

RSA - PYMES

Empresa evaluada

FENOMATCH , S.L.

CIF:B99539520

C/San Juan y San Pedro nº: 7 Local 1

50001 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

FENOMATCH, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

C/SAN JUAN Y SAN PEDRO 7 LOCAL 1 50001 ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

DESARROLLO DE SERVICIOS DE TECNOLOGÍA EN FERTILIDAD HUMANA

04 - Año comienzo actividad.

2019

05 - Número de personas empleadas

6

06 - Persona contacto

David Pizarro

07 - E-mail contacto

david.pizarro@fenomatch.com

08.- Página web

<https://fenomatch.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

Fenomatch busca desde su constitución dejar una huella positiva en la sociedad desde los distintos ámbitos, de ese modo desde los objetivos empresariales y la cultura de empresa se emana la búsqueda de una aportación positiva social. Para ello creamos algoritmos y herramientas que puedan ayudar a familias y a clínicas de reproducción a dar un mejor servicio y generar felicidad dentro de relaciones cliente-empresa-familia saludables.

En la planificación anual de objetivos sociales identificamos las aportaciones con un análisis las debilidades y fortalezas internas y externas, creando reuniones específicas que plasmen estos objetivos.

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

Si

2.1. Información adicional

La aportación individual, aunque no sea una solución única y definitiva, es un paso dentro de una concienciación global y un bienestar social como objetivo común. Sin acciones y concienciación individual no se pueden empujar acciones de mayor calado con efectividad.

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

Para Fenomatch, S.L. el elemento económico es importante, pero no descuidamos aspectos importantes como el tema social, que nuestros empleados tengan toda la formación posible, se sientan integrados plenamente y se puedan desarrollar como personas. Asimismo, en el plano de personal contamos con protocolos estrictos anti acoso, así como de contratación de personas que les cuesta tener un primer empleo, como recién licenciados en diversos planos formativos, nos gusta dar esa primera oportunidad.

En cuanto al tema medioambiental, fomentamos la movilidad sostenible de nuestros trabajadores, tenemos un aparcamiento de bicicletas y de VMP vigilado dentro de nuestras instalaciones, así como primamos en nuestros desplazamientos a nivel nacional e internacional, el desplazamiento en transporte público, y si es posible de bajas emisiones como el tren por ejemplo.

4.- ¿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.

4.1. Información adicional

Se establecen objetivos anuales de apoyo a acciones de mejora, por ejemplo en 2020 hemos patrocinado encuentros de asociaciones de pacientes de fertilidad asistida.

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

Tenemos identificados y categorizados los stakeholders con los que interactuamos: proveedores, clínicas de fertilidad, bancos de gametos, colectivos de estudio de la reproducción humana, universidades, asociaciones de pacientes, etc...a cada uno se le da un trato individualizado buscan un beneficio común en la relación. Para ello utilizamos un CRM con diferentes vías de acción según la categoría.

6.- ¿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

6.1. Información adicional

Dependiendo del grupo de interés utilizamos herramientas tipo encuesta escrita, seguimiento telefónico o participación/organización de jornadas científicas que nos permiten tener un contacto cercano y obtener un feedback realista.

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 ha creado un documento dinámico dentro de la filosofía de empresa. Cuando alguien se incorpora a la empresa se le explica cuál es la manera de funcionar y la cultura 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

Tenemos creado un proyecto empresarial que se revisa y reafirma periódicamente. El

proyecto evoluciona con tecnologías ágiles y tiene vida propia.

Plan de Responsabilidad Social

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

9.1. Información adicional

Tenemos creado un proyecto que establece de forma dinámica las actuaciones en materia de responsabilidad social.

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

10.1. Información adicional

Estamos en fase de consolidación de indicadores en base a las herramientas utilizadas.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

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

11.1. Información adicional

Al ser clientes de contacto y formación continua, establecemos llamadas periódicas para establecer el grado de satisfacción y las necesidades adicionales que puedan requerir.

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 su implantación

12.1. Información adicional

Además de las llamadas de análisis periódicos, todos nuestros servicios tienen formularios digitales de propuestas de mejoras con seguimiento de aceptación y fechas de implantación.

