

RSA - PYMES

Empresa evaluada

PODOACTIVA, S.L.

CIF:B22316707

P.T. Walqa - Ctra. Zaragoza N330a Km 566

22197 - Cuarte

Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

PODOACTIVA S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Carretera Zaragoza N-330, KM 566. 22197 Cuarte (Huesca)

03 - Sector. Actividad

3250 FABRICACIÓN DE INSTRUMENTOS Y SUMINISTROS MÉDICOS Y ODONTOLÓGICOS

04 - Año comienzo actividad.

2006

05 - Número de personas empleadas

52

06 - Persona contacto

Marina Azpíroz

07 - E-mail contacto

marinaazpiroz@podoactiva.com

08.- Página web

<https://www.podoactiva.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

Se realiza un análisis formal y periódico, a través de reuniones estratégicas, reuniones internas y evaluaciones de impacto, que nos permite identificar los temas con mayor relevancia para nuestra actividad. Este análisis incluye la revisión de factores externos e internos que puedan influir en nuestra operativa, sostenibilidad y crecimiento.

Cuando es necesario, se ponen en marcha planes a medio y largo plazo para mitigar riesgos y aprovechar oportunidades, con acciones específicas en cada ámbito.

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

No

2.1. Información adicional

La magnitud y el impacto de estos factores suelen requerir un enfoque colaborativo, que combine esfuerzos de diferentes actores, como administraciones públicas, asociaciones empresariales, redes sectoriales y organizaciones especializadas. Las PYMES se benefician especialmente de estas alianzas, ya que permiten compartir conocimientos, acceder a recursos técnicos o financieros, e influir en decisiones regulatorias que de forma individual serían difíciles de abordar.

Además, temas como el cambio climático, la transformación digital o la igualdad de género exigen una respuesta coordinada a nivel global, donde la suma de esfuerzos multiplica el impacto. En este sentido, pertenecer a redes empresariales, clústeres de innovación o asociaciones profesionales es clave para que las PYMES puedan afrontar estos desafíos de manera más efectiva.

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 incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

3.1. Información adicional

Dado que operamos en el ámbito de la salud y la fabricación de productos sanitarios, estamos sujetos a regulaciones estrictas que establecen requisitos en materia de seguridad, gestión ambiental, igualdad de oportunidades, y bienestar laboral. Estas normativas nos exigen adoptar prácticas responsables tanto en la gestión de recursos naturales como en la promoción de un entorno de trabajo seguro e inclusivo.

Sin embargo, aunque el cumplimiento legal es un factor determinante, entendemos que

estos aspectos también contribuyen de forma indirecta a la sostenibilidad y la reputación de la organización. Por ello, en ocasiones, vamos más allá de las exigencias mínimas legales, integrando buenas prácticas que favorecen el cuidado del medio ambiente y el desarrollo social dentro de nuestras capacidades y recursos disponibles.

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

No existe un porcentaje fijo del beneficio asignado de forma permanente, ya que la asignación de recursos se adapta a la naturaleza, alcance y necesidades de cada proyecto. Esta flexibilidad nos permite responder de manera eficiente a iniciativas concretas, optimizando el impacto de la inversión en función de las prioridades estratégicas y del contexto social o medioambiental en el que operamos.

Esta forma de gestión nos permite apoyar proyectos de diversa índole, como acciones de responsabilidad social corporativa, colaboraciones con entidades del ámbito de la salud, el deporte y la educación, así como iniciativas orientadas a la sostenibilidad ambiental y la mejora de la eficiencia en el uso de recursos. Además, esta metodología nos facilita ajustar el presupuesto de manera proactiva, asegurando la viabilidad y el impacto positivo de cada acción que desarrollamos.

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

En Podoactiva, tenemos claramente identificados los grupos de interés con los que nos relacionamos y realizamos una gestión específica para cada uno de ellos, adaptando nuestras estrategias de comunicación y colaboración en función de sus necesidades e intereses.

