

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

**ESCUELA DE VIDA - MAXIMILIANO RAUL
GONZÁLEZ TRISTÁN**
CIF:29099076M
C/ Coso, 98-100 Planta 5 Puerta 1b
50001 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Raúl Tristán
Escuela de Vida 'GAIA.
Centro para la Salud Mental y el Bienestar Emocional.

02 - Dirección - CP - POBLACION

C/ Coso, 98-100 Planta 5 Puerta 1B
50001 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

- 1.- Salud Mental y Bienestar Emocional
 - Psicoterapia. Terapia Individual, Pareja, Familiar y Grupal.
 - Grupos Terapéuticos.
 - Orientación Vocacional y Laboral.
 - Orientación para estudiantes y opositores.
 - Life Coaching. Executive & Management Coaching.
 - Couching y Mentoring de Emprendedores.

- 2.- Formación:
 - Charlas, talleres, seminarios, cursos...

- 3.- Selección de Personal.

04 - Año comienzo actividad.

2019

05 - Persona de contacto

Raúl G. Tristán

06 - e-mail contacto:

raultristan@raultristan.com
raulgtristan@gmail.com
info@escuelagaia.es

07.- Página web

<https://www.raultristan.com/>

<https://escuelagaia.es/>

GENERAL

Tendencias Globales

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

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

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

1.1. Información adicional.

La persona es nuestro foco de interés desde una concepción que aúna el pensamiento humanista y el científico. Desde esta forma de ver al ser humano, éste no puede ser entendido como si fuera un ser aislado, sin considerar su entorno. Resulta imprescindible comprender la naturaleza humana en el seno de un espacio geográfico, de una Cultura, de una Sociedad, de una Era... lo que conlleva contemplar los avances y retrocesos que en factores relevantes de dicho entorno se producen de forma constante, para contribuir, desde nuestra posición de ayuda y acompañamiento en la construcción de la persona, adaptada a su entorno, contribuimos también a la construcción de la sociedad que le sirve de continente. Necesitamos estar al tanto de cómo evoluciona nuestro entorno en cuanto a tecnologías (para, por ejemplo, hacer uso de herramientas empleadas en Terapia Online; o la Realidad Virtual aplicada al tratamiento de la fobias, la ansiedad, el mindfulness, los TOC,s, los TCA,s, los avances en neurociencia, etc.); también de la evolución de la sociedad en sus usos y costumbres para adoptar una Ética y unos Valores acordes a conceptos no sólo legalistas, sino también morales, de equidad, de libertad, de respeto (violencia de género; igualdad; respeto de la diversidad de orientaciones sexuales; lucha contra el maltrato, el abuso, la trata, el bullying; el fomento de la conciliación familiar; y la preocupación por la calidad en la educación y formación...) y además promover de forma manifiesta dicha Ética y Valores sirviendo de altavoz. Así mismo, la implicación social es indisoluble de la económica, por lo que la construcción de una sana estructura de la persona (y con ella la edificación del bienestar social), pasa por lograr la justicia económica y la igualdad de oportunidades laborales (de ahí nuestro interés en una orientación vocacional y laboral que dirigida hacia el interés genuino del ser humano que se nos presenta lleno de dudas, y no de los intereses del capitalismo de Estado o mercantilista) y

en el acceso a servicios básicos como el de la Salud Mental (de ahí nuestra contribución en la formación de profesionales que se nutran de nuestros mismos valores, o la instauración de programas de apoyo a determinados colectivos que tienen dicho acceso más restringido o dificultoso). No podemos olvidar de ningún modo el aspecto medioambiental, el respeto necesario a nuestro planeta, presente tanto en nuestro logo (una espiral de madreSelva, que simboliza el crecimiento humano en conjunción con la Naturaleza), como en nuestros colores (el verde de bosques y selvas) e incluso en la denominación: 'GAIA' (recordándonos constantemente la reveladora hipótesis Gaia de Lovelock y Margulis) y que va más allá del interés en nuestra supervivencia como individuos o como especie: el ser humano necesita de la naturaleza para poder seguir siendo humano, y no un ente desprovisto de su esencia.

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?

No hay una planificación formal

2.1.- Información adicional.

Los aspectos sociales y medioambientales forman parte de la Ética, Principios y Valores de nuestro Centro, cuyos profesionales se incorporan al mismo bajo la premisa de su compromiso con los mismos.

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.

En función de los diferentes proyectos que se van implementando como consecuencia del cumplimiento de los planes establecidos, se dota a aquellos del presupuesto necesario para su ejecución, en base a los beneficios obtenidos y a los previstos.

