio cosmética 2021 ...), han sido incorporados al software de BitFARMA® para que lo puedan utilizar todas las farmacias que disponen del programa, y otros, han sido requeridos y presentados en numerosas jornadas del sector, como ejemplo de buenas prácticas e innovadoras.

Desde un punto de vista de sistemas de participación, contamos con:

- Estructura de comités
- Equipos de trabajo (participación grupal)
- Sistemas de sugerencias (participación individual)
- Reuniones equipo Marro (cada 3 semanas con todo el equipo desde 1997).

Respecto a los clientes, lo vemos en el punto 2 de clientes.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

6.1. Información adicional

La dinámica de gestión de las alianzas permite desarrollar relaciones de beneficio mutuo en áreas como la difusión de formulación magistral, la incorporación de nuevos módulos y servicios al programa de gestión, la diversificación y comercialización de productos nuevos, etc.
La identificación de la necesidad del establecimiento de alianzas las realiza el comité de dirección de Marro Salud como resultado de las necesidades detectadas en la actividad diaria, así como en congresos, cursos, y otros, a través del Plan de Gestión Anual, indicadores de rendimiento, encuestas, reclamaciones de clientes, visitas a otros centros o su participación en foros, congresos, etc.
Desde el punto de vista de la evaluación y ajuste de la gestión de partners y proveedores, la persona de Marro Salud responsable de gestionar la alianza, en colaboración con la responsable de calidad son los encargados de evaluar su eficacia e informar al comité de dirección sobre sus resultados. Todos estos criterios se revisan de manera sistemática en el Proceso de Compras y Subcontrataciones y en el de Revisión por la Dirección.
Los gestores de una alianza se responsabilizan de su gestión diaria y evaluación, del seguimiento de los objetivos establecidos y, donde proceda, de tomar acciones correctivas. Si durante la gestión de la alianza se detecta algún problema, el responsable se pone en contacto con el para reconducirla mediante los canales establecidos (entrevista, reunión, correo electrónico, etc.) según el caso.
Así por ejemplo en el caso de la alianza de partner suscrita con Farmacia Lachén en 2007 para el desarrollo y la divulgación de la Formulación Magistral, se desarrolló un formulator® para los médicos. En el caso de médicos que pertenecen a la red pública, al desarrollarse la receta electrónica y no poder enlazarlos, se ha contactado con el Servicio Aragonés de Salud para volcar la información disponible en el módulo de receta electrónica.
Por último, la evaluación de la efectividad de este enfoque se evalúa y revisa mediante los ciclos de revisión de los procesos y evaluaciones externas.

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

Se dispone de un protocolo de actuación y una política de conducta en la empresa desde 1999.
Esta información se entrega a todos los nuevos trabajadores el día de su incorporación y al menos, una vez al año se revisa en el comité de dirección (integrado por los gerentes y mandos intermedios de Marro Salud) y se trata en una reunión de equipo (de todo el

personal) que tienen lugar cada tres semanas.
Además, está expuesto en el tablón informativo 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

Esta información se entrega a todos los nuevos trabajadores el día de su incorporación y al menos, una vez al año se revisa en el comité de dirección (integrado por los gerentes y mandos intermedios de Marro Salud) y se trata al menos en una reunión de equipo (de todo el personal) que tienen lugar cada tres semanas.
Además, está expuesto en el tablón informativo de la empresa.

Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

9.1. Información adicional

Como hemos comentado en puntos anteriores (ver punto 4.1), uno de los objetivos que MARRO SALUD ha perseguido desde sus inicios es la integración social, por eso el concepto de empresa socialmente responsable está tan arraigado en la organización. Esta integración en la sociedad se lleva a cabo en diferentes ámbitos que van desde la representación institucional hasta la acción social pasando por la organización y participación en todo tipo de eventos culturales, educativos, sociales y deportivos.
Mantiene una presencia activa en las principales organizaciones empresariales de ámbito farmacéutico, tanto de ámbito estatal como autonómico. En el afán por acercarse a aquellas organizaciones representativas de una parte importante de la sociedad, mantiene frecuentes contactos con agrupaciones de consumidores y de pacientes, y tiene abiertas vías de colaboración con numerosas ONG.
En sintonía con la política de integración en la sociedad tanto a nivel nacional como local, llevamos a cabo una serie de programas y actividades cuya cobertura varía en función de los intereses e idiosincrasia de la ciudadanía. En conjunto, MARRO SALUD propicia al año más de 25 acciones de diversa índole que se adecuan a las peculiaridades del entorno en el que se desarrollan y que están planificadas.
A partir de 2016 estas actuaciones que ya están consolidadas desde hace años, serán revisadas y evaluadas sistemáticamente. Hasta 2015 lo fueron de forma puntual.