Nuestros principales grupos de interés incluyen empleados, clientes, proveedores, socios estratégicos, administraciones públicas, asociaciones profesionales, organismos de salud, medios de comunicación e instituciones educativas. Cada uno de estos colectivos desempeña un papel fundamental en el desarrollo de nuestra actividad, por lo que establecemos canales de comunicación abiertos y efectivos para fomentar relaciones basadas en la confianza, la transparencia y la colaboración.

La gestión específica de cada grupo se lleva a cabo mediante diversas acciones, como programas de formación interna para empleados, encuestas de satisfacción y atención personalizada para clientes, acuerdos de colaboración con proveedores, así como la

participación activa en proyectos de innovación, eventos científicos y deportivos. Además, mantenemos alianzas estratégicas con organizaciones públicas y privadas para impulsar el desarrollo de proyectos de interés común.

Esta gestión diferenciada nos permite anticipar necesidades, identificar oportunidades de mejora y fortalecer nuestro compromiso con la responsabilidad social, contribuyendo de forma sostenible al crecimiento de la organización y al bienestar de la sociedad.

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

Contamos con mecanismos específicos para identificar las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés, los cuales se analizan de forma individualizada para garantizar una respuesta adecuada a cada uno de ellos.

Estos mecanismos incluyen encuestas de satisfacción para clientes,*evaluaciones de desempeño y entrevistas de seguimiento para empleados, así como reuniones periódicas con proveedores, colaboradores y socios estratégicos. Además, participamos activamente en foros sectoriales, eventos científicos, deportivos y encuentros con organismos públicos, lo que nos permite recoger de primera mano información relevante sobre las expectativas del entorno.

Esto nos permite adaptar nuestros productos, servicios y procesos internos para mejorar la experiencia del cliente, promover un entorno de trabajo motivador para nuestros empleados y fortalecer relaciones de colaboración con otros actores clave.

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

Las pautas y normas de actuación de la organización se comunican verbalmente a los gestores y responsables de personas al iniciar la relación laboral.

Este enfoque permite transmitir de forma directa y personalizada la cultura organizacional, los valores fundamentales, y las expectativas en cuanto a comportamiento profesional y ético. Durante el proceso de incorporación, se explican claramente las directrices sobre la forma de trabajar, el compromiso con la calidad, la atención al cliente, y la importancia de la responsabilidad social y la sostenibilidad en nuestras actividades.

Además, este intercambio verbal facilita un diálogo abierto, permitiendo que los nuevos integrantes puedan plantear dudas, aclarar conceptos y comprender mejor el contexto en el que desarrollarán su labor. Aunque la transmisión inicial es verbal, este proceso se

complementa con el acompañamiento continuo de los equipos de trabajo y con la orientación de los responsables directos, quienes refuerzan estas pautas en el día a día.

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

Las personas que trabajan en la organización conocen la cultura, la razón de ser, los valores y los objetivos de la empresa, aunque este conocimiento está más presente entre aquellos empleados que están más implicados en la gestión estratégica o en roles de mayor responsabilidad.

Esto se debe a que los gestores, responsables de equipo y personal directamente vinculado con la toma de decisiones participan de forma más activa en reuniones, planes de acción y procesos donde se definen y actualizan estos aspectos clave. En estos entornos, se refuerza de manera continua la importancia de la misión, visión y valores de la organización, así como los objetivos estratégicos a corto y largo plazo.

Sin embargo, aunque el resto del equipo está alineado con los principios básicos que guían nuestra actividad diaria, es posible que no todos tengan la misma profundidad de conocimiento sobre los objetivos globales de la organización. Este enfoque permite que quienes asumen roles de mayor responsabilidad puedan liderar con claridad y coherencia, transmitiendo estos valores de forma gradual y adaptada al resto de los equipos en el día a día.