Ejemplos de ello podrían ser entre otras:

- La conversión en Centro Sanitario requirió de una fuerte inversión en medios materiales y humanos, el traslado a un nuevo emplazamiento y la realización de obras de adaptación a las exigencias legales y a nuestros propios Valores (no resulta válido cualquier espacio, sino que debe reunir ciertas condiciones ergonomía, medioambientales, como luminosidad, ventilación disponer de espacios de asueto y al aire libre, etc que aseguren la comodidad, seguridad, confianza, relajación... de todos los usuarios del Centro.)
- La colaboración con un centro universitario requiere ciertas condiciones que implican una inversión en medios materiales y humanos, para asegurar la adecuada formación de los prácticum.
- El contemplar la Salud Mental y el Bienestar Emocional como derechos de la persona, nos impulsa a estar abiertos a la colaboración con instituciones, medios, organismos,

asociaciones o fundaciones, sin finalidad de lucro o siendo mínima en ocasiones, lo que conlleva contemplar el gasto posible a asumir en las mismas.

Este apartado se hace también patente en el establecimiento de una cuota mínima de sesiones anuales destinadas a personas con características socioeconómicas complejas (estudiantes, parados o bajos recursos...) a los que se les facilita atención como Cuota Social, a precios reducidos.

- La obtención del sello RSA implica la planificación de los trabajos previos necesarios, incluyendo la detracción de horas de citación de consultas y de personal, para su dedicación al proyecto, y con la consiguiente reducción de ingresos, cambiando los beneficios económicos por la inversión en un intangible o inmaterial.

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.

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

4.1. Comentarios

Somos proactivos en el diálogo con nuestros grupos de interés. Estamos abiertos a la comunicación bidireccional con:

- Pacientes de Psicoterapia y sus familias.
- Personal colaborador.
- Alumnos de talleres, seminarios, cursos, etc. propios.
- Universidades y otros Centros de Formación y su alumnado.
- Administraciones e Instituciones públicas.
- Medios de Comunicación.
- Entidades asociativas y sin ánimo de lucro.
- Profesionales del sector o afines, con los que no se establece relación de competencia sino de colaboración.
- Proveedores de servicios, equipamiento y material.
- Otros.

Todo ello por diferentes canales: trato presencial en reuniones de trabajo, telefónico, mail, correo, RRSS, formularios página web, intermediarios, etc.

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

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

5.1. Comentarios

Las vías de comunicación se encuentran abiertas permanentemente a través de los canales anteriormente indicados, manteniéndose comunicación oficial fluida y/o reuniones de coordinación con universidades, entidades, administraciones...

De modo más informal, pero no por ello menos relevante, los pacientes, clientes, alumnos y sus familiares disponen de la posibilidad al término de cada sesión o en cualquier momento, dar su parecer sobre las intervenciones o el servicio prestado, expresar necesidades, realizar propuestas de mejora... Atendiéndose tanto las quejas, sugerencias presenciales, como las llevadas a cabo online mediante el formulario de contacto de la página web, en la dirección de correo electrónico, en el número de WhastApp, en las opiniones de Google, o incluso en el Buzón de Sugerencias sito en el Centro, mediante el formulario expresamente preparado al efecto.

Las quejas o reclamaciones pueden resolverse, bien directamente en el Centro; bien a través de los servicios que el interesado disponga (Arbitraje, Colegio, Tribunales...).

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

Nuestro Centro atiende a las indicaciones de, entre otros:

- El Código Deontológico de la Psicología
<https://www.coppa.es/gestor/uploads/pagina/20161229110599/Codigo-Deontologico.pdf>

- El Código Ético para la Terapia Gestalt.
<https://aetg.es/sites/default/files/2022-03/codigo-etico-para-terapia-gestalt-edicion-revisada-enero-2022.pdf>

- La Ética y Valores del Humanismo.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estoy actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

7.1. - Comentarios

Con el cambio de sede, instalaciones y estatus legal del Centro como establecimiento sanitario, se están abordando las primeras acciones en RSA con el fin de establecer un Plan de Acciones para el próximo año, con establecimiento de objetivos e indicadores.

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

No existe Plan de RS, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

8.1. - Comentarios

Esta pregunta 8 no debe ser respondida por haber respondido en la 7 a uno de los tres

primeros apartados, debiendo pasarse directamente a la 9.

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.

En el Centro se dispone de un Buzón para Quejas y Sugerencias con un formulario que pueden cumplimentar de forma totalmente anónima, o no, en caso de que den su consentimiento para ser contactados al respecto y recabar la información ampliatoria necesaria o no.

Así mismo, en el momento de serles remitido el Contrato Terapéutico, una vez firmado por el profesional (en un plazo de tiempo no inferior al mes y no superior a tres meses), se les solicita la valoración pública que deseen llevar a cabo de los servicios prestados, en las reseñas de Google del Centro, de modo que todo posible interesado disponga no sólo de la información aportada sobre los servicios por el profesional, sino también por parte de los clientes, pacientes, familiares, etc. (<https://www.google.es/maps/place/Psic%C3%B3logo+Ra%C3%BAI+Trist%C3%A1n:+Experto+en+Terapia+de+Pareja.+Terapia+Individual+y+Familiar./@41.6477295,-0.8770484,15z/data=!4m7!3m6!1s0x0:0xdc7a98f8fd2155f6!8m2!3d41.6508116!4d-0.8772084!9m1!1b1?hl=es>).

Calidad del servicio y Transparencia informativa.

