

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

#### **SERVICIOS TÉCNICOS Y EVENTOS MR**

CIF:B44251882

C/Grupo Escolar, Nº4

44500 - Andorra

Teruel

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### **01 - Denominación de la organización**

SERVICIOS TÉCNICOS Y EVENTOS MR

#### **02 - Dirección - CP - Población**

C/ Grupo Escolar 4 - 44500 - Andorra (Teruel)

#### **03 - Sector. Actividad**

Venta y reparación de equipos informáticos, electrónica y telefonía.

Distribuidor autorizado de fibra y móvil con varias compañías de telecomunicaciones.

Organización de eventos, discomóviles y fotomatón.

#### **04 - Año comienzo actividad.**

2013

#### **05 - Número de personas empleadas**

1

#### **06 - Persona contacto**

José Rafael Julián Peguero

#### **07 - E-mail contacto**

[administracion@serviciostecnicosmr.com](mailto:administracion@serviciostecnicosmr.com)

#### **08.- Página web**

[www.serviciostecnicosmr.com](http://www.serviciostecnicosmr.com)

[www.eventosmr.com](http://www.eventosmr.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 Servicios Técnicos y Eventos Mr, como empresa tecnológica, estamos constantemente actualizándonos para los diferentes cambios en el entorno, estudiando y conociendo cómo compra el cliente, a través de qué vías, los productos por los que se interesa y obteniendo los mejores productos con una amplia cartera de proveedores.

Los cambios tecnológicos constantes también exigen atender a las demandas de nuestros clientes certificándonos en las diferentes tecnologías que ofrecen los principales fabricantes (Microsoft, partner Intel, D-link, entre otros).

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

No

#### **2.1. Información adicional**

Nuestro centro se ve afectado por temas políticos, tecnológicos y sociales de forma directa, especialmente en la manera de trabajar / formarse y ocio, adaptando nuestra venta a las necesidades de los clientes. En este último año ha cambiado nuestra forma de vida, potenciando mucho más el tele-trabajo, la formación online y el ocio recreativo bien sea con equipos gaming o mediante el uso de redes sociales.

También ha cambiado mucho la relación con la administración ya que prácticamente en casi todas las administraciones se pueden realizar trámites online y para ello es necesario disponer de un equipo informático adecuado y actualizado.

## **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**

.

### **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**

A día de hoy, no existe una partida presupuestaria definida y concreta.

## **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.**

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

### **5.1. Información adicional**

Conocemos los grupos de interés con los que nos relacionamos, planificando nuestras acciones de manera estratégica en función de las necesidades de cada uno.

Entendemos que esa relación va evolucionando y que las vías de comunicación son cada vez más diversas, por lo que además de asistir a reuniones, tenemos una presencia activa en redes sociales, identificando nuestro target y estando al día de las novedades de nuestro sector.

También interactuamos con nuestros clientes, después de una reparación informática o después de la organización de un evento mediante un cuestionario de calidad.

**6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?**

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

### **6.1. Información adicional**

Dentro de la empresa existe personal, que entre sus funciones, destaca la de seguimiento en las redes sociales, perfiles de empresa en los buscadores, promoción y difusión de servicios, etc, Todo encaminado directamente a los grupos de interés.

Tal y como hemos mencionado anteriormente, conocemos y establecemos comunicación con nuestros grupos de interés haciendo uso de encuestas, analizando y valorando posteriormente los resultados obtenidos. Además, contamos con diferentes encuestas en función del grupo de interés

## **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**

Tenemos la intención de crear un código de conducta que se conozca en la empresa para todos los empleados y así poder consultarlo y actualizarlo cada cierto tiempo.

**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, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

### **8.1. Información adicional**

La contratación se realiza directamente desde el departamento de gerencia de Servicios Técnicos y Eventos Mr, SL, y es ahí cuando se le explica al personal con la mayor claridad posible los objetivos que tiene la empresa, así como lo que se espera de cada trabajador y la duración de su contrato.