No obstante, somos conscientes de la importancia de ampliar esta difusión a todos los niveles de la organización, para fomentar un mayor sentido de pertenencia y compromiso colectivo, por lo que seguimos trabajando en mejorar los canales de comunicación interna para reforzar esta conexión con la cultura y los objetivos de Podoactiva.

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social, con el objetivo de integrar de forma progresiva principios éticos, sociales y medioambientales en nuestra actividad diaria.

Por ejemplo, desarrollamos proyectos que contribuyen al cuidado del medio ambiente, como la optimización de procesos productivos para reducir el consumo de recursos y la incorporación de criterios de sostenibilidad en la fabricación de nuestros productos. Además, colaboramos activamente con asociaciones, entidades deportivas, organizaciones

del ámbito de la salud y administraciones públicas para promover hábitos de vida saludables y el acceso a soluciones podológicas de calidad.

Estas actuaciones reflejan nuestro compromiso con un modelo de negocio sostenible, en el que la Responsabilidad Social no se entiende como una acción puntual, sino como un proceso en evolución continua que forma parte de nuestra estrategia de crecimiento y mejora.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

Aquí tienes una justificación para esa respuesta:

Actualmente no existe un Plan de Responsabilidad Social (RS) formalmente establecido ni acciones concretas definidas dentro de un marco estructurado, por lo que no se han planteado objetivos ni indicadores de seguimiento específicos.

Sin embargo, somos conscientes de la importancia de integrar la Responsabilidad Social de manera estratégica en nuestra organización. Aunque no contamos con un plan formal, realizamos de forma puntual acciones que reflejan nuestro compromiso con aspectos sociales, medioambientales y éticos, aunque estas iniciativas no están aún sistematizadas ni vinculadas a un seguimiento estructurado mediante indicadores.

Reconocemos que la definición de objetivos claros y la implementación de indicadores de seguimiento son fundamentales para medir el impacto de nuestras acciones y garantizar una mejora continua. Por ello, nos encontramos en una fase de reflexión y análisis para avanzar hacia la formalización de un Plan de Responsabilidad Social que nos permita gestionar de forma más efectiva estas áreas, alineando nuestras actividades con principios de sostenibilidad y compromiso social a largo plazo.

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

En Podoactiva, contamos con una metodología establecida para conocer la satisfacción de nuestros clientes, la cual se revisa periódicamente para garantizar su eficacia y adaptabilidad a las necesidades cambiantes del mercado.

Esta metodología incluye diversas herramientas, como encuestas de satisfacción, evaluaciones posteriores al servicio y canales de comunicación directa, que nos permiten recoger de forma sistemática la opinión de nuestros clientes sobre la calidad de nuestros productos, la atención recibida y su experiencia general con la organización.

Además, analizamos esta información de manera regular para identificar áreas de mejora y oportunidades de innovación. Los resultados obtenidos se integran en nuestros procesos de mejora continua, permitiéndonos ajustar procedimientos, optimizar servicios y garantizar que las expectativas de nuestros clientes se vean reflejadas en nuestra oferta.

Este enfoque no solo nos ayuda a mantener un alto nivel de satisfacción, sino que también fortalece la relación de confianza y fidelización con nuestros clientes, contribuyendo al crecimiento sostenible de la compañía.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

12.1. Información adicional

Disponemos de mecanismos estructurados para la identificación de mejoras en el servicio a nuestros clientes, así como para evaluar su eficacia una vez implementadas.

Estos mecanismos incluyen encuestas de satisfacción, análisis de feedback directo, estudios de calidad del servicio y reuniones periódicas con los equipos de trabajo. A través de estos canales, recogemos de forma sistemática las opiniones, sugerencias y posibles incidencias, lo que nos permite detectar áreas de mejora de manera proactiva.

Una vez identificadas, las propuestas de mejora se analizan en función de su viabilidad, impacto en la experiencia del cliente y alineación con los objetivos estratégicos de la organización. Posteriormente, se implementan en los procesos internos mediante protocolos de actuación específicos y actualizaciones en nuestros procedimientos operativos.

