

RSA - PYMES

Empresa evaluada

FLORES OHANA, S.COOP.

CIF:F99556623

C/Ricla, 13

50005 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

En Ohana, negocio familiar Aragonés, nos hemos especializado en decorar empresas, eventos y particulares con Atrezzo de flor y planta artificial de alta gama bajo el lema: Cuando lo artificial parece natural.

Nuestro objetivo es crear ambientes más enérgicos, y sostenibles, aportando ahorro y tranquilidad.

02 - Dirección - CP - Población

Calle Ricla 13, Local - 50.005 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Comercio al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, animales de compañía alimentos para los mismos en establecimientos especializados

04 - Año comienzo actividad.

19 de Septiembre de 2.019

05 - Número de personas empleadas

2

06 - Persona contacto

Tania De los Bosques

07 - E-mail contacto

info@floresohana.com

08.- Página web

www.FloresOhana.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

A nivel medioambiental creemos que podemos contribuir a un cambio real en cuanto al actual consumo de agua potable, respecto a nuestro sector floral, donde no se emplea agua de riego, sino potable, para regar o poner flores cortadas ya muertas día tras día, siendo este bien tan escaso para beber en otras zonas del planeta. Creemos que se necesita una conversión, en muchos aspectos, para evitar malgastary consumir innecesariamente productos de flor cortada, en lugar de artificial.

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

Si

2.1. Información adicional

A nivel económico, uno de nuestros objetivos es poder generar riqueza a nivel local, deseando poder crecer y contratar a mujeres con formación y/o experiencia mayores de 52 años, por encontrarse en desventaja a la hora de conseguir un puesto de trabajo.

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

Este año pasamos a establecer una nueva forma de gestión, ya que vamos a proceder a la contratación de un/a trabajador/a más en nuestro equipo.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

El año pasado se creó una campaña en beneficio de la lucha contra el cáncer en la que destinamos el 13% de las ventas generadas a lo largo de todo el año. También hemos

colaborado en las pasadas navidades con Unicef.

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

Además de nuestros Buyern Person, para cada una de las actuaciones de la empresa (6 en total), han surgido Alianzas con nuevos clientes que se han convertido a su vez en proveedores y viceversa.

Actualmente formamos parte de varios semilleros empresariales de la ciudad, así como de iniciativas asociativas de mujeres y empresariales.

6.- ¿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

6.1. Información adicional

Recientemente implementamos el objetivo de mejorar la calidad de nuestros productos, y ha comenzado ampliando el diálogo de nuestros proveedores, para conocer más a fondo sus modos de compra, certificaciones de calidad de los productos que nos proveen etc.

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

En este punto, tenemos pendiente la creación de un Manual de Acogida, para que esperemos, en un futuro, creando nuevos puestos de trabajo, podamos ofrecer este manual informativo y con todo detalle, de la forma de trabajo, conducta y atención al cliente que fomentamos día a día en Ohana.

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, si bien exclusivamente los más implicados

8.1. Información adicional

El gobierno de la empresa no se realiza como tal, sino que, en Ohana somos una familia con unos valores equitativos y comunes, respetando las opiniones de los miembros que conformamos y creamos esta empresa, a través de las reuniones y Asambleas que se realizan en Junta directiva.

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

Estamos desarrollando distintas políticas de actuación en materia de responsabilidad social, los objetivos ODS y la adhesión al Pacto de Luxemburgo entre ellas.

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

Este año 2.022/2.023 estamos preparando el Plan de RSC con nuevas actuaciones gracias a la nueva línea de negocio, que entrará en vigor este año próximo 2.023

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

Además conocemos la satisfacción de clientes Business gracias a métodos más específicos. Y de los clientes particulares gracias a encuestas semanales.

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Intentamos que tanto nuestros clientes online, como clientes presenciales o de venta directa y Business, obtengan un alto grado en cuanto a la atención y sus necesidades, realizando esta labor personalmente por todos los miembros de la empresa.

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

Desde el inicio premiamos el compromiso de nuestros clientes para con Ohana con servicios y productos sostenibles, como la reutilización de sus propios jarrones o soportes con un servicio gratuito de montaje y colocación. Una tarjeta de fidelización con regalo, por comprar en nuestro comercio local. Un certificado de sostenibilidad para aquellos que lo solicitan sobretodo de nuestros productos Business, jardines y ecologo verdes. Participación en la Campaña del Ayto. de Zaragoza "Volveremos si tú vuelves" que, promueve el ecosistema del entramado comercial local de nuestra ciudad.

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

Revisamos y evaluamos que la procedencia de los productos sea acorde, a nuestras políticas internas de mejorar la sostenibilidad, y esas políticas las ponemos en valor en la labor de comercialización, y de puesta a disposición de nuestros productos.