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

10.1. Información adicional

Ejemplo: "Escaparate solidario" que se realiza cada año en San Lorenzo en colaboración con un fotógrafo local. Desde hace 10 años, se pone un escaparate durante San Lorenzo con fotos cada año uno más de San Lorenzos anteriores, este 2018 se expusieron fotos de 1983 que se venden a 10? y el dinero recaudado se utiliza anualmente para una ONG (siempre la misma), y se pacta un importe mínimo a recibir por la misma, que en caso de no ser cubierto, lo hace Farmacia Marro - Marrosalud. Este importe se va fijando en función del histórico y del objetivo fijado.
Farmacia catalizadora de procesos de salud en la comunidad (identificación y comunicación de los activos de salud del barrio, etc).

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

La misión, visión y valores de Marro Salud recoge la orientación al cliente. A este fin, recogemos de manera sistemática la información procedente de los clientes para la elaboración de la estrategia, y los procesos se diseñan y gestionan de forma que satisfagan estas necesidades y mejoren de forma continua.
Por lo general, la medida de la percepción directa de los clientes se realiza a través de encuestas de satisfacción. Estas encuestas se vienen realizando con periodicidad anual desde 2003 y se encuentran segmentadas por servicios y por tipo de cliente, de tal manera que los resultados obtenidos nos permiten profundizar en la búsqueda de soluciones específicas. También se realizan de forma sistemática encuestas de satisfacción de las charlas de divulgación del Aula Marro desde 2008.
Además, desde 2012 y con periodicidad bienal (se han realizado dos ciclos hasta la fecha) se ha utilizado la figura del Mystery Shopper para la percepción directa. La calificación tanto cualitativa como cuantitativa ha sido excelente. Aún así, nos aportan una valiosa información para la definición de nuestras estrategias e identificación de mejoras. Por otro lado, desde 2014 se están realizando anualmente encuestas de satisfacción a farmacias a terceros (aquellas a las que elaboramos medicamentos individualizados).
Dada la actividad que desarrolla Marro Salud, algunos indicadores permiten anticipar la satisfacción de los clientes de forma indirecta que constituyen a su vez indicadores de rendimiento y eficacia directamente relacionados con la consecución de la estrategia.
Esta metodología es revisada anualmente en el comité de dirección, tanto para comprobar que es adecuada como para asegurar que la información proporcionada por los clientes es correctamente analizada, presentados los resultados, implementadas las opiniones de los clientes que se han seleccionado (por su relevancia entre otras), comunicadas a los clientes y evaluados los resultados.

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 saber si son exitosas

12.1. Información adicional

Parte de esta pregunta la hemos comentado en el punto 11.1,
Respecto a lo que les importa a los clientes de nosotros, en la encuesta anual desde 2003, se pregunta sobre la satisfacción con nuestros servicios y la importancia que tiene para ellos cada uno de los servicios, relacionados con la satisfacción. De esta manera, identificamos aquellos servicios que son más importantes para ellos y su satisfacción con los mismos, de manera que nos permite obtener información sobre cada servicio y donde están nuestras oportunidades de mejora.
Como ya hemos dicho, estas oportunidades de mejora se priorizan (empezando por aquellas en las que el ratio importancia/satisfacción está por debajo de 1 y son factibles), se comunican a los clientes y se evalúa su impacto en la encuesta del año siguiente y/o mediante encuestas on line.

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

Como ya hemos comentado, en Marro Salud planificamos y evaluamos las expectativas y necesidades de nuestros clientes y del mercado, de manera que podamos ofrecer los productos y servicios que esperan de nosotros por un lado, y adelantarnos a sus expectativas.
Para ello, disponemos de un procedimiento de realización de actividades de investigación, que está alineado con la misión, visión y valores de la empresa.
Un ejemplo de esta investigación es la creación de la Red de establecimientos amigos. Desde 2012 hemos establecido un convenio de colaboración con empresas saludables de nuestro entorno, cuidadosamente seleccionadas para proporcionar salud, bienestar y placer, de manera que nuestros clientes se beneficien de descuentos y las empresas a su vez, reciben publicidad de sus servicios. Por ejemplo, Podoactiva (empresa líder en España y con proyección internacional, que empezó a trabajar instalaciones de Marro Salud estableciendo una alianza desde 2005), Restaurante El Origen (productos aragoneses y cocina muy cuidada), etc

