

## RSA - AUTONOMOS

---

### Empresa evaluada

**Bárbara Marqués - ESOVAL PSICOLOGÍA**

CIF:17734086M

C/Jaime Casasús nº:12.-

50750 - PINA DE EBRO

Zaragoza

### DATOS DE LA EMPRESA

#### 01 - Denominación de la organización

ESoVal - Energía Social y Valores

#### 02 - Dirección - CP - POBLACION

C/ Jaime Casasús, 12 50750 Pina de Ebro

#### 03 - Sector. Actividad

Sociosanitario, entendiendo la salud como estado general de bienestar físico, mental y social, y el ser humano como ser social, que se maneja en los diferentes entornos intrapersonal, familiar, comunitario y organizacional.

Iniciativa de emprendimiento de carácter social involucrada en facilitar a las personas los procesos y recursos necesarios para mantener y/o recuperar su equilibrio vital en su vida personal, social y laboral y a identificar y recuperar los valores esenciales como motor de desarrollo en los diferentes entornos en los que se mueve.

Se estructura en cuatro líneas de trabajo: ESoVal Psicología, ESoVal Inserción, ESoVal Organizaciones y ESoVal Agroecología.

#### 04 - Año comienzo actividad.

2017

#### 05 - Persona de contacto

Bárbara Marqués Díez

#### 06 - e-mail contacto:

bmarques@esovalpsicologia.es

#### 07.- Página web

www.esovalpsicologia.es

### GENERAL

#### 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 tienen en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad del negocio y se ponen marcha planes a medio / largo plazo.

### **1.1. Información adicional.**

La iniciativa empresarial puesta en marcha se ve afectada por factores económicos, políticos, sociales y medioambientales. Actualmente se encuentra todavía en fase de consolidación y desarrolla planes a corto, medio y largo plazo teniendo en cuenta estos factores.

## **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.**

Existe una planificación a largo plazo (2017-2021), que se aterriza a corto plazo (anualmente) adaptándola al entorno cambiante ante el que nos encontramos en la actualidad.

### **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 además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

#### **3.1. Información adicional.**

El proyecto nace con un claro enfoque social, destinando los beneficios obtenidos a acciones alineadas con la iniciativa empresarial e incorporadas como parte esencial de la planificación estratégica y la planificación a corto. Como emprendedora social, se renuncia voluntariamente a los posibles beneficios para reinvertir el 100% en el desarrollo de la propia iniciativa y de la puesta en marcha de acciones de marcado perfil social, centradas principalmente en la facilitación de acceso a los servicios ofertados a personas en situación de vulnerabilidad social.

## **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..**

Se conocen los grupos de interes con los que interactuamos en la actividad del negocio

#### **4.1. Comentarios**

Se tienen identificados y diferenciados los grupos de interés. Se ha comenzado a realizar una gestión específica y diferenciada con cada uno de ellos.

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

Se disponen de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los grupos de interés

#### **5.1. Comentarios**

Se dispone de mecanismos de identificación de necesidades y expectativas de la mayoría del los grupos de interés, pero no de todos. Se realiza a través de reuniones formales calendarizadas con registro posterior de información y, en algunas ocasiones, a través de cuestionarios de recogida de información previos a la propuesta de servicio.

### **Gobierno**

#### **6 - ¿Siguen en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o códigos éticos?**

Existe un código de conducta que se revisa periódicamente

#### **6.1. Comentarios**

El tipo de actividad que se realiza exige esta revisión periódica del código de conducta. No existe un documento escrito, más allá del Código Deontológico al que se está sujeto por el ejercicio de la profesión de psicóloga y a los principios que rigen las entidades de la economía social.

### **Plan de Responsabilidad Social**

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

Estamos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social. En caso de responder a una de las tres primeras opciones, pasar a la pregunta 9.

#### **7.1. - Comentarios**

Desde la perspectiva de que la iniciativa empresarial es de carácter social y dispone de una planificación, podría considerar que disponemos de un Plan de Responsabilidad Social. No obstante, no está definido como tal, por lo que entiendo que esta opción de respuesta encajaría mejor en estos momentos..