Para saber si estas mejoras son exitosas, establecemos indicadores de seguimiento y métricas de evaluación, que nos permiten medir su impacto en la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la calidad del servicio. Además, realizamos un seguimiento continuo para ajustar o redefinir las acciones si es necesario.

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

Llevamos a cabo labores de investigación con el objetivo de ajustar nuestros productos y

servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y del mercado. Este proceso se planifica cuidadosamente y se evalúan los resultados, garantizando que la innovación se desarrolle de forma responsable y sostenible en el tiempo.

Nuestra estrategia de investigación e innovación se basa en la observación continua del mercado, el análisis de tendencias del sector de la salud y la biomecánica, y la recopilación de feedback directo de nuestros clientes y profesionales de la salud. A partir de esta información, identificamos oportunidades de mejora y desarrollamos soluciones que aporten un valor diferencial.

Este enfoque nos permite mantenernos a la vanguardia en el sector, garantizando que nuestras soluciones no solo respondan a las necesidades actuales, sino que también estén preparadas para los desafíos futuros.

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

Incorporamos de forma sistemática aspectos ambientales y sociales en la producción de nuestros productos y en la prestación de nuestros servicios, asegurando que estos factores sean parte integral de nuestra gestión.

Desde el diseño y la fabricación de plantillas personalizadas hasta la realización de estudios biomecánicos y servicios podológicos, aplicamos criterios de sostenibilidad ambiental, como el ecodiseño o la optimización del uso de materiales, la reducción de residuos y el fomento de la eficiencia energética en nuestros procesos productivos. Además, promovemos el uso de tecnologías que minimizan el impacto ambiental, como el uso de materiales reciclables o procesos de fabricación más sostenibles.

En el ámbito social, priorizamos un enfoque centrado en la igualdad de oportunidades, la conciliación de la vida personal y profesional, y la seguridad en el entorno de trabajo.

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

Disponemos de un proceso normalizado de servicio postventa integral, diseñado para garantizar la satisfacción continua de nuestros clientes. Este proceso se revisa y mejora periódicamente con el objetivo de adaptarse a sus necesidades y optimizar la calidad de nuestros servicios.

Una de las características clave de nuestro servicio postventa es el seguimiento específico

para productos como las plantillas personalizadas, que incluye un protocolo de revisiones programadas para evaluar su efectividad y asegurar el bienestar del paciente. Este seguimiento consiste en:

- Revisión al mes: Permite realizar un primer control de adaptación, identificar posibles ajustes necesarios y resolver cualquier duda del cliente sobre el uso de las plantillas.
- Revisión a los seis meses: Se evalúa el rendimiento de las plantillas a medio plazo, analizando posibles cambios en la pisada o en la biomecánica del paciente debido a la evolución de su actividad o condición física.
- Revisión al año: Se realiza un análisis integral para valorar la durabilidad del producto, la necesidad de ajustes o renovaciones, y la evolución del paciente en términos de confort y eficacia del tratamiento.

Este enfoque integral garantiza un acompañamiento continuo del cliente, permitiéndonos detectar posibles incidencias de forma temprana, mejorar la experiencia del usuario y mantener un estándar de calidad elevado en nuestros servicios. Además, el proceso de postventa está en constante revisión, lo que nos permite incorporar mejoras basadas en el feedback de los clientes y en la evolución de nuestras técnicas y tecnologías.

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

Proporcionamos información detallada sobre la totalidad de los productos y servicios de nuestra oferta comercial, incluyendo sus características, propiedades y posibles riesgos asociados.

Dado que muchos de nuestros productos, como las plantillas personalizadas, están clasificados como **productos sanitarios de Clase I**, cumplimos rigurosamente con la normativa vigente aplicable en materia de productos sanitarios. Esto implica que, además de ofrecer información técnica y de uso, entregamos toda la documentación pertinente de acuerdo con la legislación vigente, incluyendo instrucciones de uso, recomendaciones para su correcto mantenimiento y advertencias sobre posibles contraindicaciones o limitaciones del producto.

