

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

SUSANA RAMÍREZ GÓMEZ - MAMIDIOMAS

CIF:729*****

50009 - Zaragoza

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Mamidiomas

03 - Sector. Actividad

Enseñanza de idiomas, traducciones y asesoría de viajes

04 - Año comienzo actividad.

2017

05 - Persona de contacto

Susana Ramírez Gómez

07.- Página web

www.mamidiomas.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)**

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1. Información adicional.

Considero que mi empresa se ve afectada por temas globales, opino que afecta de un modo u otro a todas las empresas y personas físicas cómo tal. La política, economía, el medioambiente, los factores sociales, los cambios tecnológicos, los aspectos sociales nos

afectan a todos, queramos o no. Hablando siempre en términos generales, si mejora o empeora la economía se puede ver reflejado en nuestras ventas, en nuestra intención por crear empleo, sobre todo, dependiendo del sector. Si las tendencias tecnológicas cambian, nosotros nos tenemos que adaptar a ellas e innovar para ofrecer lo que la gente consume y lo que le gusta. Los cambios políticos y sus decisiones, la degradación del medio ambiente. Los cambios sociales en aspectos tan importantes como la sanidad, educación, son todo aspectos que nos afectan a corto, medio y largo plazo, nos conciernen a todos y deberíamos estar comprometidos para mejorarlos.

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

2 - 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

2.1.- Información adicional.

Desde luego, además, trabajando también con niños, es fundamental inculcarles estos hábitos desde bien pequeños. Cada uno de nosotros podemos hacer un pequeño gesto y les hacemos ver ejemplos de cómo nosotros, cómo empresa y cómo personas, realizamos acciones que ayudan a cuidar el medio ambiente.

Por otro lado, al trabajar con empresas, intentamos mentalizarles de la gran labor que ellos pueden realizar en materia medioambiental. Muchas de las empresas que nos contratan, ya practican medidas medioambientales a gran escala.

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

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

3.1. Información adicional.

Se destina una parte, según las actividades a realizar en los diferentes servicios que ofrecemos.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

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

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

4.1. Comentarios

Sí, y seguimos trabajando en conocer posibles nuevos grupos de interés. Una vez establecido un contacto, seguimos en contacto para cualquier posible colaboración.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de

interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

5.1. Comentarios

Tenemos muy en cuenta las necesidades de nuestros stakeholders, de un modo u otro, son la base de lo que ofrecemos e intentamos ayudarles a solucionar sus exigencias.

Gobierno

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

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

6.1. Comentarios

Seguimos un código de conducta ético, apoyando e inculcando los valores humanos en todas nuestras actividades, desde las clases de idiomas, a la traducción o a la asesoría de viajes. En todos los sectores es importantísimo dar un gran peso y mentalizar sobre el respeto, la tolerancia, la justicia, la honestidad, la amistad, entre otros.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estoy inmerso en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social

7.1. - Comentarios

Entre otras, podemos nombrar nuestra acción social en favor de una conciliación real entre vida laboral y familiar, apoyo a las mujeres que son la base primordial de los cuidadores de pequeños y mayores en nuestra sociedad y en muchas otras, aún con muchas peores condiciones, cuidamos la relación con nuestros colaboradores o clientes, hacemos que nuestro entorno laboral sea justo, reutilizamos productos y materiales, cuidamos nuestra huella medioambiental y realizamos prácticas para ayudar a la sostenibilidad y para tener una sociedad más igualitaria y justa.

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales,

8.1. - Comentarios

Seguimos nuestros planes y conseguimos objetivos en cada una de nuestras áreas de negocio, algunas de ellas nombradas en el apartado anterior. Aunque sea a pequeña escala, pero todos unidos tenemos un impacto muy importante y debemos hacer nuestra labor para, también, concienciar a las personas de nuestro alrededor, cada uno en la medida que podamos.

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.

Para nosotros es la base de nuestra labor, la satisfacción de nuestros clientes. A parte de mantener un contacto cercano con nuestros clientes e incentivar siempre la comunicación, sus opiniones, su feedback, etc.. tenemos un formulario de satisfacción que rellenan al terminar el servicio que han contratado con nosotros.

