

RSA - PYMES

Empresa evaluada

GAMIFICACIÓN DEL APRENDIZAJE Y CONSULTORÍA, S.L.

CIF:B16311151

Coso 67 4ª pl

50004 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

GAMIFICACIÓN DEL APRENDIZAJE Y CONSULTORÍA, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

C/ Coso 67, esc.1, 4ºA

50001-Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Consultoría en Prevención de Riesgos Laborales.

En GA GROUP trabajamos para activar todo el potencial de los equipos de trabajo en las organizaciones a través del aprendizaje y la sensibilización; somos expertos en el desarrollo de proyectos de impacto, especialmente en las áreas de Prevención de Riesgos Laborales y de Gestión de Equipos.

Nuestros procesos de transformación se fundamentan en la innovación y la creatividad; las metodologías diseñadas y contrastadas por nuestro equipo se adaptan a los nuevos conceptos que nacen en nuestro particular laboratorio de ideas para crear proyectos únicos y emocionales.

04 - Año comienzo actividad.

2007

05 - Número de personas empleadas

10

06 - Persona contacto

Gabriel César Jiménez

07 - E-mail contacto

info@ga-consultores.com

08.- Página web

<https://www.ga-consultores.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 de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

En nuestra empresa nos vemos afectados por casi todos los casos indicados y los tenemos muy en cuenta, el ser una empresa pequeña nos permite adaptarnos a estos cambios rápidamente siendo capaces de tomar decisiones que aseguren la viabilidad de la misma en el medio y largo plazo.

Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad..): en GA Group los consideramos de vital importancia y consideramos que deberían de formar parte de la razón de ser de las empresas desde su creación.

Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas..): nos afectan directamente ya que gran parte de nuestros clientes son organismos públicos.

Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales): la tecnología es muy importante para nuestro negocio por lo que estamos continuamente investigando y formándonos sobre aquellas que nos puedan ser de utilidad, así mismo a través de nuestra web procuramos dar una idea bastante exacta de nuestro perfil de empresa, por otra parte sabemos de la importancia de las redes sociales como nueva forma de comunicación y difusión de la información utilizando para ello nuestras redes sociales corporativas y nuestra página web.

Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación..). Desde la creación de la empresa se ha apostado por la conciliación de la vida personal y laboral a través de la flexibilidad horaria y el teletrabajo, de hecho cuando un trabajador se incorpora a la compañía firma un acuerdo empresa-trabajador en el que quedan reguladas todas estas cuestiones, Destacar que la mayor parte de nuestros empleados son mujeres. Por otra parte, facilitamos a nuestros trabajadores el acceso a formación que pueda ser de su interés.

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

Si

2.1. Información adicional

Creemos que las Pymes pueden enfrentarse de forma individual a la mayoría de los aspectos señalados, de hecho nosotros ya veníamos realizando acciones en algunos de ellos, si bien es cierto que en ocasiones las Pymes nos podemos encontrar con alguna limitación ya que no poseemos los mismos recursos que una gran empresa.

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?

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática

3.1. Información adicional

Existe planificación formal de la actividad de la empresa, pero para los aspectos sociales y medioambientales no existe una planificación concreta o sistemática, estos se llevan a cabo en función de las necesidades que va observando la organización

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

No existe un presupuesto específico destinado a proyectos sociales, si llega a nosotros un proyecto que consideramos puede ser interesante y disponemos de recursos económicos para llevarlo a cabo lo acometemos.

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 perfectamente identificados a todos nuestros grupos de interés, existiendo una relación directa y fluida con cada uno de ellos: empleados, clientes, proveedores, alumnos...realizando acciones específicas para cada uno de ellos.

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

En GA Group contamos con mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés, analizando la información obtenida de ellos con el objeto de integrarla en el negocio de la empresa.

-Empleados: tenemos reuniones semanales en la que aparte de evaluar el estado de los proyectos, pueden transmitir sus inquietudes, sugerencias, expectativas...

-Clientes: para nosotros conocer las expectativas de los clientes así como sus necesidades y su grado de satisfacción con los productos suministrados es de vital importancia, por lo que mantenemos una comunicación permanente con ellos a través de correos electrónicos, llamadas telefónicas, videollamadas y reuniones ad hoc.

