

RSA - PYMES

Empresa evaluada

SERFEY, S.L.

CIF:B50987932

Avda. Juan XXIII, 23 bajos
22003 - HUESCA
Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

SERFEY SL

02 - Dirección - CP - Población

AV JUAN XXIII, 23 - 22003 - HUESCA

03 - Sector. Actividad

LIMPIEZA

04 - Año comienzo actividad.

2003

05 - Número de personas empleadas

153

06 - Persona contacto

ANA GASCON MONTERO

07 - E-mail contacto

admon@serfey.com

08.- Página web

www.serfey.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

Cualquier empresa comprometida con la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad debe considerar los temas relevantes, ya que estos asuntos globales pueden influir directamente en las operaciones y la rentabilidad de cualquier PYME. Por esta razón, SERFEY realiza periódicamente un análisis exhaustivo de estas tendencias para mitigar posibles efectos negativos en la actividad de la organización, implementando planes de mejora cuando es necesario y permitiendo una planificación anticipada del futuro.

Para identificar las tendencias globales que puedan tener un impacto significativo, ya sea positivo o negativo, SERFEY lleva a cabo un Análisis DAFO. Con base en este análisis, se elabora un plan de acción a medio y largo plazo que incluye objetivos específicos y estrategias para alcanzarlos, identificando indicadores para medir el progreso y los recursos necesarios para su implementación.

Dado que la prestación de servicios se desarrolla en un entorno dinámico, influenciado por la evolución de las tendencias globales, la implementación de estas estrategias es flexible y se adapta a los cambios en las circunstancias externas e internas. Por ello, se evalúa regularmente el progreso y se realizan ajustes según sea necesario para alcanzar los objetivos establecidos.

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

Si

2.1. Información adicional

Las PYMES o pequeñas organizaciones pueden encontrarse con retos políticos, económicos, medioambientales, tecnológicos y sociales, pero a menudo carecen de los recursos y la experiencia necesarios para gestionarlos de manera eficaz.

En general, se cuenta con recursos limitados y equipos más reducidos en comparación con las grandes empresas. Esta limitación puede dificultar la adopción de nuevas tecnologías o la implementación de prácticas sostenibles. Además, al ser de pequeño menor influencia política y menos capacidad para negociar con proveedores o competidores.

No obstante, pueden enfrentar estos desafíos colaborando con otras empresas, asociaciones y organizaciones. Por ejemplo, pueden unirse a redes de empresas sostenibles o tecnológicas para compartir conocimientos y recursos, abordando problemas comunes juntos. También pueden colaborar con entidades gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil para promover políticas que beneficien a las PYMES y fomenten la sostenibilidad y la responsabilidad social.

En conclusión, aunque las PYMES pueden enfrentar retos en ámbitos políticos, económicos, medioambientales, tecnológicos y sociales, pueden superarlos mediante la

colaboración con otras entidades y la participación activa en la sociedad y la política.

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

SERFEY incorpora en sus operaciones los aspectos sociales y ambientales que pueden ser gestionados a corto, medio y largo plazo.

Se han definido claramente los valores y objetivos de la organización en relación con la responsabilidad social corporativa, incluyendo el compromiso de la organización con la sociedad y el medio ambiente. Basándose en estos valores y objetivos, se establecen metas específicas a corto, medio y largo plazo, lo que permite progresar hacia su consecución.

Se asignan responsables y se determinan los recursos necesarios para llevar a cabo las acciones que permitan a la organización alcanzar los objetivos.

Finalmente, SERFEY lleva a cabo un seguimiento y una evaluación continua para medir el progreso y la efectividad de las acciones implementadas.