Cuando ellos están contentos con nuestro trabajo, quiere decir que lo estamos haciendo bien. A partir de ahí, seguimos cada día innovando para seguir cumpliendo sus expectativas.

Calidad del servicio y Transparencia informativa.

10 - ¿Cómo realiza en su negocio la producción del producto o la prestación del servicio?

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analiza sistemáticamente de estos aspectos en la gestión.

10.1. - Información adicional

Desde siempre hemos tenido en cuenta factores medioambientales. Conforme pasan los años, vamos incorporando nuevas medidas en materia de medioambiente que se pueden incorporar a nuestros servicios o a los nuevos que vamos ofertando.

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

Siempre, sin duda. Creemos que la transparencia es la base para crear una relación sana, estable y duradera entre empresa y cliente.

PERSONAS EMPLEADAS

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

Nuestra empresa no tiene grandes riesgos en cuanto a este tema, lo gestionamos personalmente. Por nombrar los puntos más significativos, cuidamos la integridad de los niños y niñas en nuestras clases para los más pequeños, y cuidamos la seguridad de

nuestros clientes en nuestra asesoría de viajes cuando organizamos un viaje a ciertos países.

PROVEEDORES

Compras responsables

13 - ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

13.1.- Información adicional

Se promueven y se tienen en cuenta los criterios medioambientales y sociales establecidos para la compra de productos y servicios. Trabajamos y colaboramos con empresas, asociaciones y otros autónomos que siguen una línea parecida a la nuestra, respetando todo lo posible unos criterios convenientes para la sociedad en general.

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?

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

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 los valores con una planificación formal

15.1. Información adicional

Organizamos acciones, colaboramos y participamos en proyectos relacionados con nuestros sectores. Por ejemplo: enseñanza, idiomas, familia, niños, mujer, maternidad, viajes, otras culturas, traducciones o emprendimiento. Evaluamos las acciones con el objetivo de medir el impacto y tenerlo en cuenta para tomar las medidas necesarias para la siguiente acción.

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

Seguimos un plan de comunicación de nuestras actividades, colaboraciones, acciones y proyectos de cada una de nuestras líneas de negocio. Para ello, utilizamos redes sociales, blog, e-mails, entre otros. Valoramos y analizamos el impacto y repercusión en cada uno de los canales en los que trabajamos con el fin de mejorar, entender mejor las necesidades del público objetivo, conocer las exigencias de nuestros colaboradores, fomentar las buenas prácticas ante la audiencia en general.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

17.1. Información adicional.

En el desarrollo de nuestras áreas de negocio no existe un gran impacto ambiental, pero las acciones que podemos hacer para minimizar ese pequeño efecto negativo, las realizamos en cada una de nuestras actividades.

Economía circular y comunicación

18 - ¿Conoce y aplica en su negocio los principios de economía circular?

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

18.1. Información adicional

Somos conscientes de la importancia de aplicar los principios de la economía circular según las posibilidades y características de cada empresa. En nuestros servicios, seguimos un modelo de consumo con el que compartimos, reutilizamos y reciclamos materiales. Además, durante los cursos, incluimos actividades para concienciar a los alumnos, sobre todo a los más jóvenes, sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, las consecuencias de no hacerlo y un sinfín de otros temas relacionados.

En los diferentes idiomas que enseñamos, vemos vídeos, charlas y conferencias, leemos libros, artículos de periódicos y revistas especializadas, sobre el cambio climático, el proceso del reciclaje, la importancia de cuidar la naturaleza, el mar, los bosques, la concienciación sobre reducir residuos utilizando lo menos posible materiales como plástico, pilas, aerosoles u otros que degradan el medio ambiente, no dejar correr el agua del grifo y tantos pequeños detalles que realizamos cada día.

19 - 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.

19.1. Información adicional

Comunico a todos los estudiantes, colaboradores, compañeros y público en general, nuestras acciones a través de diferentes canales como redes sociales, web, blog, whatsapp? y realizo una evaluación periódicamente para conocer los resultados y realizar cambios cuando es necesario.

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

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?