Nuestro compromiso con la transparencia y la seguridad del paciente nos lleva a garantizar que esta información sea clara, accesible y actualizada, facilitando a los usuarios y profesionales de la salud toda la documentación necesaria para un uso adecuado y seguro de nuestros productos y servicios. Además, este enfoque nos permite cumplir con los requisitos legales y de calidad que regulan el sector sanitario, reforzando la confianza de nuestros clientes en la fiabilidad y eficacia de nuestras soluciones.

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

Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de nuestras personas empleadas, aunque se han implementado de forma puntual a través de iniciativas específicas como reuniones, encuestas y espacios de diálogo directo.

Estas acciones se han llevado a cabo en momentos concretos para recoger la opinión de los empleados sobre aspectos clave relacionados con el clima laboral, el desarrollo profesional, la comunicación interna y la conciliación de la vida personal y laboral. Las reuniones específicas permiten un intercambio directo de ideas y sugerencias, mientras que las encuestas nos han ofrecido una visión más amplia y anónima sobre la percepción general del entorno de trabajo.

Si bien estas iniciativas no se realizan de forma periódica, su implementación ha sido útil para identificar áreas de mejora y aplicar acciones concretas que contribuyan al bienestar del equipo. Somos conscientes de la importancia de establecer mecanismos más continuos y sistemáticos para evaluar la satisfacción de nuestros empleados, por lo que consideramos esta área como una oportunidad de mejora para fortalecer el compromiso y la motivación dentro de la organización.

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.

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad, que establece objetivos concretos, medidas específicas, indicadores de seguimiento y un sistema de evaluación para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en todos los ámbitos de la organización.

Además, se implementan medidas activas para promover un entorno inclusivo y respetuoso, como la formación en igualdad y diversidad para el personal, la revisión periódica de las políticas de recursos humanos para detectar y corregir posibles desigualdades, y el fomento de la conciliación de la vida personal y profesional.

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.

Contamos con iniciativas formales para facilitar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de todas las personas empleadas.

Estas medidas incluyen horarios flexibles, opciones de teletrabajo en función de las necesidades del puesto, permisos adaptados para situaciones familiares específicas y la posibilidad de realizar ajustes temporales en la jornada laboral para favorecer el equilibrio entre las responsabilidades personales y profesionales.

Además, desarrollamos acciones de sensibilización dirigidas a todo el equipo, con el objetivo de fomentar una cultura organizativa que valore la corresponsabilidad, tanto en el ámbito laboral como en el familiar. Estas acciones incluyen cursos que ponen en valor la importancia del reparto equitativo de las tareas de cuidado y la eliminación de estereotipos de género en este ámbito.

Formación y desarrollo profesional

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

20.1. Información adicional.

La gestión de las necesidades de formación de las personas empleadas se realiza de manera descentralizada, donde cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades formativas específicas para los puestos de trabajo que gestiona.

Este enfoque permite que la detección de necesidades formativas esté directamente alineada con las competencias requeridas en cada área, ya que son los responsables quienes mejor conocen las demandas técnicas, operativas y de desarrollo profesional de sus equipos.

Una vez detectadas, estas necesidades se comunican al área de recursos humanos.

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.

La gestión del desarrollo de las personas se inicia desde el momento de su incorporación a la organización, mediante la realización de una formación básica orientada al desempeño del puesto de trabajo y al conocimiento de la actividad de la empresa.

Esta formación inicial tiene como objetivo garantizar que cada nuevo empleado adquiera las competencias esenciales para desempeñar sus funciones de manera eficiente, así como una comprensión integral de nuestra cultura organizativa, valores, procesos internos y estándares de calidad. Incluye tanto aspectos técnicos específicos del puesto como información sobre la estructura de la organización, protocolos de seguridad, normativas aplicables (especialmente en el ámbito de productos sanitarios) y procedimientos de trabajo.

