

RSA - AUTONOMOS

Empresa evaluada

MUEBLES A MEDIDA LAJUSTICIA

CIF:72991027K

C/San Adraán de Sasabe nº:64, 5ºD

50002 - Zaragoza

Zaragoza

01 DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Muebles a medida Lajusticia

02 - Dirección - CP - POBLACION

C/ San Adrian de Sasabe 64, 5ºD - 50002 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Diseño, fabricación y montaje de muebles a medida para viviendas e instalaciones comerciales.

04 - Año comienzo actividad.

2016

05 - Persona de contacto

David Lajusticia García

06 - e-mail contacto:

info@muebleslajusticia.com

07.- Página web

www.muebleslajusticia.com

1 GENERAL

1.a Tendencias Globales

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

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

Se 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.

Se tienen unos perfiles abiertos en las principales redes sociales para acercarnos a los consumidores y establecer unas vías de comunicación rápidas y cercanas.

Se mantiene una comunicación ágil con los proveedores y colaboradores.

Colaboramos con entidades sociales que imparten cursos de certificados de profesionalidad a personas en riesgo de exclusión social, para que realicen prácticas con nosotros las prácticas de los cursos.

Existe una formación continua, tanto en temas relacionados con la labor profesional como de temas generales.

Puntuación sección 75,00 %

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

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

Se diferencian sin existir metodología sólo en caso de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

2.1.- Información adicional.

Existen unas acciones que son más ágiles y fáciles de implantar que son las que establecemos en el corto plazo.

Otras que requiere establecer colaboraciones con otras empresas o entidades, son más a medio/largo plazo.

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

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

3.1. Información adicional.

Puntualmente, se colabora económicamente con ONG's y asociaciones sin animo de lucro que trabajan por mejorar la situación de personas en riesgo de exclusión social, aunque no existe un presupuesto específico para ello.

Puntuación sección 37,50 %

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

4 - Tiene identificados en su negocio los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros..

Tenemos identificados los grupos de interés y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

4.1. Comentarios

Tenemos identificados y segmentados los grupos de interés de nuestra empresa, y adaptamos tanto los canales de comunicación como la comunicación en si, dependiendo de quien sea.

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 opinion de los grupos de interés

5.1. Comentarios

Se mantienen reuniones periódicas con los distintos grupos de interés, para conocer sus necesidades y expectativas, para dar una mejor respuesta a ellas.

Puntuación sección 75,00 %

1.d Gobierno

6 - ¿Sigue 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

Existe un código de conducta, basado en ofrecer nuestros productos con la máxima transparencia a nuestros clientes, ofreciéndoles las soluciones más beneficiosa para ellos y sus necesidades.

También respecto al servicio post-venta atendemos el aviso en el menor tiempo posible sin ocasionando las mínimas molestias al cliente.

Ante nuevos escenarios establecemos nuevas pautas de actuación, para resolverlos de la forma más ética y responsable posible.

Puntuación sección 100,00 %

1.e Plan de Responsabilidad Social

7 - 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

7.1. - Comentarios

Hemos tomado conciencia de todo lo que hacemos, y lo que podemos hacer para mejorar nuestro entorno social, mediante la adhesión al programa de RSA de Aragón empresa.

Estamos atentos a nuevas prácticas que podamos implementar para mejorar nuestra política de Responsabilidad Social

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

8.1. - Comentarios

Nuestros objetivos pasan por el ahorro energético, minimizar el impacto ambiental mediante el reciclaje de los residuos y en contribuir a mejorar la economía de nuestra comunidad consumiendo en la medida de lo posible a proveedores de cercanía.

Puntuación sección 175,00 %

2 CLIENTES

2.a Satisfacción de Clientes.

9 - ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

Sí, se conoce la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

9.1. - Comentarios.

Al finalizar la obra, se mantiene una reunión con los clientes, para valorar su grado de satisfacción y conocer sus sugerencias a cerca de nuestro trabajo.

Puntuación sección 75,00 %

2.b Calidad del servicio y Transparencia informativa.

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

Disponemos de un proceso normalizado que engloba la comercialización eficiente y el asesoramiento transparente de forma que se traslade la información de forma clara y precisa.

10.1. - Información adicional

Somos fabricantes, y por tanto conocemos perfectamente la construcción de cada uno de nuestros productos, es por ello que durante la fase de diseño asesoramos al cliente cuales son las opciones mas viables, comentando todas sus características (a favor y en contra) para que el cliente pueda valorar, con toda la información sobre la mesa, cual es la opción que quiere desarrollar.

Se presenta memorias técnicas antes de ejecutar los proyectos para que el cliente pueda conocer tanto los productos como el proceso y para que el cliente conozca todos los detalles de su proyecto antes de la ejecución y puede comparar esta memoria con el resultado final, viendo que el proyecto se ha llevado a cabo conforme a lo acordado.