-Proveedores: la relación con nuestros proveedores es constante y fluida lo que nos lleva a conocer de primera mano sus necesidades y expectativas, así como sus sugerencias.

-Alumnos: nuestros alumnos realizan una encuesta al final de la formación que nos permite conocer su grado de satisfacción. Así mismo les damos la opción de dejar sugerencias y comentarios.

También hacemos uso regular de la herramienta Google Analytic y realizamos de forma esporádica un cuestionario de identidad y comunicación tanto a clientes como a proveedores.

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

Al iniciar la relación laboral los trabajadores son informados acerca de la forma de trabajar y de actuar en la empresa, aunque no existe un documento de conducta como tal, no obstante el ser una empresa pequeña hace que la comunicación sea constante y fluida.

Si se produce algún cambio en la forma de trabajar y actuar esta se comunica de forma inmediata y directa a los trabajadores.

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

Somos conscientes de la importancia de que los trabajadores conozcan desde el principio la filosofía de la empresa y los objetivos de la misma, cuando se produce una nueva incorporación al equipo, bien sea temporal o permanente, se organiza una reunión para que conozca la organización, además es algo que se recuerda con frecuencia aunque no este registrado en ningún documento.

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

Realizamos acciones de Responsabilidad Social Corporativa pero no existe un plan concreto ni están especificadas en ningún procedimiento.

-Con nuestros empleados: favorecemos la flexibilidad laboral y el teletrabajo con el objetivo de conciliar la vida personal, familiar y laboral, nos esforzamos por crear un clima laboral agradable y les proporcionamos información transparente..

-Con nuestros proveedores: intentamos trabajar con proveedores locales siempre que eso no suponga una merma en la calidad de nuestros productos, mantenemos una relación directa, cercana y transparente con todos ellos.

-Con nuestros clientes: la satisfacción de nuestros clientes es nuestra razón de ser, para ello les dispensamos un trato individual y personalizado en el que prima la transparencia.

-Con la sociedad: hacemos fomento de la cultura preventiva, participamos en foros especializados en el sector y procuramos colaborar con organizaciones que fomenten estos valores.

-Con el medioambiente: procuramos usar los recursos energéticos de forma eficiente, digitalizamos todos los documentos, reutilizamos el papel....

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

10.1. Información adicional

Desde su constitución GA Group ha venido realizando políticas de responsabilidad social y valorando la consecución de los objetivos buscados por las mismas, estamos desarrollando un documento de gestión que defina las políticas a seguir en materia de responsabilidad social, estableciendo indicadores y objetivos específicos de seguimiento.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿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

11.1. Información adicional

Una de nuestras señas de identidad es el trato que dispensamos a nuestros clientes. Tenemos un trato personal y frecuente con ellos lo que nos permite conocer el grado de satisfacción con nuestros productos. También realizamos encuestas de satisfacción tanto anónimas como identificadas. Uno de nuestros objetivos principales como empresa es la satisfacción del cliente con nuestro producto, así como que el mismo cumpla sus expectativas iniciales, por ello, nuestro grado de implicación con los cliente es tan elevado, haciendo todo lo posible para que que dicho objetivo se cumpla.

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 saber si son exitosas

12.1. Información adicional

El tener un trato tan directo con nuestros clientes nos permite conocer de primera mano sus sugerencias y necesidades, también realizamos reuniones brainstorming con ellos de las que surgen ideas e iniciativas que posteriormente aplicamos a nuestros productos, o que directamente desembocan en la creación de uno de ellos.

Por otra parte, indicar que forma parte de nuestro ADN de empresa la innovación y mejora constante.

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

En GA Group nos caracterizamos por el desarrollo de proyectos de impacto dentro del ámbito de la Prevención de Riesgos Laborales.

Nuestros productos están especialmente adaptados a las necesidades y características de nuestros clientes fundamentándose en la innovación y en la creatividad, utilizando para ello la tecnología más vanguardista y eficaz, buscando la satisfacción y el cumplimiento de las expectativas de nuestros clientes

Para ello el equipo de GA Group está en constante formación, investigando y buscando nuevas vías para ofrecer productos diferentes con los últimos avances.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización 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

14.1. Información adicional

nada que añadir

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

Los productos que vendemos van acompañados de formación y en algunos casos, si el producto lo requiere, de un manual de uso.