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El punto fuerte de nuestra principal línea de negocio, los Cursos de Idiomas, es el apoyo a una conciliación real entre la vida personal, familiar y profesional. Ofreciendo la máxima flexibilidad, ayudo a las familias a llevar una vida más equilibrada durante su proceso de aprendizaje de idiomas facilitando soluciones según las necesidades de cada uno de nuestros estudiantes de todas las edades. No es una academia de idiomas al uso, sino una profesora, mentora, coach con total empatía hacia sus estudiantes que entiende las problemáticas e imprevistos que pueden surgir en las circunstancias de cada familia y, por tanto, ayudo a que el aprendizaje no sea un peso, sino un momento de ocio.

A día de hoy, saber idiomas es fundamental para el desarrollo personal y laboral, pero sabemos que la sociedad no lo pone fácil. Nuestra razón de ser es que las mujeres,

principalmente, puesto que en la sociedad somos nosotras en la inmensa mayoría quienes nos hacemos cargo del cuidado de nuestros hijos y mayores, tengamos la posibilidad de seguir desarrollando nuestras aptitudes después de haber tenido hijos, sin tener que renunciar a una de las dos facetas; crecimiento profesional, seguir trabajando por nuestras metas laborales; o maternidad, una maternidad serena, con tiempo de calidad con nuestros hijos.

Creemos en la igualdad y luchamos por ella, por tanto, exactamente del mismo modo, son bienvenidos los padres y cualquier adulto, todas nuestras actividades están abiertas a todos los miembros de la familia. Además, también trabajamos con empresas y otras organizaciones que abogan por una mejora del nivel de idiomas de sus empleados e incluyen los cursos de idiomas en sus planes de carrera.

A través de nuestros Viajes de Autor, abogamos por la vivencia de experiencias únicas en familia, algo que abre la mente de los niños y niñas, sobre todo, pero también de mayores, a nuevas culturas, lo que lleva de la mano a su vez, la educación basada en el respeto, en la tolerancia a lo diferente, el cuidado del medio ambiente, entre otros valores muy importantes.

Con nuestra tercera línea de negocio, el Servicio de Traducción, nuestro punto más importante es la expresión de las emociones y sentimientos que el autor quiere transmitir en cada palabra, frase o expresión. Para mí no son sólo textos que traducir de un idioma a otro, la traducción va mucho más allá. Detrás de cada escrito que traduzco, ya sea comercial, folletos turísticos, cuentos infantiles, páginas web, entre otros, hay sensaciones que el autor desea trasladar al lector en su llamado texto origen, y ese concepto intangible se debe reflejar en el texto de salida, es decir en el texto traducido, para llegar a lo más profundo del lector.

Estos y otros puntos ayudan al bienestar de la familia como grupo y de manera individual a cada uno de sus componentes.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

A diario estamos en constante formación ya que siempre se pueden ampliar conocimientos. En cuanto a la Enseñanza de idiomas, por ejemplo, se pueden aplicar nuevas metodologías de enseñanza, integrar nuevas herramientas tecnológicas que faciliten el aprendizaje de idiomas, dar aún más soporte a nuestros estudiantes cuando así lo requieran, escuchamos a padres de alumnos, comentarios de estudiantes adultos, evaluación de empresas clientes para mejorar nuestros servicios.

En el servicio de Traducción, estamos en constante contacto con nuestros clientes y trabajamos mano a mano con ellos para que el resultado sea completamente satisfactorio. Y en la Asesoría de viajes, trabajamos en cada viaje para que nuestros clientes también estén mentalizados sobre la importancia de un turismo sostenible, el uso de la tecnología aplicada en el sector, intentamos ofrecer servicios completamente personalizados (viajes de autor) para que cada experiencia sea única e irreplicable, intentamos incrementar la colaboración y alianzas con otras empresas del sector para facilitar aún más una experiencia global a nuestros viajeros, ofrecemos charlas o coaching para empoderar a los viajeros y ampliar el conocimiento de otras culturas.

Estos son algunos de los ejemplos, desde luego, siempre hay que estar dispuesto a aprender y mejorar.

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 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.