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

Desde SERFEY, se destina una cuantía económica aproximada cada año para diferentes proyectos sociales y medioambientales a empresas de diferentes sectores:

- ? Balonmano BADA Huesca: 2000 EUROS
- ? Ciclismo Club Ciclista Oscense: 500 EUROS
- ? Peñas Baloncesto: 2100 EUROS
- ? SD Huesca (Club Empresas y Fundación, anuncios, calendario anual y palcos): 3500 EUROS
- ? Proyectos de móviles en infancia
- ? Plantación de árboles con el Ayuntamiento (60 árboles desde bellotas, cuidándolos 2 años y plantándolos en la vía verde de Huesca): 1200 EUROS anuales
- ? ONG (Aldeas Infantiles, Fundación Ferrer, etc.): 1200 EUROS
- ? Patrocinio del festival de rock GARRAMPA en el barrio M^a Auxiliadora: 150 EUROS
- ? Fiestas de pueblos (Graus, Lascuarre, Capella): 200 EUROS anuales
- ? Marcha Aspace: 800 EUROS
- ? Subcontratación de Valentia para algunas tareas: 16.000 EUROS

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

Teniendo en cuenta que los grupos de interés/stakeholders son los actores que tienen algún tipo de interés o preocupación en la organización, bien porque son afectados o porque tienen algún tipo de relación con la organización, SERFEY ha identificado los siguientes;

Clientes: Los clientes son aquellos que contratan/adquieren los productos o servicios de la organización.

Proveedores: Los proveedores son aquellas entidades que suministran materiales, productos o servicios a la organización.

Personas trabajadoras: Las personas trabajadoras son el pilar esencial de la organización, y es esencial, tanto para la empresa como para la sociedad, que cuenten con un bienestar

Comunidad local: La comunidad local la confirman todas las personas residentes y organizaciones comunitarias que están localizadas cerca de las instalaciones de la empresa.

Gobierno: Es un grupo relevante porque regula las actividades empresariales y establece políticas y leyes para proteger a los consumidores, empleados, el medio ambiente y la sociedad en general.

Medio ambiente: La organización tiene impacto directo en el medio ambiente derivado de las actuaciones o servicios a prestar.

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

SERFEY emplea principalmente la Evaluación de Riesgos y Oportunidades para por analizar y comprender las diferentes necesidades y expectativas de sus grupos de interés.

A través de este método, la organización analiza los riesgos y oportunidades en relación con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), permitiéndole identificar las necesidades específicas de cada grupo con el que interactúa.

Este enfoque no solo facilita la identificación de riesgos y oportunidades, sino también la comprensión de cómo estos impactan a nuestros grupos de interés, lo que permite estar capacitados a la hora de tomar medidas pertinentes en respuesta.

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 documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar-

que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

7.1. Información adicional

Cuando se realiza una nueva incorporación, sin importar el cargo que ocupe, la organización proporciona el código de actuación, que incluye los valores y la cultura de la empresa. A su vez, en este documento se incluyen orientaciones sobre cómo desempeñar sus responsabilidades de acuerdo con los principios de calidad, medio ambiente y responsabilidad social corporativa (RSC).

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

En cada ingreso de nuevo personal a la organización, además de la pertinente formación inicial sobre productos y métodos de trabajo, se introduce a la cultura y valores de la empresa, junto con sus metas en responsabilidad social corporativa (RSC). Este enfoque permite a la organización fortalecer los vínculos entre las piezas esenciales de la organización: la marca, las personas trabajadoras y los clientes, contribuyendo así a proyectar estabilidad y mejorar la calidad del servicio ofrecido.

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 Serfey nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social que implementamos de manera eficaz y eficiente en la organización.

Nuestra línea está enfocada principalmente en;

Selección de proveedores éticos: Mediante la evaluación de proveedores, Serfey está comprometida con la selección de proveedores que cumplan con criterios éticos, como la protección del medio ambiente, el respeto de los derechos humanos y laborales, y la transparencia en sus operaciones. De esta manera se excluyen a proveedores que no garanticen buenas prácticas ambientales o que no respeten los derechos y laborales.

Políticas de diversidad e inclusión: Serfey establece políticas que promuevan la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo, como la contratación de personas de diferentes orígenes culturales y étnicos, géneros, edades y habilidades.

Donaciones a organizaciones benéficas: Tal y como se ha mencionado en el apartado de

integración en la estrategia de los retos económicos y ambientales, participa en la aportación a diferentes ONG como aldeas infantiles o Fundación Ferrer. También coopera con la marcha Aspace de la ciudad de Huesca y subcontrata determinadas actuaciones laborales a Valentia, centro especial de empleo.