Además si el cliente así lo solicita, actualizamos los contenidos o funciones de un producto. Cualquier incidencia con el producto es solventada en el menor tiempo posible.

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

Creemos firmemente en la transparencia en la relación con nuestros clientes, por eso nuestras propuestas de servicios incluyen información detallada acerca de:

- Objetivos del proyecto.
- Estructura del proyecto.
- Contenidos del proyecto.
- Fases del proyecto.
- Equipo de trabajo.
- Política de modificaciones.
- Compromiso de confidencialidad.
- Propiedad industrial. y propiedad de los productos entregados
- Coste del proyecto.

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

17.1. Información adicional

La estructura de la empresa permite conocer el grado de satisfacción de los empleados casi diariamente.

Todos los lunes tenemos reuniones de equipo en las que además de ver la evolución de los diferentes proyectos de la empresa, los empleados pueden transmitir sus inquietudes y preocupaciones, por otra parte, la relación con el CEO de la empresa es diaria y directa, basada en la confianza y el intercambio continuo de impresiones y opiniones lo que favorece conocer el grado de satisfacción de los empleados.

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)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

Uno de los principios básicos de nuestra organización es la igualdad de oportunidades y la no discriminación, llevándolo a cabo tanto con los trabajadores que ya forman parte de la misma como cuando se plantea la posibilidad de una nueva contratación, no haciendo distinción por razones de sexo, edad, raza u otros criterios. Se valora de forma individualizada la situación profesional de cada empleado facilitándoles el acceso a formaciones que puedan ser de su interés..

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?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

En nuestra empresa estamos muy concienciados con la importancia de la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

De hecho todos nuestros empleados firman un acuerdo empresa-trabajador en el que estos aspectos quedan regulados.

Facilitamos la flexibilidad horaria con el fin de lograr una mejor organización del tiempo de trabajo y de los descansos que permitan la compatibilidad entre el derecho a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de los trabajadores y la mejora de la productividad de la empresa, pudiendo alterarse el horario determinado previamente para atender circunstancias familiares o particulares, Del mismo modo indicar que todos nuestros empleados tienen jornada continua.

Nuestros trabajadores tienen la opción de realizar teletrabajo, siempre y cuando las tareas que estén llevando a cabo lo permitan, proporcionando la empresa los medios necesarios para desarrollarlo.

Como dato a resaltar destacar que durante esta pandemia provocada por el Covid-19, antes de que el gobierno decretase el confinamiento en los hogares, nosotros ya habíamos decidido teletrabajar, sin que este cambio supusiera ninguna necesidad de adaptación en nuestra compañía ya que como hemos indicado anteriormente es algo a lo que estamos acostumbrados y realizamos de forma habitual.

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.

En nuestra compañía tanto los empleados solicitan formación como es la dirección la que promueve la formación continuada de los mismos.

Además de la formación estándar la empresa facilita y promueve la formación específica para cada empleado en función del departamento al que pertenece dentro de la

organización.

Durante el año 2020 pusimos en marcha una iniciativa denominada "un café con...", consistente en un viernes cada dos meses, bien de forma presencial bien de forma telemática, tener un intercambio de experiencias y opiniones entre los trabajadores y una persona relevante bien por su experiencia profesional o personal.

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.

Desde la dirección de la empresa se realiza un análisis de los puntos fuerte y débiles de los trabajadores en materia de formación, ofreciéndoles opciones de formación personalizadas y adecuadas a las necesidades individuales de cada uno de ellos.

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.

De momento solo se han realizado los reconocimientos médicos y llevado a cabo la acción preventiva. Sin embargo la organización está estudiando la posibilidad de introducir medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

23.1. Información adicional.

Existen unos criterios generales para tener en cuenta aspectos ambientales y sociales en la selección de productos, bienes y servicios, sin embargo no existen unos criterios de compra concretos.

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.

Existen criterios para la clasificación y evaluación de los proveedores, criterios que buscan que los clientes queden lo más satisfechos posible con los productos que adquieren. Siempre que es posible se intenta trabajar con proveedores de ámbito local.