Calidad de los productos y servicios

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

14.1. Información adicional

La elaboración y dispensación de medicamentos en la farmacia es una actividad altamente

regulada.
Además, en Marro Salud hemos desarrollado en alianza con la empresa BiTFarma, un módulo en el programa de gestión que permite registrar el lote y caducidad de todos los productos que dispensamos, de manera que disponemos de la trazabilidad completa de los productos y así, en caso de alguna alerta farmacéutica, podemos ponernos en contacto con los clientes a los que se les ha dispensado el producto/medicamento defectuoso, siempre que dispongamos de su ficha de cliente (>80% ventas).
La legislación prohíbe expresamente registrar los datos de aquellas personas de las que no dispongamos de ficha de cliente (voluntario). De todas formas, alertas generales se comunican también a través de las redes sociales.
En caso de tratarse de un servicio o determinados productos de venta libre, disponemos de un procedimiento de servicio post venta que se revisa anualmente en el comité de dirección para la gestión de las reclamaciones de clientes, el marketing y publicidad (en la medida de lo posible por estar muy regulado), están descritas las condiciones de nuestra oferta, cartera de servicios, precios, pago, entrega y devolución. Esta información está disponible tanto en la web de Marro Salud, en los tíckets de venta y en el establecimiento (de forma escrita y oral cuando procede según la capacidad/conocimiento de las personas).
Además, y para todos los medicamentos y productos farmacéuticos, disponemos de un servicio adicional gratuito de atención farmacéutica y seguimiento farmacoterapéutico que cualquier cliente puede solicitar.

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

Como ya hemos comentado, se trata de un sector muy regulado.
Nos obstante, en Marro Salud hemos desarrollado en alianza con la empresa BiTFarma, un módulo en el programa de gestión que permite registrar el lote y caducidad de todos los productos que dispensamos, de manera que disponemos de la trazabilidad completa de los productos y así, en caso de alguna alerta farmacéutica, podemos ponernos en contacto con los clientes a los que se les ha dispensado el producto/medicamento defectuoso, siempre que dispongamos de su ficha de cliente (>80% ventas).
La legislación prohíbe expresamente registrar los datos de aquellas personas de las que no dispongamos de ficha de cliente (voluntario). De todas formas, alertas generales se comunican también a través de las redes sociales.
En caso de tratarse de un servicio o determinados productos de venta libre, disponemos de un procedimiento de servicio post venta que se revisa anualmente en el comité de dirección para la gestión de las reclamaciones de clientes, el marketing y publicidad (en la medida de lo posible por estar muy regulado), están descritas las condiciones de nuestra oferta, cartera de servicios, precios, pago, entrega y devolución. Esta información está disponible tanto en la web de Marro Salud, en los tíckets de venta y en el establecimiento (de forma escrita y oral cuando procede según la capacidad/conocimiento de las personas).
Además, y para todos los medicamentos y productos farmacéuticos, disponemos de un servicio adicional gratuito de atención farmacéutica y seguimiento farmacoterapéutico que cualquier cliente puede solicitar.

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

Esta información está disponible por varios canales en el 100% de nuestros productos y servicios:
- Web y redes sociales.
- Instrucciones de los medicamentos y productos.
- Explicación oral y escrita (cuando es necesaria).
- Trípticos informativos con los servicios.
- Vídeos explicativos (web, redes sociales, pantallas de la farmacia, etc).
- Eventos online

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

La satisfacción de las personas empleadas forma parte de la estrategia de Marro Salud, tal y como hemos señalado a lo largo de este informe. De hecho, es uno de los aspectos más importantes.
Marro Salud utiliza los resultados de las encuesta de clima laboral entre otras, para recabar información que permita incorporar mejoras en la planificación de la gestión de personas. Dentro de la metodología de recogida de información de las personas, se han empleado, a lo largo del tiempo, diferentes herramientas: cuestionarios, focus group, etc.
El diseño del cuestionario y análisis de resultados y su revisión se lleva a cabo en el Comité de dirección, realizándose la primera encuesta de clima laboral completa en 2009, con carácter bienal. Los resultados se presentan desagregados en reunión del equipo Marro. Los resultados han facilitado una mejor identificación de las áreas de mejora y por tanto de las acciones a implantar.
De manera adicional, como resultado de la encuesta de 2009, se llevó a cabo un focus group a finales de 2010 para determinar mejoras en aquellos puntos con peor percepción.
Por último, el contacto con todas las personas de Marro Salud, como parte de la rutina diaria, el sistema de reuniones de equipo, la intranet y el trabajo en equipo como dinámica constante de trabajo, son una fuente continua de feedback informal sobre la estrategia de la gestión de personas en Marro Salud. La revisión de la efectividad se realiza a través del grado de consecución de objetivos y de la encuesta de clima laboral. Una selección de acciones de mejora llevadas a cabo en los últimos años y relacionadas con el despliegue de las personas, la organización de su trabajo y la metodología de encuestar son por ejemplo:

- Reestructuración jornada laboral equipo, tendencia a jornada continuada (2008 reflexión comité dirección).
- Despliegue de los responsables de categorías y realización de foccus group (2009 análisis encuesta clima laboral).
- Habilitación de una zona de Office con Nevera, Cafetera, Microondas y Agua embotellada, para el confort y disfrute del equipo (Sugerencias reuniones de equipo).
- Inclusión retribución variable individual (2013 encuesta clima laboral y reflexión comité dirección).
- Beneficios sociales y conciliación familiar (algunos ejemplos desde 2009):
    - Reducción de jornada por cuidado de familiares (13 personas)
    - Turno continuado (20 de 22)
    - Licencia por días libres adicionales (528 días).
    - Descuentos del 20% en todos los productos de la farmacia (25000?).
    - Regalos para el equipo (72500? estimado).
    - ADSL+TFNO a cargo de la empresa (4 personas).
    - Formación externa financiada (32000?).
    - Cenas de Verano y Navidad para todo el equipo.

Más del 90% de las personas de Marro Salud son mujeres y jóvenes. La organización concede reducciones de jornada muy por encima de lo que indica la legislación y ajustes de horario, ya que es muy sensible respecto a la conciliación familiar.
Marro Salud, en relación a la apuesta por la política de participación y corresponsabilidad para la resolución de problemas o identificación de nuevas áreas de mejora, facilita que cualquier persona pueda trasladar incidencias y proponer mejoras. Este es un indicador informativo desde 2008 que ha llevado una tendencia positiva. El objetivo del sistema es que las personas entiendan y se impliquen en la comunicación de incidencias y mejoras, con independencia de que sean factibles o no.

Nuestro modelo de gestión tiene implícita la necesidad de una comunicación interna fluida, abierta, accesible y dinámica entre todas las personas, como elemento potenciador de su implicación, participación y conocimiento de Marro Salud. Esta importancia se recoge en el proceso Gestión de la competencia y RRHH, donde la comunicación se considera un factor crítico para el despliegue de la MVV, de los objetivos estratégicos y del resto de los procesos.
La comunicación en Marro Salud se ha visto mejorada en los últimos años, estableciendo, revisando y mejorando los diferentes mecanismos utilizados para identificar las necesidades de comunicación de las personas. La procedencia de la información para el diagnóstico y detección de necesidades de comunicación incluye fuentes de información tradicionales (encuesta clima laboral, reuniones equipo), resultados de auditorías internas y externas, reflexiones del comité de dirección, sugerencias recibidas, etc. No obstante, debido al tamaño de la organización, la comunicación es fluida y así se destaca en la encuesta de clima laboral.
Se cuenta con distintos canales formales para comunicar y recibir información de las personas de la organización:
- Comunicación escrita: acciones de mejora, sugerencias y registros derivados de la ejecución de los distintos procesos. (carácter ascendente, descendente y horizontal).
- Reuniones de equipo (carácter descendente y ascendente).
- Reuniones personales. El personal tiene libertad y fácil acceso al farmacéutico titular y

comité de dirección, dentro de la política de puertas abiertas. (carácter ascendente).
- Tablón de anuncios (carácter descendente): calendario reuniones, guardias, turnos trabajo, vacaciones, plan estratégico y objetivos, ...
- Intranet, correo electrónico y whatsapp (carácter ascendente, descendente y horizontal).
- Redes sociales: facebook y twitter. (carácter ascendente, descendente y horizontal).
- E boletín. (carácter descendente).
- Buzón de sugerencias: este sistema de comunicación se encuentra implantado desde 1998, habiendo vivido diferentes mejoras a lo largo del tiempo (buzón de sugerencias electrónico desde 2012), permitiendo la identificación de áreas de mejora en todos los ámbitos de Marro Salud, incluyendo la gestión de personas. La eficacia y eficiencia del sistema de sugerencias se monitoriza a través de indicadores específicos y a través de la satisfacción de las personas sobre la dimensión de la encuesta que hace referencia a la comunicación interna, que muestra una tendencia favorable.

Además de esto, se buscan oportunidades para innovar o aprender de otros a través de la formación continua del comité de dirección, visitas a otras farmacias y organizaciones. Ejemplos de benchmarking han sido la asistencia a jornadas de correo farmacéutico desde su inicio en 2002 y la realización de encuestas de clima laboral completas. La revisión de la efectividad de la comunicación se mide, entre otros, con la encuesta de clima laboral, donde la dimensión de Comunicación, además de en la revisiones del SGC por la dirección.

Desde siempre, en Marro Salud se ha hecho un esfuerzo por desarrollar múltiples actividades en todos los canales de comunicación a nuestra disposición: por ejemplo, las cenas de Navidad y Verano, actos sociales como reconocimientos otorgados a Marro Salud, facilitar asistencia a eventos de las personas (bodas, ...).