Medidas para reducir el impacto ambiental: Serfey ha implementado medidas para reducir el impacto medioambiental en el uso de electricidad y generación de residuos principalmente, tal y como se especifica a lo largo del presente cuestionario. Igualmente se establecen programas de reciclaje de residuos y de reducción de productos químicos dañinos en los servicios prestados.

Creación de empleo: Serfey en su ámbito de actuación en la gestión de selección de personal para diferentes organizaciones, está totalmente comprometida con la ayuda en la búsqueda de empleo por parte de comunidades desfavorecidas o con altas tasas de desempleo.

Compromiso con la calidad del producto y la seguridad: Serfey está comprometida con la prestación de servicios de alta calidad que sean seguros para los consumidores, lo que aumenta la confianza de los clientes en la empresa y fomenta la fidelidad del consumidor.

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

Es fundamental para SERFEY establecer y ejecutar metas estratégicas alcanzables a corto, medio y largo plazo que se adapten a las particularidades de nuestra organización. Asimismo, nos concentramos en crear indicadores que podamos usar para rastrear nuestro progreso.

Nuestro equipo humano es muy apreciado ya que contribuye a la formulación de políticas y métodos que nos permiten conseguir aquellas metas estratégicas establecidas. Nuestra cultura corporativa se fortalece gracias a esta colaboración, que se ajusta a las demandas de nuestro sector y a las estrategias institucionales. En términos de responsabilidad social corporativa (RSC), desde la organización se fomenta la motivación, la integración, la ética, la participación activa y una perspectiva global.

Los propósitos que han sido instaurados en términos de RSC incluyen:

Contribuir al bienestar social y al desarrollo sostenible.

Mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias.

Fomentar la diversidad y la inclusión.

Fortalecer los lazos con la comunidad.

Promover la transparencia y la integridad.

Asimismo, se han definido indicadores de seguimiento para evaluar el desempeño de la organización:

Índice de reducción de residuos peligrosos.

Número de programas comunitarios de limpieza organizados.

Porcentaje de productos de limpieza ecológicos utilizados.
Tasa de retención de empleados en situación de vulnerabilidad.

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

Enviamos encuestas de satisfacción a los clientes para que puedan evaluar el trabajo realizado una vez que se ha prestado el servicio. Esto nos permite obtener información sobre la calidad del servicio y cómo poder mejorar en caso de recibir quejas o valoraciones en las que no se ha dado por satisfecho el usuario.

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

A partir de las encuestas respondidas por nuestros clientes, se identifican las áreas de mejora necesarias, las cuales son cuidadosamente evaluadas y consideradas para la implementación efectiva en la organización, una vez que se ha comprobado la viabilidad.

De igual manera informamos y asesoramos a nuestros clientes enfocados en darles la mayor satisfacción posible.

También aportamos valor y respeto al medioambiente dentro de nuestro proceso productivo utilizando en nuestros servicios de limpieza productos ecológicos.

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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

En primer lugar siempre tenemos en cuenta las necesidades de los clientes, para poder implantar mejoras en nuestro proceso productivo que garantice la satisfacción final de los servicios prestados.

Además de esta fuente de información, buscamos fomentar la innovación en sus productos y servicios, por lo que nos fundamentamos en las siguientes estrategias:

Investigación de la competencia: Se lleva a cabo un análisis exhaustivo de los servicios ofrecidos por los competidores, comparándolos con los nuestros para identificar oportunidades y diferencias significativas que guíen la mejora continua de nuestros servicios.

Análisis DAFO: Antes del lanzamiento de un nuevo producto o servicio, se realiza un análisis detallado de sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para evaluar su viabilidad y tomar la decisión final sobre su introducción en el mercado.

Evaluación de rentabilidad: Una vez que se decide lanzar un nuevo servicio o utilizar un nuevo producto, se realiza un análisis exhaustivo de su rentabilidad para determinar si generará los ingresos y beneficios esperados, justificando así su desarrollo y lanzamiento.