Además, este proceso de formación básica facilita la adaptación del nuevo personal al entorno laboral, permitiendo una integración más rápida y efectiva en los equipos de trabajo. Aunque esta formación marca el inicio del desarrollo profesional, se complementa posteriormente con acciones formativas continuas, identificadas en función de las necesidades del puesto y del crecimiento de cada persona dentro de la organización.

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.

Hemos implantado mecanismos de salud y seguridad laboral que garantizan un entorno de trabajo seguro para todas las personas empleadas. Para ello, se ha realizado una evaluación de riesgos laborales y se ha planificado la acción preventiva correspondiente.

La evaluación de riesgos laborales nos permite identificar, analizar y valorar los posibles peligros asociados a cada puesto de trabajo, considerando tanto factores físicos como ergonómicos, psicosociales y ambientales. Esta evaluación se actualiza de forma periódica o cuando se producen cambios significativos en la organización, en los procesos productivos o en los equipos de trabajo.

A partir de esta evaluación, se ha desarrollado un Plan de Acción Preventiva que establece las medidas necesarias para eliminar o minimizar los riesgos identificados, priorizando aquellas acciones que contribuyen de manera más efectiva a la protección de la salud de nuestros empleados. Estas medidas incluyen la implementación de protocolos de seguridad, la formación en prevención de riesgos laborales, el uso de equipos de protección individual (EPI) cuando es necesario y la vigilancia de la salud mediante controles periódicos.

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.

Si bien no existe una política formal de compra responsable, en algunos casos se tienen en cuenta criterios específicos relacionados con la procedencia de los productos y consideraciones ambientales para la adquisición de determinados bienes y servicios.

Este enfoque se refleja en la selección de proveedores que cumplen con estándares de calidad, sostenibilidad y responsabilidad social, priorizando, cuando es posible, aquellos que operan de forma local o que garantizan prácticas éticas en su cadena de suministro.

Aunque estas decisiones se aplican de forma puntual, reflejan un compromiso creciente por parte de la organización hacia prácticas de compra más sostenibles. Somos conscientes de la importancia de formalizar estos criterios en el futuro para integrarlos de manera sistemática en nuestros procesos de adquisición, contribuyendo así a una gestión más responsable de los recursos y al impacto positivo en el entorno.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

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

24.1. Información adicional.

Existen criterios para la clasificación y evaluación de proveedores que, en algunos casos, integran aspectos sociales y ambientales, especialmente cuando estos factores tienen un impacto directo en nuestra actividad.

Aunque la calidad, la fiabilidad y la capacidad de respuesta de los proveedores son los criterios principales en nuestra evaluación, también hemos incorporado, de forma puntual, consideraciones relacionadas con la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social. Un ejemplo de ello es la preferencia por proveedores locales, lo que no solo contribuye a reducir la huella de carbono asociada al transporte, sino que también apoya el desarrollo económico de las comunidades cercanas, sobre todo en la provincia de Huesca.

Si bien estos criterios no están aún formalizados para todos los procesos de compra, reflejan una tendencia creciente hacia la integración de aspectos sociales y ambientales en nuestras decisiones de abastecimiento. Nuestro objetivo es seguir avanzando en esta línea, incorporando de forma más sistemática estos principios en la gestión de la cadena de suministro para contribuir a un modelo de negocio más sostenible y responsable.

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.

Colaboramos en proyectos sociales que están alineados con la cultura y los valores de la organización, aunque estas colaboraciones no se enmarcan dentro de una planificación específica.

Nuestra participación se centra en iniciativas que reflejan nuestro compromiso con la salud, el deporte, la educación y el bienestar social, apoyando actividades que promueven el acceso a la atención podológica y la mejora de la calidad de vida en las comunidades donde operamos. Estas colaboraciones suelen surgir de oportunidades concretas o necesidades detectadas en el entorno, lo que nos permite mantener un enfoque flexible para adaptarnos a diferentes contextos.