Se le informa sobre la misión, visión, políticas y actividades llevadas a cabo por la empresa, además de redactar un manual donde se recogen todos estos aspectos.

Con los trabajadores eventuales, informamos de los objetivos concretos que les aplica para desarrollar su actividad laboral.

## **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**

En Servicios Técnicos y Eventos Mr, SL, cada día intentamos ampliar nuestras actuaciones en tema de responsabilidad social, por ejemplo, estamos concienciando a nuestros trabajadores sobre:

- Ahorro energético en todo el sistema de iluminación mediante tubos led, equipamiento informático con muy bajo consumo (fuentes de alimentación, monitores, impresoras) y apagado de cada dispositivo cuando no se esté utilizando. Además de automatizar luces de exterior durante la noche con apagado con un horario programado.

Se ha instalado una máquina de aire acondicionado con pegatina de energía A++ para mejorar el ahorro energético y dejar menos huella de carbono.

También fomentamos el uso de estos sistemas a los clientes como forma de sostenibilidad medioambiental, ya que intentamos vender los productos con más ahorro energético.

- Residuos, materiales de transporte y productos de limpieza: los envases de plástico, cartón, polixpan son llevados al punto limpio para proceder a su reutilización.
- Evitar impresiones innecesarias.
- Bolsas de papel con nuestra marca corporativa.
- La buena fe hacia los consumidores, clientes y sociedad en general.
- Punto de recogida de cartuchos, tóner.

En la parte de eventos, la compra de material (como son altavoces de alta potencia sonora) se realiza siempre con un bajo consumo eléctrico, ya que todas las actuaciones son fuera de nuestro local y así ayudamos a reducir consumo en las instalaciones donde desarrollamos nuestro trabajo.

Nuestro vehículo de empresa (furgón) está dotado con la pegatina medioambiental de categoría B.

### **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**

Como hemos comentado anteriormente, en materia de ahorro energético, intentamos realizar el consumo en las horas valle y llano, intentando así reducir al máximo el consumo en el periodo punta.

Al abandonar el local, tanto a la hora de la comida, como al finalizar la jornada, apagamos todos los aparatos eléctricos para conseguir un consumo cero.

Somos muy conscientes en el ahorro de papel e intentamos reducir al máximo las impresiones, es así por lo que con una tableta digitalizadora de firma electrónica hemos reducido a un 70% nuestro consumo tanto de papel como de consumibles de impresora, enviando la copia del contrato firmado por e-mail.

## **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**

Estamos desarrollando una metodología que nos permita registrar y analizar la opinión de los clientes.

#### **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**

A través del feedback que nos da el cliente y mediante encuestas identificamos la satisfacción de los aspectos exitosos y mejorables.

### **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 investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

##### **13.1. Información adicional**

En ambas líneas de negocio, intentamos innovar en los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes.

Analizamos de forma responsable y sostenible en el tiempo todos esos productos y servicios para estar a la vanguardia y sorprender a nuestros clientes y futuros clientes, intentando crear una experiencia única y satisfactoria.

Como nota, en 2015 recibimos el premio empresa Innovación que otorga la Asociación Empresarial Andorra-Sierra de Arcos y Bajo Martín.

### **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**

.

#### **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 post-venta está basado en una metodología de contacto directo con el cliente para poder analizar nuestras fortalezas y debilidades, además, nuestro día a día con los proveedores nos hacen estar siempre alerta sobre mejoras y/o resoluciones de problemas que puedan llegar a presentarse.

### **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**

En Servicios Técnicos y Eventos Mr, SL somos totalmente transparentes con nuestros productos y/o servicios, así como de ofrecer todas las opciones disponibles, asesorando siempre, como pilar central, según las necesidades que el cliente nos indique.

### **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**

Realizamos reuniones con el personal de la empresa de forma mensual o puntual en caso de ser necesario.