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

#### **8.1. - Comentarios**

En proceso

### **CLIENTES**

## **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 recoge la valoración de los clientes de los diferentes servicios a través de cuestionarios tipificados. Se invita, mediante las últimas preguntas de estos cuestionarios, que son abiertas, a valorar, proponer y plantear diferentes aspectos que ayuden a valorar y mejorar el servicio. En aquellos servicios en los que financiador y cliente final no son el mismo, se recoge y analiza la información tanto de los clientes financiadores como los clientes finales.

## **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**

Con la web ya en funcionamiento y a través de diferentes canales de los clientes financiadores y las redes sociales, se ofrece puntual información sobre cada producto o servicio nuevo que se pone en marcha.

### **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**

La página web está actualmente en funcionamiento y recoge toda la información sobre los servicios y proyectos que se desarrollan, con un claro enfoque de transparencia.

A través de las redes sociales se ofrece información y se facilita de forma amplia y transparente a demanda.

También se facilita información a través de los propios clientes financiadores.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Seguridad y salud.**

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

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado en revisión periódica y gestionado por una empresa especializada

#### **12.1.- Información adicional**

La mayor parte de la actividad se desarrolla fuera de sede, quedando formalizadas las condiciones mediante contratos de servicios y contratos de cesión de espacios. Se asegura que cada espacio en el que se desarrolla la actividad cumple con la normativa de seguridad

y salud. Igualmente se permite, en el marco de los diferentes contratos, participar, contribuir y proponer todos aquellos cambios o mejoras que se consideren importantes en esta materia.

## **PROVEEDORES**

### **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 tienen en cuenta aspectos sociales, medioambientales y de proximidad, además de criterios de precio, calidad y servicio, a la hora de seleccionar proveedores.

### **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

## **SOCIAL**

### **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 mi organización con una planificación formal

##### **15.1. Información adicional**

Se participa, de forma activa y comprometida, en diferentes iniciativas sociales y medioambientales (Foro ResponsabilizaRSE, Club Opinión La Sabina, Fundación Ecología y Desarrollo) alineadas con los principios y valores de la iniciativa.

### **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

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

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan

##### **16.1. Información adicional**

Existe una planificación para esta comunicación a través de la página web y de las redes sociales, además de a través de los propios canales de los clientes financiadores.

## **MEDIOAMBIENTAL**

### **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?**

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental

#### **17.1. Información adicional.**

Existe una planificación en gestión medioambiental transversal basada en los valores esenciales de la iniciativa, entre los que se encuentran la salud en sentido amplio, la vida rural respetuosa con el medioambiente, la gestión ecológica de procesos.

Más en concreto, una de las líneas de trabajo de la organización va directamente vinculada con la certificación ecológica de productos agrícolas.

### **Plan de gestión ambiental y comunicación**

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

Existen medidas de reducción de costes de energía y otros materiales planificado y con metodología específica

#### **18.1. Información adicional**

Se aplican medidas de ahorro en luz (uso de luz natural e iluminación led), sistemas de frío/calor (procedimientos naturales, racionalización en la regulación de temperatura), materiales (compra de reciclados, reutilización de materiales, reducción) y transporte (uso de medios mecánicos, medios comunitarios y/o medios poco contaminantes).

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

Sí, si bien exclusivamente a grupos de interés implicados en el cambio

#### **19.1. Información adicional**

Queda pendiente la comunicación a todos los grupos de interés, incluida la sociedad en general a través de los medios de la organización (web, redes, correos, materiales)

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **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 - Gestionar con ejemplaridad
- 2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 3 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 4 - Ser un negocio rentable y sostenible en el tiempo
- 5 - Ofrecer productos y servicios de calidad

- 6 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 7 - Disponer de presupuesto
- 8 - Capacitación y desarrollo profesional
- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 10 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos

### 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

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

**22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Implicación social desde un enfoque integral comprometido.  
Alianzas establecidas.

**23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?**

Difundir los valores que rigen la organización.  
Realizar una mayor comunicación a los diferentes grupos de interés.

### Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, conozco la Agenda 2030 y tengo un compromiso público con la consecución de los ODS.

**En caso afirmativo, ¿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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.