Evaluación continua: Evaluamos de manera constante a través de las encuestas a los clientes la calidad del servicio prestado, garantizando un rendimiento óptimo en el mercado y realizando ajustes y mejoras según sea necesario. No solo valoramos la calidad del servicio prestado, sino también en el caso de nuevos productos la satisfacción final del usuario.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

14.1. Información adicional

En cuanto a la gestión de la producción y prestación de servicios se refiere, desde SERFEY se realiza un análisis exhaustivo y meticuloso de los aspectos ambientales y sociales de su entorno. Este proceso permite identificar zonas de mejora y reducir los efectos adversos sobre el entorno y la comunidad.

En términos ambientales, se prioriza:

Optimización del uso de energía y recursos naturales: Se investiga activamente cómo se emplean estos recursos con el fin de minimizar su consumo o migrar hacia alternativas más sostenibles. Como ejemplo, se ha implementado prácticas para minimizar el uso de agua y evitar desperdicios de esta.

Gestión de residuos: La producción y prestación de servicios conllevan la generación de residuos, algunos de los cuales pueden ser no biodegradables o tóxicos. En nuestro caso, el principal residuo que se genera son los envases y artículos que contienen plásticos, por lo que la organización dispone de papeleras de reciclaje. Además el propio uso de productos de limpieza que terminan siendo desechados, por este motivo implementamos siempre que la tarea lo permite productos de limpieza ecológicos que afecten lo menos posible al medioambiente.

Emisiones contaminantes: Como hemos comentado, apostamos por el uso de productos de limpieza que sean biodegradables y a su vez ecológicos.

En cuanto a los aspectos sociales, se consideran:

Condiciones laborales: Valoramos el bienestar de nuestro equipo humano, asegurando el cumplimiento de los derechos laborales y proporcionando un entorno seguro y saludable.

Responsabilidad social: Se reconoce el impacto que nuestra actividad tiene en la sociedad y, por ello, se lleva a cabo la implementación de prácticas de responsabilidad social corporativa que se reflejan a lo largo de nuestra operativa diaria.

Proveedores locales: Apostamos por la adquisición y compra de bienes y/o servicios a proveedores locales o de proximidad.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

15.1. Información adicional

La organización ha diseñado un servicio postventa que se distingue por las siguientes características:

Gestión efectiva de reclamaciones: Se ha establecido un proceso ágil y transparente para abordar cualquier reclamación o problema que pueda surgir. Esto garantiza una resolución rápida y efectiva, fortaleciendo la confianza del cliente en nuestros servicios.

Acompañamiento personalizado: Se ofrece un seguimiento individualizado a cada cliente después de la finalización de los servicios contratados, asegurándonos la obtención de respuestas en relación a la valoración del servicio prestado. Esto nos asegura que las expectativas de los clientes sean cumplidas además de permitirnos identificar áreas de mejora y desarrollo del producto.

Evaluación de satisfacción: Mediante encuestas especializadas, se recopila información para evaluar el grado de satisfacción del cliente con los servicios ofrecidos por parte de la organización. Este enfoque facilita el cumplimiento del principio de mejora continua y la adaptación a las necesidades cambiantes del mercado.

En resumen, nuestro servicio postventa se orienta a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, establecer relaciones sólidas y proporcionar un soporte continuo para asegurar una implementación efectiva de los servicios contratados y maximizar los beneficios para sus organizaciones.

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 de las características del producto o servicio.

16.1. Información adicional

Cada uno de nuestros servicios incluye una detallada documentación comercial que describe tanto la gestión de la prestación del servicio como sus especificaciones. Esta

documentación se adapta completamente a las necesidades individuales de cada cliente, asegurando así una personalización total para satisfacer sus requerimientos específicos.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

Con carácter anual, la organización realiza una encuesta dirigida a las personas trabajadoras para evaluar tanto la satisfacción con el proceso de integración como con la organización en su conjunto. Esta retroalimentación no solo permite identificar áreas de mejora, sino que también impulsa nuestro crecimiento continuo y mejora constante en la prestación de servicios y en el trato hacia la plantilla.

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)?

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

18.1. Información adicional.

SERFEY está totalmente comprometida con el principio de igualdad de oportunidades u no discriminación, por ello tenemos registrado un Plan de Igualdad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

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.

ante necesidades puntuales y casos concretos, aplicamos medidas específicas de conciliación como intentar adaptar el horario de los empleados a las circunstancias

familiares de cada uno.