Ahí nos trasladan sus inquietudes y opiniones con el fin de mejorar cuestiones profesionales y personales. Dicha información es recabada, analizada y valorada por la dirección de empresa para planificar posibles mejoras y mejorar siempre el entorno laboral.

### **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.**

Garantizamos la igualdad de oportunidades y no discriminación por razón de sexo, cultura, raza, categoría, edad, antigüedad tanto en el acceso como en la promoción a cualquier puesto de trabajo.

Es el departamento de dirección el encargado de la contratación y sólo se tiene en cuenta el perfil profesional que se demanda, sin tener en cuenta datos familiares o sociales en ningún momento.

Respecto a la retribución, es la misma para todos en función del convenio que se aplique.

### **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.**

Ofrecemos un horario laboral flexible, cuadrando el horario de acuerdo con los empleados, por lo que permite conciliar perfectamente la vida laboral y familiar.

También se tiene en cuenta las necesidades que aparecen, modificando así la jornadas laborales en periodos de invierno y verano.

### **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.**

La empresa informa y/o sugiere de diversas formaciones que puedan ser de interés para sus trabajadores, centrándonos en cursos de atención al cliente/consumidor, resolución de conflictos y sobre todo, cursos homologados por los fabricantes de tecnología en el que nos informan de novedades sobre sus productos.

También ofrecemos al personal que nos informe sobre sus gustos y preferencias a la hora de realizar formación, teniendo en cuenta sus carencias o motivos por los que quiera mejorar.

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

Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación básica relacionada

con el desempeño del puesto de trabajo y la actividad de la organización

#### **21.1. Información adicional.**

.

### **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.**

.

### **PROVEEDORES**

#### **Compras responsables**

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

#### **23.1. Información adicional.**

.

#### **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.**

.

### **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 colabora puntualmente con diferentes asociaciones regionales, rurales, sin ánimo de lucro que pueden demandar nuestra ayuda.



Además, en Servicios Técnicos y Eventos Mr, acogemos a alumnos de prácticas y formación dual.

### **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.**

Tratamos en la medida de lo posible de colaborar con entidades o asociaciones dentro de la línea o sectores de negocio de nuestro centro.

Estamos en contacto con asociaciones o grupos de interés social para la creación de empleo, como son CPIFP "Bajo Aragón" de Alcañiz, Cepyme, etc.

### **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**

Tratamos de implicar a los trabajadores a través de reuniones periódicas y de esta manera obtenemos diversas ideas de actuación dentro de nuestras posibilidades.

Desde la empresa se anima a la participación de sus empleados en diversas actividades sociales, para el desarrollo personal y comunitario.

### **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?**

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

##### **28.1. Información adicional**

Tratamos de comunicarlas en la medida de lo posible empleando página web, redes sociales, prensa escrita y cartelería publicitaria como elementos fundamentales para ello.

## **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.**

En nuestra empresa, el reciclaje es obligatorio, por lo que disponemos de varios contenedores para cada material, tanto en componentes electrónicos (punto limpio), consumibles (viene una empresa especializada en recogida de estos recursos), cartón, plástico, etc.

Respecto a la parte de eventos, dicha actividad no implica un impacto ambiental, exceptuando el transporte hasta el lugar de celebración.

### **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.**

Fomentamos las buenas practicas y objetivos en aspectos de consumo de papel, optimizamos el consumo de energía eléctrica en la tienda, residuos de tóner y cartuchos de tintas de impresión, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, consumo de agua y disminuimos el uso de papel.

### **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**

.

### **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 comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

##### **32.1. Información adicional**

Realizamos planes de comunicación específicos para nuestros grupos de interés clientes, en el que informamos los beneficios, recursos, etc., indicándoles de que van a beneficiarse con el plan de actuación correspondiente.

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

### 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?**

Trato humano y la calidad en el servicio acentuada con la profesionalidad del personal.

**36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?**

Protocolizar y poner por escrito algunos puntos del trabajo como la evaluación de clientes, proveedores, comunicación de empresa etc.

### 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?**

No