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)?

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

18.1. Información adicional.

Desde 2005 Marro Salud cuenta con un proceso de selección, contratación y acogida que es de aplicación al 100% de las personas que se incorporan al Centro, para facilitar su integración en el nuevo puesto.

Tiene soporte documental, es revisado y está diseñado para que las personas reciban información básica de la organización y del puesto de trabajo a desempeñar.

Disponemos de un equipo de profesionales capacitado y fuertemente adherido que genera sinergias para dar respuesta a las necesidades de la empresa, impulsado por la alta dirección y que tiene definidos los conocimientos y competencias necesarias para cubrir todos los puestos de la farmacia, a través de fichas de perfil, fichas de personal y el Manual de funciones.

La política de movilidad y promoción interna fomenta un mejor y mayor desarrollo

profesional de las personas de la organización al mismo tiempo que una adecuada organización de los Servicios. El criterio para marcar el objetivo va en función de las variaciones de plantilla, que se ha mantenido estable en los últimos años.
Asimismo Marro Salud impulsa, favorece y permite el acceso de las personas a puestos de nivel superior cuando poseen los conocimientos necesarios, lo que mejora la satisfacción de los profesionales y el desarrollo de sus capacidades.
Marro Salud proporciona la posibilidad de promoción profesional a todas las personas del equipo. Esto no significa que cambien de puesto y/o categoría necesariamente, sino que vayan adquiriendo mayores responsabilidades y desarrollen nuevas funciones, lo cual también redunda en una mejor organización (por ejemplo, asumir la gestión por categorías desde 2009 e impartir formación desde 2011). También se facilita la movilidad horizontal de forma permanente por ausencia del profesional que ocupaba el puesto o por nueva creación, y la movilidad interna temporal, en tanto en cuanto continua la necesidad.
La evolución positiva, es fruto de la potenciación de la formación, facilitando el acceso a la misma con cargo a la jornada laboral (o remunerándola) y acercando las actividades formativas al trabajador mediante un programa propio. El objetivo se marca de forma anual conforme a la evaluación y los resultados del programa de formación, ajustándolos a los recursos y al contexto socioeconómico del momento. Incluso en la época de crisis que llevamos, se ha seguido potenciando, sobre todo la formación interna y exprés, que son las prioritarias para nosotros y que las recibe todo el equipo Marro (22 personas), con un promedio de horas de formación por profesional y año de 20,8 horas desde 1997.
Marro Salud apuesta por la contratación de farmacéuticos (5 farmacéuticos) muy por encima de la media del sector (2,4 en España, 1,7 en Huesca) e igualmente respecto al promedio de plantilla de la farmacia española, que están en el rango de 3-4 personas (Estadísticas farmacias comunitarias 2018 - Fuente datos CGCOF), frente a 22 de Marro Salud.
Marro Salud se ha caracterizado por ser una farmacia innovadora y creativa, siendo una de las primeras en poner en marcha proyectos que han supuesto delegación de responsabilidades y la implicación de las personas en los resultados de sus quehaceres. Algunos de estos proyectos pioneros (Sistema de Gestión de la Calidad y Sistema Personalizado de Dosificación de la medicación en 2001, página web en 2002, autoservicio en 2003, plan de marketing 2006, Aula Marro de divulgación sanitaria en 2008, gestión por categorías en 2009, animaciones en 2010, redes sociales en 2011, espacio Gym en 2012, centro Esencia en 2015 ...), han sido incorporados al software de BitFARMA® para que lo puedan utilizar todas las farmacias que disponen del programa, y otros, han sido requeridos y presentados en numerosas jornadas del sector, como ejemplo de buenas prácticas e innovadoras.

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 desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

Contestada en los puntos anteriores. Ver 3a y 3b.

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.