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

Es una labor continua, la mejora e innovación en nuestros servicios redunda directamente no solo en nuestros clientes sino en nuestros leads y ventas.

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

Dentro de nuestra empresa, contamos con un proceso productivo estricto, contamos con la ISO 27001 y con la ISO 13485 lo que implica tener un proceso normalizado y estandarizado en nuestros procesos.

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

Nuestro servicio implica un contacto continuo con el cliente en la búsqueda de mejoras en sus procesos internos para dar una mejor calidad de servicio a los pacientes.

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

Con todos nuestros clientes firmamos contratos de adhesión al servicio que establecen de forma clara e inequívoca el servicio y sus limitaciones.

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

Se realizan reuniones periódicas para la evaluación personal y profesional y el sentimiento dentro de la empresa. Se implementan medidas para mejorar satisfacción de los empleados en el puesto de trabajo como la puesta a disposición de ellos de snacks y

bebidas de manera gratuita.

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.

En Fenomatch somos pocas personas, y las relaciones de trabajo tienen asignados unos roles independientes de género, origen racial, etc...cada persona contratada se hace con el beneplácito del equipo que es multicultural, con diversidad de género y orientación sexual.

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?

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Se facilita un horario flexible a los empleados. Posibilidad de teletrabajo en temporadas puntuales. Se contrata a personal y se ofrece posibilidad de medias jornadas sin que esto penalice el crecimiento en la empresa.

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

Cada persona es responsable de su puesto de trabajo y cuando considera que necesita formación en algún área la solicita. También puede darse que la empresa promueva acciones de formación para reforzar un aspecto específico empresarial.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

21.1. Información adicional.

El desarrollo de las personas en nuestra empresa es fundamental. Es importante la formación para el desempeño de su trabajo, pero también promovemos la formación generales de nuestros trabajadores. Además de hacer cursos relacionados con su trabajo, fomentamos la realización de cursos de elementos que les guste y que además pueda aportar valor a su trabajo de forma indirecta

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.

Al hacer trabajo de oficina, nuestros riesgos son relativamente bajos, no obstante, cumplimos todos los protocolos de seguridad laboral y bienestar de los empleados

PROVEEDORES

Compras responsables

23.- ¿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.

23.1. Información adicional.

Se prima la compra de elementos medioambientalmente amigables, así como la compra en centros de proximidad y de productos de la zona siempre que es posible

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

Como ya se ha comentado, se priman proveedores socialmente responsables y de cercanía en la compra de productos.

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 sin planificación específica

25.1. Información adicional.

Se ha colaborado con Red Infériles en la puesta en marcha del proyecto Mapa de la infertilidad.

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 planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Tienen que tener relación con nuestro stakeholders y una clara definición de beneficio social.

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 difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

27.1. Información adicional

Los propios empleados intervienen en la decisión de acciones y su implementación, ayudando a su difusión.

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

28.1. Información adicional

La comunicación se realiza conforme se van aplicando las acciones.

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

29.1. Información adicional.

Se analiza conjuntamente con el equipo las decisiones teniendo en cuenta siempre el impacto ambiental que conlleva, desde proveedores hasta prácticas y habitabilidad de la oficina. Se ha establecido un parking de bicicletas para facilitar la movilidad sostenible a los miembros de la empresa.

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?

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

30.1. Información adicional.

Las iniciativas son internas y puntuales y la comunicación es interna.

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

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

31.1. Información adicional

Contamos con un protocolos de reciclaje de materiales usados en la oficina, así como de arreglo de ordenadores y otros elementos siempre que sea posible antes que comprar un elemento nuevo

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 comunican, pero exclusivamente a grupos de interés implicados

32.1. Información adicional

Se realiza por comunicaciones internas en nuestro gestor de la información de empleados.

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 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 2 - Capacitar a las personas de la empresa
- 3 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 4 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 5 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

- 6 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 7 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 8 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 9 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 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?

Al ser empresa pequeña y comprometida con el medioambiente nos es fácil cumplir y pensar en requisitos medioambientales. Nuestros valores y servicios implican directamente en pensar de base en un beneficio social constante.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Disponer de mayor crecimiento que nos permita poder dedicar un mayor importe bruto que revierta a la comunidad.

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 5. Igualdad de género.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.