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 materiales o productos tienen una garantía que, siempre ofrecemos a todos nuestros clientes ya que, con una buena comunicación cualquier imprevisto, puede resolverse o subsanarse de la forma más sencilla y natural 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

Asesoramos hasta de productos o dudas que muchos clienes tienen con flores cortadas o plantas vivas, ya que procedemos de ese sector aun no siendo nuestro activo ahora mismo. Nuestro obeitivo es la EXCELENCIA en atención a nuestros clientes y es sin duda, por lo que vuelven, Explicamos cómo mejorar su experiencia con nuestros productos, cómo alargar aún más su durabilidad y ofrecemos cuanto está en nuestras manos para que su experiencia al salir de nuestro local, sea la mejor posible.

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

De forma periódica se realizan reuniones informales en el domicilio de alguno de los miembros Ohana, donde de forma más informal, se comenta cómo nos encontramos en la empresa, en el día a día, cuáles son nuestros hándicaps, cómo podemos mejorar y formarnos etc

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)?

No se han desarrollado actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

Ohana lo conformamos dos mujeres, Isabel y Tania, madre e hija. Y siempre hemos tratado los aspectos empresariales de forma ecuánime y con respeto, por lo que no nos hemos llamados a crear, por el momento, ningún plan referente a este tema.

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.

Nuestro punto en común es Sofía, hija y nieta de los miembros que conformamos Ohana, y como familia unida que somos, hablamos sobre horarios, descansos, momentos en familia facilitándonos unos a otros la actividad empresarial y familiar.

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla. Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

Somos una empresa creada de la nada, por lo que en nuestro día a día observamos en qué debemos o necesitamos formación, y libremente la empresa fomenta, paga y participa en todos los planes de formación que son indispensables.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

21.1. Información adicional.

Además todas las personas que ya formaban parte de la empresa, o se prevee que se incorporen, tienen acceso de forma Gratuita, a la Formación de desarrollo personal de CFAI, Escuela de formación Alto Impacto.

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

No tenemos obligatoriedad, debido a la naturaleza de la empresa y la organización, pero poseemos un análisis, así como implementamos año tras año, formación de empresas de servicio externo, en cuanto a Formación y trabajo en altura, extinción de incendios etc.

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.

Desde la organización se valoran positivamente, la cercanía, el tamaño de la empresa proveedora, además de la calidad y el precio.

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.

Valoramos las prácticas y usos de plásticos reciclados, cercanía del proveedor (preferiblemente nacional) para reducir la huella de carbono. Y preferiblemente empresas familiares o pymes, a grandes superficies.

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.

No planificamos estrictamente nuestras acciones solidarias, ya que desde Marzo de 2.020 con la Pandemia, nos hemos dado cuenta de que, debemos colaborar en cuantas acciones se desarrollen por iniciativas ciudadanas en las que podamos participar y aportar nuestro grano de arena. Así como, también ha sucedido con la guerra de Ucrania.

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 desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

Y además, procuramos no hacerlo solos sino, implicando y colaborando con más comercios o negocios que hagan unión con nosotros y entre todos lo hagamos con mayor empuje.

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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

En nuestro caso, todas las acciones que fomenten la ayuda y colaboración son propuestas y tratadas en reuniones nformales y se crean actuaciones para, en la medida de lo posible llevarlas a cabo.

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

Cada trimestre, se comentan los resultados obtenidos, gracias a las métricas que hemos establecido tanto online, presencial como a nivel comercial con todos los miembros para ver cómo estamos haciendo las cosas, si hay que mejorar algo o potenciar más lo que se nos está dando bien y aporta beneficios personales y profesionales al equipo.

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.

Y próximamente pretendemos crear un Manual, de cada producto a nivel comercial y de fomento de la sostenibilidad para ofrecer a nuestros clientes.

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 público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

30.1. Información adicional.

Nos gustaría conocer, cómo fomentar el feedback para saber si, lo que estamos ofreciendo en materia de sostenibilidad, llega al público objetivo, desde luego!

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

Fomentamos en nuestro negocio, varias prácticas de economía circular, sobretodo hacia el cliente final como, la reutilización de sus propios objetos o soportes que, al traerlos a nuestra empresa, decoramos de forma GRATUITA, promoviendo de esta forma, que los clientes no consuman nuevos productos y reutilicen los que ya poseen.

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

Estamos en ello, pero de momento se comenta a los miembros de forma informal, debido a la familiaridad que nos une.

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

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La proactividad de todos los miembros y colaboradores que desarrollamos Ohana.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Crear la documentación necesaria, para que todos los que conformamos la empresa, dispongamos de la información de forma más accesible y adecuada, para alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto a largo plazo en Ohana.

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 y tiene un compromiso público 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 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.