El proceso de gestión del conocimiento es para Marro Salud un proceso clave, alineado con la misión, visión y valores y plan estratégico.
Uno de los puntos fuertes es el asegurar, mediante cualificación, formación y dotación de las herramientas adecuadas que el personal de la Farmacia puede garantizar el mejor servicio al cliente posible. Se dispone de fichas de formación cada persona en las que se detallan los datos personales, formación académica, cursos y experiencia laboral, que se van actualizando a través de la información sobre formación externa e interna que va adquiriendo cada persona, al igual que el adiestramiento en los diferentes puestos y/o actividades.
La capacitación de todo el personal está garantizada mediante la realización de un plan de formación anual con objetivos, actividades, plazos y responsables de su ejecución. Este plan es evaluado semestralmente. La revisión de la efectividad del plan se realiza a través del grado de consecución de objetivos, las reuniones del comité de dirección, la inclusión de nuevos servicios implantados, las encuestas de satisfacción de los clientes y las sugerencias/solicitudes de las personas, sobre las necesidades formativas detectadas.
El programa de formación anual se revisó en 2019. La dinámica es hacia la identificación de todas las actividades formativas y priorizarlas conforme a las líneas y proyectos estratégicos de Marro Salud, en consonancia y alineación con el plan estratégico.
Una selección de las acciones de formación llevadas a cabo en los últimos años, relacionadas con el despliegue del conocimiento y las capacidades de las personas son por ejemplo, Implantación gestión por procesos, técnicas de marketing para ventas asistidas y ventas cruzadas, gestión por categorías, formación en EFQM, receta electrónica, ...
Desde un punto de vista de sistemas de participación, contamos con:
- Estructura de comités
- Equipos de trabajo (participación grupal)
- Sistemas de sugerencias (participación individual)

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.

Como ya hemos indicado, el proceso de gestión del conocimiento es para Marro Salud un proceso clave, alineado con la misión, visión y valores y plan estratégico.
Uno de los puntos fuertes es el asegurar, mediante cualificación, formación y dotación de

las herramientas adecuadas que el personal de la Farmacia puede garantizar el mejor servicio al cliente posible. Se dispone de fichas de formación cada persona en las que se detallan los datos personales, formación académica, cursos y experiencia laboral, que se van actualizando a través de la información sobre formación externa e interna que va adquiriendo cada persona, al igual que el adiestramiento en los diferentes puestos y/o actividades.
La capacitación de todo el personal está garantizada mediante la realización de un plan de formación anual con objetivos, actividades, plazos y responsables de su ejecución. Este plan es evaluado semestralmente. La revisión de la efectividad del plan se realiza a través del grado de consecución de objetivos, las reuniones del comité de dirección, la inclusión de nuevos servicios implantados, las encuestas de satisfacción de los clientes y las sugerencias/solicitudes de las personas, sobre las necesidades formativas detectadas.
El programa de formación anual se revisó en 2019. La dinámica es hacia la identificación de todas las actividades formativas y priorizarlas conforme a las líneas y proyectos estratégicos de Marro Salud, en consonancia y alineación con el plan estratégico.
Una selección de las acciones de formación llevadas a cabo en los últimos años, relacionadas con el despliegue del conocimiento y las capacidades de las personas son por ejemplo, Implantación gestión por procesos, técnicas de marketing para ventas asistidas y ventas cruzadas, gestión por categorías, formación en EFQM, receta electrónica, ...
Desde un punto de vista de sistemas de participación, contamos con:
- Estructura de comités
- Equipos de trabajo (participación grupal)
- Sistemas de sugerencias (participación individual)

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 han evaluado los riesgos asociados a cada actividad y tomado medidas de carácter preventivo.

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.

En el procedimiento de evaluación de suministradores se incluyen criterios para evaluar cuestiones sociales y medioambientales del proveedor.

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

24.1. Información adicional.

El procedimiento de evaluación y seguimiento de suministradores incluye criterios sociales y medioambientales.

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.

Como ya hemos comentado a lo largo de este informe en Marro Salud (ver 1b) se colabora en proyectos afines a la cultura de la empresa con una planificación formal.
En Marro Salud la Sociedad como Grupo de interés se define de la siguiente manera: Cualquier individuo o grupo (que no sea ni cliente, ni proveedor, ni empleado) sobre el que las actividades de la organización puedan impactar.
En la MVV se recoge el compromiso con la sociedad, entre otras, participando y promoviendo actividades de interés social en el entorno. Por ello, Marro Salud lleva a cabo acciones dirigidas a mejorar la accesibilidad, promocionar hábitos de vida saludables, colaborar proactivamente con ONG, etc., además de procurar reducir al mínimo su impacto ambiental, propiciando el desarrollo sostenible.
A continuación se describen indicadores que Marro Salud considera de mayor relevancia, con relación a su estrategia, en el ámbito de percepción de las personas de la sociedad: Charlas de divulgación sanitaria a la sociedad y satisfacción con las mismas, Reconocimientos y distinciones, Impacto en redes sociales del mes anual solidario, Impacto del compromiso con asociaciones y colectivos profesionales.
Algunos ejemplos de acción social son:
- Cesión gratuita del Aula Marro a asociaciones que nos lo soliciten, para mantener sus encuentros, facilitándoles también la difusión a través de nuestra página web y e boletín, que llega a más de 10.200 personas (desde 2008).
- Campañas de formación en materia de medio ambiente y la implantación de puntos de reciclaje. Por ejemplo, punto SIGRE para recogida de medicamentos que ya no necesitan los usuarios (desde 2001 más de 8.000 kg), radiografías (histórico), bandejas de reutilización de papel reciclado (desde 1998), luces de bajo consumo, etc.
- Colaboración con el Ayuntamiento de Huesca para la recogida de cartón (desde 2004).
- Concesión de permiso para facilitar la participación de las personas en proyectos de colaboración con ONG, cesión de material y donación de medicamentos (desde 2006). Por ejemplo, con una estancia en Etiopía colaborando con la fundación Palo Alto.
- Colaboración histórica con las actividades que se organizan en el barrio (fiestas,