Considerando la importancia de la corresponsabilidad en la integración de la vida personal, familiar y laboral, SERFEY implementa diversas iniciativas en el entorno laboral para fomentar esta práctica:

Flexibilidad horaria: Se ofrece a las personas trabajadoras la posibilidad de ajustar sus horarios laborales según sus necesidades personales y familiares. Se permite una flexibilidad de media hora en el inicio o finalización de la jornada laboral. Además, se facilita el teletrabajo, en los puestos que es posible, debido a las circunstancias de producción, cuando sea necesario para conciliar obligaciones personales con el ámbito laboral.

Banco de horas: Se proporciona un sistema de compensación horaria a través de un banco de horas, permitiendo a las personas trabajadoras recuperar el tiempo perdido debido a estas circunstancias, así como acumular horas para poder salir en momento que se necesite.

En SERFEY, junto con las iniciativas de igualdad de oportunidades y no discriminación, se aborda el tema de la corresponsabilidad en las sesiones de sensibilización. Estas charlas están diseñadas para concienciar a todos las personas trabajadoras sobre los beneficios que esta práctica aporta tanto a la organización como a la sociedad en general.

Igualmente, la empresa cuenta con la implementación de un Protocolo de Desconexión Digital donde se definen medidas para asegurar que el tiempo dedicado al trabajo se limite estrictamente al ámbito laboral, facilitando así una verdadera conciliación entre la vida personal y profesional.

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 organización, el desarrollo profesional y la formación son pilares fundamentales que aseguran la alta cualificación de las personas trabajadoras para sus roles, además de fortalecer su compromiso con la misión y valores de la empresa.

Para facilitar este proceso, se ha establecido un canal de comunicación interno llamado "Buzón de sugerencias", donde las personas trabajadoras pueden sugerir áreas de capacitación y formación que consideren beneficiosas para su desarrollo laboral. Cada sugerencia enviada es evaluada por Gerencia, considerando su relevancia para el puesto y su viabilidad. Cuando se acumulan varias sugerencias similares, se elabora un plan formativo para abordar estas necesidades identificadas por las personas trabajadoras.

Además contamos con el apoyo de un centro de formación externo dedicado a la formación laboral y capacitación de personas trabajadoras, que nos facilita las herramientas

necesarias e información para el desarrollo profesional de nuestro 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.

En cada incorporación de nuevas personas trabajadoras a SERFEY, se proporciona una capacitación detallada que abarca tanto las responsabilidades específicas de su puesto de trabajo como una completa introducción a los productos y servicios de la organización. Esta formación incluye una explicación exhaustiva del funcionamiento del rol y la metodología aplicable en la ejecución de las tareas asignadas.

Además de esta orientación inicial, se implementa un Plan de Incorporación que establece un calendario progresivo de objetivos, diseñado para facilitar una integración gradual y efectiva en el puesto, y la confirmación de los objetivos conseguidos por el personal.

Paralelamente a esta formación orientada al rol específico, SERFEY lleva a cabo programas de desarrollo destinados a mejorar las competencias técnicas y personales de las personas, con el fin de fomentar su crecimiento profesional y facilitar posibles promociones dentro de la organización. Estos programas se diseñan en respuesta a las necesidades comunicadas por las propias personas trabajadoras o identificadas por la empresa durante la ejecución de las funciones clave en los diferentes puestos.

Seguridad y Salud

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

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

22.1. Información adicional.

La organización dispone de un sistema de gestión de Prevención de Riesgos Laborales a través de la modalidad preventiva de Servicio de Prevención Ajeno, tal y como permite el RD 39/1997. De esta manera contamos con un Plan de Prevención, Evaluación de Riesgos y Planificación de la actividad preventiva para todos los puestos de trabajo disponibles en la organización, la cual se revisa como mínimo con carácter anual, salvo que haya modificaciones previas necesarias derivadas de algún accidente y/o incidente o situación que así lo haga necesario.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

servicios?