Entre los proyectos en los que hemos participado se incluyen acciones de apoyo a entidades deportivas locales, colaboraciones con asociaciones de pacientes, iniciativas educativas en centros formativos y actividades solidarias relacionadas con la salud y la inclusión social.

Aunque actualmente no existe una estrategia formal de responsabilidad social planificada, estas acciones reflejan nuestro interés por contribuir de forma activa y significativa a la sociedad, de acuerdo con nuestros valores corporativos. Estamos abiertos a seguir fortaleciendo esta dimensión, explorando la posibilidad de establecer un enfoque más estructurado en el futuro para maximizar el impacto positivo de nuestras colaboraciones.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

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

26.1. Información adicional.

Realizamos algunas iniciativas sociales que están relacionadas con aspectos específicos de nuestra organización o con el compromiso personal y profesional de las personas que forman parte de nuestro equipo.

Estas iniciativas no están plenamente integradas en la estrategia de negocio de forma estructurada, pero sí guardan relación con nuestra actividad principal, especialmente en áreas como la salud, el deporte y la educación. Por ejemplo, apoyamos eventos deportivos vinculados a la biomecánica y la podología, y participamos en acciones solidarias o de voluntariado impulsadas por nuestro propio personal.

Esta conexión entre las iniciativas sociales y nuestra actividad permite que, aunque no exista una integración formal con la estrategia de negocio, se genere un impacto positivo

tanto en la comunidad como en la propia organización, reforzando nuestros valores corporativos y el sentido de pertenencia de nuestros empleados.

Estamos abiertos a seguir avanzando hacia una mayor integración de estos proyectos sociales con la estrategia global de Podoactiva, de modo que contribuyan de forma más directa al desarrollo sostenible y al fortalecimiento de nuestra responsabilidad social corporativa.

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 comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

27.1. Información adicional

Las actuaciones en materia social se comunican de forma formal a todas las personas empleadas y a otros grupos de interés, fomentando activamente su participación e implicación en estas iniciativas.

Utilizamos canales de comunicación interna como correos electrónicos para informar sobre las diferentes acciones sociales que desarrollamos. Además, promovemos la participación directa en proyectos de voluntariado corporativo, campañas solidarias y actividades organizadas en colaboración con asociaciones y entidades sociales.

Esta comunicación no solo tiene un carácter informativo, sino que busca generar un compromiso real y activo por parte de los empleados, animándolos a involucrarse en iniciativas que reflejan los valores de la organización. Ejemplos de ello incluyen la colaboración en eventos deportivos solidarios, campañas de concienciación en salud, actividades benéficas o programas de apoyo a comunidades locales.

Este enfoque contribuye a reforzar el sentido de pertenencia de los empleados, creando un entorno donde la responsabilidad social no es solo un compromiso de la empresa, sino también una oportunidad para que cada persona pueda aportar de forma significativa a la sociedad.

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

La comunicación de nuestras actuaciones en materia social hacia la comunidad local se

realiza de forma puntual, centrada en proyectos específicos y colaboraciones en curso.

Aunque no contamos con una estrategia de comunicación social continua y estructurada, compartimos información sobre nuestras iniciativas a través de canales como notas de prensa, publicaciones en redes sociales, colaboraciones con medios de comunicación locales y eventos públicos. Esta comunicación tiene como objetivo dar visibilidad a las acciones concretas en las que participamos, como proyectos solidarios, campañas de concienciación en salud, eventos deportivos de carácter social o actividades de apoyo a asociaciones locales.

Si bien estas acciones de comunicación son efectivas para informar sobre iniciativas específicas, somos conscientes de la oportunidad de mejorar la regularidad y la planificación de nuestra comunicación social, con el fin de fortalecer el vínculo con la comunidad local y poner en valor de forma más continua nuestro compromiso con la responsabilidad social. Esto contribuirá a una mayor implicación de la sociedad y a reforzar el impacto positivo de nuestras acciones en el entorno en el que desarrollamos nuestra actividad.