campañas ...), bien con donación económica o con lotes de productos, etc.
- Colaboración económica a través de descuentos en los productos con asociaciones de familias numerosas, profesionales sanitarios, etc.
- Colaboración en Proyectos Solidarios (desde 2011) apadrinando y recogiendo dinero para las mismas. Ejemplo, 2013 Proyecto para el estudio epidemiológico de la gliomatosis cerebri infantil, 2014 enciende una luz en Ndokh, 2017 consultas de cáncer de mama y útero en Senegal.
- Colaboración económica Marro Salud - Fundación Clara Sampietro (Universidad de Zaragoza) (desde 2015), para el desarrollo de proyectos con impacto en la sociedad (en cualquier país).
- Personal del equipo Marro. Retribución económica un 48% por encima de la media del sector, beneficios sociales (días de libre disposición, conciliación laboral, etc), estabilidad laboral.
Estas acciones son planificadas, evaluadas y comunicadas anualmente.
Actualmente estamos elaborando un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores.

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.

Marro Salud dispone de una batería de indicadores para medir el impacto de su dinámica en el conjunto de la sociedad. Esta información hace referencia a los tres ámbitos de la RSC: sostenibilidad ambiental, sostenibilidad social (como es el compromiso con ONG, la creación de empleo o el impacto en el conocimiento científico) y la sostenibilidad económica. Estas acciones las hemos descrito a lo largo del documento.
En cuanto a la sostenibilidad social, Marro Salud es una empresa generadora de trabajo en la comarca de la Hoya de Huesca. Todo ello se objetiva en los datos referentes a contratación, 22 personas de media desde 2008, siendo el 100% empleos estables y más del 90% de mujeres.
Además, Marro Salud se implica en la formación pregrado de diferentes categorías profesionales (farmacéuticos, técnicos farmacia, técnicos laboratorio), manteniendo alianzas con centros docentes. La media de estudiantes es de 1 por año desde el año 2000.
Por otra parte, desde 2008, Marro Salud cede el aula para actividades de asociaciones u otros (asociación celíacos, amas de casa, vecinos, ostomizados, etc), un promedio de 7 veces al año. Encargándose de su difusión, si así lo requieren.
En cuanto a la sostenibilidad ambiental, Marro Salud dispone entre otras medidas de un punto SIGRE para la recogida de medicamentos y envases y su correcta de esta forma se garantiza que estos residuos recibirán el tratamiento medioambiental adecuado, evitando que puedan dañar nuestro entorno y cuidar de nuestra salud. A lo largo de los años se han hecho campañas de sensibilización que han hecho que la tendencia a la recogida de residuos sea mayor. Igualmente se hace los todo el material de laboratorio a través de la

subcontratación para la eliminación de residuos y correcto tratamiento de los mismos, por encima de lo indicado por la legislación.
Por otro lado, Marro Salud, alineado también con su plan estratégico (como el resto de lo comentado) y según se describe en su Plan de Marketing, tiene alianzas con medios de comunicación. Disponemos de un indicador que mide las apariciones en prensa escrita (periódico), Tv, Radio y Otros* (Rádar Ayuntamiento Huesca, webs, ...), generadas en su mayoría a través del programa de afiliados de Marro Salud. La eficacia de las acciones realizadas se mide respecto al número de apariciones en el medio de comunicación seleccionado por Marro Salud, fundamentalmente para la promoción de las charlas de divulgación sanitaria del Aula Marro, que es del 100% y la asistencia a las mismas. La gestión realizada en todos los ámbitos de la organización a lo largo de los últimos años para mejorar la difusión a través de las alianzas ha contribuido a ello. Desde el mes de octubre de 2017, disponemos de un nuevo sistema de difusión de las charlas a través de streaming para todas aquellas personas que no pueden asistir las puedan ver en directo o en diferido.

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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

Las acciones sociales que se llevan a cabo en Marro Salud son publicitadas por todos los medios disponibles y explicadas para que cualquier persona pueda participar (trabajadores, clientes, organizaciones, etc).
Dsiponemos de un plan de comunicación y marketing para tal fin, que es revisado y evaluado de forma periódica.
Además, se publican en nuestra web, redes sociales, etc el resultado de las mismas.