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

23.1. Información adicional.

Se lleva a cabo una gestión de compras responsable que prioriza el cumplimiento de criterios rigurosos en la evaluación de proveedores. Por consiguiente, es fundamental que los productos adquiridos cumplan con los estándares medioambientales y sociales establecidos de manera previa al inicio de cualquier proceso de compra. Esta medida garantiza que los servicios finales se alineen con la política corporativa desde el inicio del proceso de compra. Además se tiene en cuenta la procedencia de los productos, fomentando y priorizando la adquisición de productos locales.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

24.1. Información adicional.

Para nuestra organización es punto clave la clasificación y evaluación de proveedores, por lo que en relación a los requisitos de RSC, nuestros criterios de clasificación y selección de proveedores, son los siguientes:

Desarrollo de la Responsabilidad Social en el Proveedor: Seleccionamos proveedores que no solo suministren productos y servicios de calidad, sino que también tengan un compromiso claro con la responsabilidad social. Esto significa que sus operaciones deben tener un impacto positivo en sus empleados, la comunidad y el entorno.

Aspectos Ambientales: Se valoran proveedores que implementen prácticas sostenibles, como el uso de productos ecológicos y técnicas que minimicen el impacto ambiental, como el ahorro de recursos y la reducción de residuos. En el sector de la limpieza, esto incluye el uso de productos biodegradables y procesos que reduzcan el consumo de agua y energía.

Prácticas Comerciales Éticas: Serfey favorece a proveedores que actúan con transparencia y ética en sus operaciones. Esto incluye un trato justo a sus empleados, el cumplimiento de las normativas laborales y un enfoque que evite prácticas corruptas o desleales. La ética empresarial es clave para construir relaciones comerciales de confianza y largo plazo.

Cumplimiento Legal: Todos los proveedores deben cumplir con las normativas vigentes, tanto a nivel ambiental como laboral.

Aspectos Sociales: Valoramos que los proveedores que impacten de manera positiva a la

sociedad. Esto incluye aquellos que generan empleo de calidad, mejoran las condiciones laborales, participan en iniciativas de responsabilidad social o colaboran con organizaciones benéficas y comunitarias.

Compra Local: Fomentamos que la selección de proveedores locales siempre que sea posible. La compra local no solo apoya a la economía regional, sino que también reduce la huella de carbono asociada al transporte y fortalece los lazos con la comunidad. Trabajar con proveedores locales permite una mayor eficiencia logística y contribuye al desarrollo sostenible de la zona.

Este enfoque asegura que Serfey trabaje con proveedores que comparten sus valores de responsabilidad social, sostenibilidad y compromiso con la comunidad, creando una red de colaboración que beneficie tanto a la empresa como al entorno social y ambiental.

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.

En SERFEY valoramos profundamente la colaboración activa con la sociedad y nos comprometemos a mejorar la calidad de vida de las personas.

Por esta razón, participamos en diversos proyectos sociales significativos. Entre ellos, nuestra colaboración con Valentía, entre otras, nos permite ayudar a la integración y perpetuación de personas con discapacidad en el mercado laboral.

Además, colaboramos con diversas ONG?s, como es el caso de Aldeas Infantiles, dedicada a proporcionar cuidado familiar a niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad, promoviendo su desarrollo integral y su integración social. Otra ONG con la que colaboramos es Fundación Ferrer, la cual se dedica a mejorar el acceso a la salud mediante programas de educación sanitaria y apoyo a comunidades desfavorecidas.

En la parte social también colaboramos con la marcha Aspace de manera anual.

También apoyamos al ámbito deportivo local con el patrocinio de los clubs deportivos de referencia de la ciudad, como son el Club Balonmano Bada, el Club Ciclista Oscense, Club de Baloncesto Peñas. Ademñas somos empresa socia del Club Empresas y Fundación de la SD Huesca.

Desde el punto de vista social, y directo con las personas que forman parte de Huesca, realizamos patrocinios en fiestas de pueblos, como son Graus, Lascuarre y Capella, además de patrocinar el festival de rock del barrio M^a Auxiliadora de Huesca "Garrampa".

En la parte medioambiental, colaboramos con el Ayuntamiento de Huesca en la plantación

de 60 árboles bellotas en la vía verde de Huesca, y el compromiso de cuidarlos durante 2 años.

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.

Como hemos comentado SERFEY apoya de manera sistemática y organizada a las asociaciones y grupos detallados a lo largo de este cuestionario.