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

10.1. - Información adicional

Los productos y servicios que ofertamos a nuestros pacientes y clientes, si no son directamente producidos o servidos por nosotros, son seleccionados en función de que las empresas suministradoras de los mismos cumplan con estándares auditados de criterios sociales y medioambientales. Si son producidos o servidos directamente por nosotros, nos aseguramos así mismo de que cumplan los mismos criterios sociales y medioambientales que exigimos a nuestros suministradores.

11 - ¿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

11.1.- Información adicional

Previamente a cualquier tipo de prestación de servicio, cuando el cliente/paciente, o sus familiares, entran en contacto con nosotros, se le informa por el WhastApp, mail o teléfono sobre los servicios ofertados, características, precios, etc.

Gran parte de esta información se encuentra también disponible en redes sociales, página web, etc.

Así mismo, al inicio de la sesión, se informa nuevamente, de forma previa a la firma del documento Contrato Terapéutico.

PERSONAS EMPLEADAS

Seguridad y salud.

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

Se ha realizado un informe de evaluación de riesgos

12.1.- Información adicional

La autorización del Centro como Centro Sanitario por el Gobierno de Aragón, ha conllevado la realización de una evaluación por parte de un Arquitecto, y de los resultados de la misma se establecieron las obras a implementar en las instalaciones, de forma que se obtuvo el correspondiente Certificado de Instalaciones y Seguridad.

Dado que se trata de una Consulta de Psicología, los riesgos posibles son los indicados en dicho certificado, y resueltos de forma previa a la autorización sanitaria (ventilación, climatización, incendio, limpieza e higiene), existiendo además protocolos de Desinfección y Limpieza; Desinsectación - Desratización; y Ventilación.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

13.1.- Información adicional

Se cuenta con un documento (CRITERIOS DE COMPRA RESPONSABLE v.2023) de guía, orientación y obligado cumplimiento para la realización de compras responsables: adquisición de material informático, material de oficina, abastecimientos y proveedores de servicios...

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 contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la 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 los valores sin planificación específica

15.1. Información adicional

A lo largo del próximo año 2023 esperamos alcanzar acuerdos y colaboraciones con asociaciones que puedan verse beneficiadas de nuestros servicios y con las que podamos establecer lazos que comporten un beneficio para la sociedad aragonesa en su conjunto.

A lo largo del presente, implementaremos talleres (que denominamos 'Círculos') para facilitar el desarrollo personal, el bienestar emocional y la salud mental, tanto en grupos específicos (Círculo de Hombres, Círculo de Mujeres, Círculo de Adolescentes, Círculo de Duelo, etc.), como genéricos (Círculo de Mindfulness, Círculo de Crecimiento Personal...).

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

16.1. Información adicional

Se lleva a cabo la comunicación de todos nuestros proyectos y colaboraciones en la web corporativa y redes sociales.

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.

Se establecen varias vías de actuación:

- Se promueve la reducción del consumo de agua en el aseo.
- Se promueve la reducción de la huella de carbono con el establecimiento de la temperatura de aire acondicionado/calefacción a los grados establecidos por las autoridades, y priorizando la ventilación natural.

- Se promueve la recogida y tratamiento selectivo de los escasos residuos generados: papel/cartón, envases y plásticos.
- Se promueve el bajo consumo eléctrico.
- Se emplean plantas naturales como ornamento, oxigenación, etc.
- Marca, Logo, colores corporativos, todo ello se relaciona con el cuidado por el medioambiente.

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

Por ejemplo:

Se ha contratado el servicio de suministro eléctrico con Pepenergy que suministra energía 100% verde: <https://www.pepeenergy.com/energia-renovable>

El suministro de agua y café para el Centro, con Aquaservice implica una serie de aspectos fundamentales en cuanto a la sostenibilidad; <https://www.aquaservice.com/sostenibilidad-medio-ambiente> que conlleva el reciclaje de cápsulas de café, botellines de agua y garrafas de agua, el uso de plásticos reciclados, etc.

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 comunican, pero no de manera sistemática u organizada

19.1. Información adicional

- Marca, Logo, colores corporativos, todo ello se relaciona con el cuidado por el medioambiente.
- Nuestra web <https://escuelagaia.es/> indica el compromiso con los ODS (entre ellos el Medioambiental).
- Se dispone de información del compromiso medioambiental en la zona de espera.

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

- 7 - Capacitación y desarrollo profesional
- 8 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 9 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
- 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?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Desde el nacimiento del Centro, el compromiso con los ODS, con la Sociedad, con el Medioambiente, han marcado de manera clara la dirección a seguir, sirviendo de guía, de brújula, y determinando un compromiso ético y de valores.

Un punto fuerte sea quizás ese compromiso, afianzado por la autenticidad y naturalidad con la que se comparten los objetivos, desde el mismo momento de su concepción como Centro para la Salud Mental y el Bienestar Emocional.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Nuestra área de mejora es precisamente la que tenemos el firme compromiso de comenzar a establecer a lo largo del presente año, para que se encuentre totalmente establecida en el próximo: las alianzas y colaboraciones con asociaciones y fundaciones que precisen de un partner éticamente y profesionalmente irreprochable.

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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.