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.

Procuramos colaborar con proyectos afines a la cultura de la empresa pero sin realizar una planificación específica, si nos llega un proyecto que consideramos interesante y nuestros recursos económicos nos lo permiten participamos en él .

Como ejemplo poner que en 2019 fuimos patrocinadores de Technovation Girls, un concurso internacional en el que se invita a jóvenes de todo el mundo a aprender y aplicar las habilidades necesarias para resolver problemas del mundo real a través de la tecnología.

Somos también socios de Mieses Global, un movimiento asociativo privado sin ánimo de lucro, formado por personas y organizaciones comprometidas en desarrollar competencias para ayudar a construir empresas saludables, socialmente responsables y sostenibles en donde las personas sean el motor del cambio.

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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

26.1. Información adicional.

El fomento de la cultura preventiva forma parte del ADN de GA Group, por ello entre otros mecanismos utilizamos las RRSS para este fin. Recientemente como consecuencia de la necesidad de trabajar desde casa debido a la epidemia del Covid-19, hemos utilizado nuestro Twitter para apoyar la cultura preventiva dando pautas y consejos a las personas que se han visto obligadas a trabajar desde su domicilio, así como recomendaciones para fomentar los hábitos de vida saludable.

Así mismo, con el objeto de trasladar nuestra experiencia profesional GA Group participa activamente en foros especializados del sector.

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

Cuando acometemos algún proyecto social siempre animamos a nuestros trabajadores a formar parte de él, además procuramos implicar a grupos de interés y hacemos difusión de ellos a través de las RRSS.

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 y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

En cuanto a las actividades de GA Group de las que se hace difusión en medios de comunicación, difundimos aquellas que pueden tener un interés social porque inciden en la mejora de aspectos de la vida laboral o de la gestión de equipos, más allá de la mera comunicación comercial. Además, aportamos datos para contextualizar las problemáticas de las que hablamos (por ejemplo, siniestralidad de los trabajos en carreteras).

Por otra parte, en redes sociales nos hacemos eco de iniciativas y publicaciones que, sin estar relacionadas con la actividad de GA, sí que tienen que ver con la innovación en el aprendizaje y la gestión, el bienestar y la seguridad de las personas en sus puestos de trabajo.

Además, durante todo el confinamiento, hemos publicado diariamente mensajes para ayudar a las personas a desarrollar su trabajo desde casa: aspectos técnicos y de prevención de riesgos laborales y psicosociales.

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.

Si bien no existe un plan de actuaciones en materia ambiental con objetivos e indicadores de seguimiento, se realizan acciones como:

- Limitar al máximo el uso de papel digitalizando todos los documentos.
- Reutilizar el papel.
- Cambio de botellas de plástico por vidrio.
- Utilización de equipos eficientes energéticamente.

- Concentrar las visitas a clientes en desplazamientos especialmente fuera de Zaragoza, siempre que no signifique una merma en la calidad del servicio al cliente.
- Utilización de videollamadas siempre que sea posible con objeto de limitar los desplazamientos.
- Apagado de luces, aire acondicionado y calefacción cuando no se está en la oficina y uso responsable de los mismos.

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?

Existe un compromiso a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

Existen medidas que se comunican de forma interna, como las apuntadas en el apartado anterior: digitalización de documentos con el fin de reducir el consumo de papel, utilización de botellas de vidrio en lugar de plástico, utilización de equipos eficientes energéticamente, gestión eficiente de los recursos energéticos....

Economía circular

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

31.1. Información adicional

Se intenta utilizar en la medida de lo posible productos reciclados y reutilizar los materiales utilizados.

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 no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Comunicamos las medidas a nuestros empleados en las reuniones que tenemos semanalmente.

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 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 2 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 5 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 6 - Capacitar a las personas de la empresa
- 7 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 8 - Disponer de presupuesto
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

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?

Un punto fuerte dentro de nuestra política de responsabilidad social es la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de nuestros trabajadores.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Todos los procedimientos de la empresa son de sobra conocidos por los componentes de la misma, algunos ya están documentados pero otros todavía no.

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 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.