En concreto los pasos que seguimos para facilitar estas cooperaciones e incluirlas dentro de la estrategia de negocio son las siguientes:

- Identificación del grupo objetivo y sus requerimientos: En colaboración con la organización aliada, identificamos el área en el que quieren beneficiar para poder identificar la cuantía que podemos destinar a ese programa.
- Selección de la duración del programa: Una vez definido el área en la que se va a cooperar y considerando el perfil de los participantes, seleccionamos la duración del programa.

Por último y una vez que se han tenido en cuenta los puntos anteriores, se determina la cantidad destinada a la actividad.

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

La transparencia en las comunicaciones de las actuaciones realizadas por la organización es fundamental para establecer una relación de confianza con la comunidad. Por esta razón, en SERFEY consideramos esencial a comunicación y colaboración para compartir las acciones de la organización no solo con las personas trabajadoras, sino también con nuestros grupos de interés, promoviendo su participación activa.

Los canales de comunicación establecidos son los siguientes:

- Comunicaciones comerciales: SERFEY incorpora en su documentación laboral información sobre las actividades sociales que lleva a cabo, permitiendo que todos los grupos de interés que solicite información sobre nuestra actividad empresarial pueda acceder a estos datos.

- Canal de atención al cliente: Mediante el sitio web de la organización se proporcionan datos de contacto para que cualquier persona pueda expresar sus dudas, quejas o sugerencias.
- Publicidad: Comunicamos de manera anual las actuaciones desarrolladas, incluso en algunas ocasiones como en el club SD Huesca es visible ya que aparecemos en el listado y se expone el logo en el campo de fútbol. En otras colaboraciones como la Marcha Aspace, también aparecemos como colaboradores.

Al mismo tiempo, en las encuestas de satisfacción del servicio prestado, se incluye una sección de observaciones donde los interesados pueden dejar sus comentarios. De este modo se permite identificar mejor las preocupaciones y necesidades del entorno social que afecta a la organización, ayudándonos a mejorar la calidad de nuestros servicios según las expectativas de las partes implicadas.

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

Hemos implementado un Plan de Comunicación para divulgar todas las actividades sociales que realiza dentro de la organización, asegurando que todos los grupos de interés estén informados sobre estas acciones. La difusión se realiza a través de las redes sociales de la organización y mediante comunicaciones directas con los clientes.

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 evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para separar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

29.1. Información adicional.

En relación con las políticas medioambientales que se siguen en SERFEY para controlar el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad, las principales líneas de actuación que seguimos son las siguientes:

- Concienciación y formación ambiental para personas trabajadoras: Todas las medidas implementadas son posibles gracias a que el personal está bien informado y capacitado sobre los objetivos medioambientales de la empresa. La formación continua asegura que todos comprendan la importancia de nuestras prácticas ecológicas y las implementen en su trabajo diario.
- Gestión eficiente de materiales de limpieza: Utilizamos los productos de limpieza de

manera responsable. Únicamente se utilizan aquellos materiales necesarios para cada tarea y se reutilizan aquellos que lo permiten antes de desecharlos. Esto incluye el uso responsable de papel y productos desechables. Todo esto se realiza con la finalidad de garantizar el mínimo desperdicio. Además siempre que el tipo de servicio lo permite utilizamos productos ecológicos para provocar un menor impacto medioambiental.

- Disminución del uso de energía y agua: Supervisamos regularmente el consumo de energía y agua y se analiza cualquier desviación para asegurar prácticas adecuadas. Se implementan diferentes mecanismos con el fin de llevar a cabo dicha disminución, como sustituir aquella iluminación que cuenta con un consumo excesivo, por iluminación de bajo consumo, y establecer una política restrictiva en el uso de agua.

- Reciclaje: Disponemos de un sistema de reciclaje en nuestra empresa para papel/cartón, plásticos y otros residuos. Los cartuchos de tóner de nuestras oficinas se devuelven a los proveedores para su reciclaje. Otros materiales, como envases y botellas de plástico, se depositan en los contenedores específicos para su reciclaje adecuado. El resto de material que no tiene cabida en los contenedores habituales, los llevamos al punto limpio o gestor de residuos correspondiente.