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

Hemos comentado a lo largo de este punto 5 las acciones que se realizan, como se llevan a cabo y su comunicación.
Esto se puede consultar también accediendo a nuestra web www.marrosalud,.com o a las cuentas de facebook y twitter.
Nuestra actitud es siempre proactiva con las actividades que llevamos a cabo.

Además, desde marzo de 2016 disponemos del diploma que nos acredita como empresa adherida al sistema arbitral de consumo a través de la junta arbitral de consumo de Aragón.

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 ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

29.1. Información adicional.

Como ya hemos comentado, esto forma parte de nuestra MVV y del plan estratégico de Marro Salud. Disponemos de un plan de actuaciones que se ha ido desarrollando a lo largo de los últimos años, encaminado a la minimización del impacto mediambiental de la empresa, más allá de lo que exige la legislación.
Por ejemplo, con el fin de facilitar el correcto funcionamiento y la disponibilidad permanente de las instalaciones y equipamientos, Marro Salud ha implantado diferentes instrucciones que participan en asegurar este objetivo. A través de los Planes de gestión anuales se identifican las necesidades de tecnología, nuevos materiales e instalaciones, o la renovación de las existentes. La priorización de estas necesidades se realiza en el marco de los objetivos estratégicos desplegados en los Planes de Gestión, en las revisiones del comité de dirección. La gestión de edificios, equipos y materiales se realiza según lo descrito en los procesos correspondientes desde 2001 y está inventariado.
Son procesos transversales que garantizan la gestión de edificios, equipos, materiales y recursos naturales, y están certificados según norma ISO 9001. Se gestionan además otros procesos que controlan el impacto de la actividad de Marro Salud sobre la seguridad de las personas y la salud pública: proceso de Prevención de Riesgos Laborales (externalizado) y limpieza. La responsabilidad sobre la utilización eficiente de los recursos recae sobre todo el personal de Marro Salud, y se mide a través de indicadores de proceso. En lo que respecta a la gestión del mantenimiento de los edificios, instalaciones, equipos y materiales, está procedimentado y es revisado anualmente. Buena parte del mantenimiento es llevado a cabo por las personas de Marro Salud y el resto por empresas subcontratadas, que a su vez está incorporado en el programa de gestión económico-financiera.
Anualmente se programa un plan de mantenimiento preventivo en el que también se describe la actuación necesaria, la periodicidad y el tipo de personal que debe hacerla y se va supervisando su cumplimiento.
Este plan se aplica al 100% de las instalaciones y equipamientos definidos como de primer y segundo nivel en Marro Salud. Asimismo, tenemos acuerdos suscritos con determinados proveedores para el mantenimiento de algunos equipos e instalaciones (por ejemplo, sistema informáticos, sistema eléctrico, balanzas, etc).
El mantenimiento correctivo se realiza a demanda según las necesidades detectadas. Ha sido objeto de mejoras desde el año 2000, al conseguir, por iniciativa del personal, como por ejemplo, la sustitución bombillas más eficientes y cuidadosas con el medio ambiente en 2002, reorganizar los almacenes en 2007.

De hecho, una iniciativa para intentar minimizar el impacto ambiental a nivel local ha sido la realización de un proceso completo de evaluación del sistema de gestión energética de Marro Salud con el fin de:
- controlar y reducir el consumo de energía de las áreas de consumo;
- reducir los costes derivados del consumo de energía;
- reducir el consumo de energía que redunda en un menor coste en el edificio;
- analizar las posibles fuentes de energías y tarifas que redundarán en unas mejores condiciones económicas de los contratos;
- mejorar la imagen de la organización como consecuencia de un menor impacto energético de sus productos/procesos.
El resultado de todas estas acciones es comunicada al equipo Marro y en ocasiones, a los clientes.

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.

Como hemos descrito en el punto 6a, se llevan a cabo multitud de acciones. No obstante, aunque debemos mejorar en la comunicación al exterior, hemos avanzado y la mayoría de acciones que se llevan a cabo en esta materia se comunican tanto interna como externamente.

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

En la selección de proveedores de envases para nuestra actividad de elaboración de productos cosméticos, intentamos seleccionar aquellos que ofrecen envases elaborados con material reciclado, en la medida de lo posible.

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, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

32.1. Información adicional

Disponemos de un plan de comunicación elaborado junto con una empresa externa ya implantado y en seguimiento.

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

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?

- El Aula Marro de formación (charlas de educación sanitaria retransmitidas en streaming y disponibles para su visualización posterior).
- Plan de Responsabilidad Social que englobe todas nuestra actividad de manera transversal

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

- Activos en salud.

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 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.