Si hubiera que realizar alguna modificación, estas, son siempre acordadas con el cliente.

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información de las características del producto o servicio.

11.1.- Información adicional

Somos fabricantes, y por tanto conocemos perfectamente la construcción de cada uno de nuestros productos, es por ello que durante la fase de diseño asesoramos al cliente cuales son las opciones mas viables, comentando todas sus características (a favor y en contra)

para que el cliente pueda valorar, con toda la información sobre la mesa, cual es la opción que quiere desarrollar.

Se presenta memorias técnicas antes de ejecutar los proyectos para que el cliente pueda conocer tanto los productos como el proceso y para que el cliente conozca todos los detalles de su proyecto antes de la ejecución y puede comparar esta memoria con el resultado final, viendo que el proyecto se ha llevado a cabo conforme a lo acordado.

Si hubiera que realizar alguna modificación, estas, son siempre acordadas con el cliente.

Puntuación sección 87,50 %

3 PERSONAS EMPLEADAS

3.a Seguridad y salud.

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos y se gestiona de forma autónoma las obligaciones en prevención de riesgos

12.1.- Información adicional

Aplicamos el método de la autogestión en cuestión de riesgos laborales, tras haber identificado los riesgos y haber realizado distintos cursos formativos al respecto durante nuestro etapa como trabajador por cuenta ajena.

Puntuación sección 25,00 %

4 PROVEEDORES

4.a Compras responsables

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

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

13.1.- Información adicional

La compra de materiales es siempre a través de distribuidores locales para favorecer el crecimiento de la economía local, que distribuyan productos que tengan el sello PFC y procedan de zonas de tala controlada.

Puntuación sección 75,00 %

4.b Clasificación y evaluación de proveedores

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

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

Puntuación sección 75,00 %

5 SOCIAL

5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

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

15.1. Información adicional

Colaboramos con entidades que forman a personas en riesgo de exclusión social en distintos oficios, para que realicen practicas de los cursos de carpinteria en nuestras instalaciones, No podemos tener una planificación ya que la realización de estas practicas depende de que los alumnos superen unos determinados conocimientos teóricos, y no se puede hacer una previsión de cuántos alumnos las van a superar ni cuando.

Puntuación sección 50,00 %

5.b Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

16.1. Información adicional

De manera habitual,, publicamos en nuestras redes sociales, también de los eventos sociales en que participamos o las iniciativas que estamos llevando a cabo.
Hemos desarrollado un blog en el que periódicamente publicamos entradas donde transmitimos nuestra visión y nuestros valores de empresa.
Mediante distintas herramientas informáticas, medimos el impacto de estas publicaciones entre nuestros seguidores.

Puntuación sección 100,00 %

6 MEDIOAMBIENTAL

6.a Identificación de actividades de gestión ambiental

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

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental

17.1. Información adicional.

Se gestionan los residuos, llevándolos a centros de reciclaje o reutilización, en la manera de lo posible.

Se están sustituyendo las antiguas luminarias, por iluminación led en distintos puntos del taller, para reducir los costes por consumo de energía eléctrica.
La calefacción se pone en las primeras horas y se apaga cuando el taller esta caliente.
El techo y las puertas se han aislado térmicamente para que este calor se mantenga.

Puntuación sección 75,00 %

6.b Plan de gestión ambiental y comunicación

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

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

18.1. Información adicional

Se gestionan los residuos, llevándolos a centros de reciclaje o reutilización, en la manera de lo posible.

Se están sustituyendo las antiguas luminarias, por iluminación led en distintos puntos del taller, para reducir los costes por consumo de energía eléctrica.

La calefacción se pone en las primeras horas y se apaga cuando el taller esta caliente.

El techo y las puertas se han aislado térmicamente para que este calor se mantenga.

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

No solemos comunicar los cambios que se producen, ni los planes de acción que llevamos a cabo en materia ambiental salvo a los grupos de interés implicados y que colaboran con nosotros en estos planes de acción,

Esta previsto con los nuevos cambios dar una mayor importancia la comunicación de nuestras iniciativas en materia de responsabilidad social a través de nuestras redes sociales.

Puntuación sección 50,00 %

7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

7.a Priorización de temas

20 - Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

- 1 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
- 2 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 3 - Ser un negocio rentable y sostenible en el tiempo
- 4 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 5 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes

- 6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 7 - Gestionar con ejemplaridad
- 8 - Capacitación y desarrollo profesional
- 9 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
- 10 - Disponer de presupuesto

7.b Valoración Global

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

7

7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La comunicación clara y transparente con los clientes

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

La gestión de residuos.

Puntuación encuesta 73,61 %