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.

Tenemos un compromiso frente al cambio climático, para prevenir y minimizar impactos ambientales, apoyamos iniciativas que promuevan la responsabilidad ambiental y trabajamos con materiales sostenibles

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 el uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

Estamos comprometidos con la transición hacia un modelo de economía circular, reconociendo que es esencial para reducir nuestro impacto ambiental y promover un uso más eficiente de los recursos. Nuestra estrategia se basa en una serie de iniciativas que estamos intentando implementar y asentar en nuestras operaciones diarias.

Integración de materiales reciclados: Siempre que es posible, incorporamos productos y materiales reciclados en nuestras operaciones, desde herramientas hasta insumos de limpieza, contribuyendo a la reducción del consumo de materias primas vírgenes.

Reutilización de productos: Fomentamos la reutilización de equipamientos y materiales dentro de nuestros procesos, alargando su ciclo de vida útil y reduciendo la generación de residuos innecesarios.

Reciclaje de residuos: Contamos con un sistema de separación y gestión de residuos en todas nuestras operaciones, asegurando que aquellos materiales que no pueden ser reutilizados son reciclados adecuadamente. Esto incluye productos como envases, plásticos y textiles.

Consumo de energía no contaminante: Hemos comenzado la transición hacia el uso de fuentes de energía limpia en nuestras instalaciones y operaciones. Siempre que es viable, utilizamos energías renovables, reduciendo nuestra huella de carbono y mejorando la eficiencia energética de nuestros procesos.

Sensibilización y formación: Sabemos que la transición hacia una economía circular no se limita solo a nuestras operaciones internas. Por ello, capacitamos a nuestro equipo y a nuestros clientes en prácticas sostenibles, con el fin de multiplicar el impacto positivo y fortalecer una cultura orientada al cuidado del medio ambiente.

Con estas iniciativas, avanzamos firmemente en la adopción de un modelo económico circular, demostrando que es posible mantener altos estándares de calidad y eficiencia mientras reducimos significativamente nuestro impacto ambiental.

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

Todas las iniciativas ambientales que han sido implementadas se comunican a todos los grupos relevantes. Estos incluyen principalmente a personas trabajadoras, clientes y proveedores. A su vez, nos aseguramos de informar a cada uno de ellos sobre el rol específico que ocupan en la estrategia ambiental de la organización para una gestión efectiva de políticas medioambientales.

? Personas Trabajadoras: Se explica la política ambiental de la organización y las prácticas recomendadas en sesiones informativas y de concienciación.

? Clientes: Se construye confianza y credibilidad informando a los clientes sobre la política ambiental de la organización.

? Proveedores: Durante la evaluación de proveedores en términos ambientales, informamos a nuestros proveedores sobre los criterios ambientales que valoramos.

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

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?

Como puntos fuertes que desde SERFEY consideramos que en este área destacamos por:

- Compromiso con la sostenibilidad medioambiental mediante la implementación de prácticas de economía circular, como el reciclaje de recursos y la integración de materiales reciclados.
- Iniciativas de patrocinio y donaciones a través de las colaboraciones activas con ONG y proyectos sociales así como patrocinios a proyectos locales que promueven valores sociales o ambientales.
- Transparencia y ética en la gestión disponiendo de políticas y procedimientos claros para la selección de proveedores locales y éticos, asegurando que se mantengan los estándares de calidad y equidad que perseguimos.
- Implicación de las personas trabajadoras y grupos de interés a través del fomento de la participación activa en políticas medioambientales y sociales.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Una de las principales áreas de mejora en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa de nuestra empresa reside en la ampliación y profundización de nuestras iniciativas de sostenibilidad medioambiental.

Aunque hemos avanzado en la implementación de prácticas de economía circular y en la adopción de energías limpias, existe una oportunidad significativa para optimizar el uso

eficiente de recursos clave como el agua y minimizar el uso de productos de un solo uso. En este sentido, fortalecer la colaboración con nuestros proveedores para garantizar que también adopten prácticas sostenibles sería un paso crucial hacia una gestión aún más responsable y alineada con los principios de la sostenibilidad.

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 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.