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.

Evaluamos el impacto ambiental derivado de nuestra actividad y llevamos a cabo acciones específicas para mitigar sus efectos, enfocándonos en la correcta gestión de residuos y en la reducción del consumo de recursos naturales.

Realizamos una evaluación del impacto ambiental para identificar los principales aspectos relacionados con nuestro entorno, como el consumo de energía, agua, materiales utilizados en la fabricación de productos sanitarios, y la generación de residuos. A partir de este análisis, implementamos medidas orientadas a minimizar estos impactos, promoviendo un enfoque de mejora continua en la sostenibilidad de nuestras operaciones.

Entre las acciones concretas destacan:

- Segregación y reciclaje de residuos: Contamos con procedimientos para la separación adecuada de residuos peligrosos y no peligrosos, así como para su correcta gestión y reciclaje, cumpliendo con la normativa vigente en materia de medio ambiente.
- Reducción del consumo de recursos naturales: Aplicamos medidas para optimizar el uso de energía y agua, promoviendo el uso eficiente de estos recursos en nuestras instalaciones y procesos productivos. Además, fomentamos el uso de materiales más sostenibles y reducimos el desperdicio en la fabricación de productos personalizados.

Este compromiso ambiental no solo se refleja en acciones internas, sino que también forma parte de nuestra cultura organizativa, sensibilizando a empleados y colaboradores sobre la importancia de adoptar prácticas responsables que contribuyan a la protección del medio ambiente.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

30.1. Información adicional.

Hemos participado de forma puntual en iniciativas que evidencian nuestro compromiso público con la prevención de la contaminación y la protección del medio ambiente.

Estas acciones han estado vinculadas a eventos específicos relacionados con la sostenibilidad, donde hemos contribuido a la sensibilización y promoción de buenas prácticas ambientales. Ejemplos de ello incluyen plantaciones en nuestras instalaciones o participación en proyectos de I+D+i con un componente sostenible.

Si bien estas iniciativas no forman parte de un programa continuo, reflejan nuestro interés por contribuir de forma activa a la prevención de la contaminación, tanto en nuestro entorno más cercano como en el ámbito de nuestra actividad profesional.

Somos conscientes de la necesidad de avanzar hacia un compromiso más sistemático en esta área, por lo que consideramos estas experiencias como un punto de partida para integrar de manera más estructurada acciones medioambientales en nuestra estrategia de responsabilidad social.

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

Hemos desarrollado iniciativas consolidadas que integran los principios de la economía circular en nuestras operaciones, con el objetivo de optimizar el uso de recursos, minimizar el impacto ambiental y fomentar la sostenibilidad.

Estas iniciativas se centran en cuatro áreas clave:

1. Integración de materiales reciclados: En la fabricación de nuestros productos, especialmente en plantillas personalizadas, promovemos el uso de materiales reciclados o con menor impacto ambiental, siempre que cumplan con los estándares de calidad y seguridad requeridos para productos sanitarios.

2. Reutilización de productos: Implementamos procedimientos para reutilizar componentes o materiales en la medida de lo posible, reduciendo la necesidad de nuevas materias primas y extendiendo el ciclo de vida útil de ciertos productos y equipos.

3. Reciclaje de residuos: Contamos con un sistema de gestión de residuos que incluye la segregación, el reciclaje y la correcta disposición final. Esto abarca tanto residuos generados en la producción como en el entorno de nuestras instalaciones.

4. Consumo de energía no contaminante: Fomentamos el uso de energía proveniente de fuentes renovable y aplicamos medidas de eficiencia energética para reducir el consumo en nuestros centros de trabajo y procesos productivos.

Estas acciones reflejan nuestro compromiso con la economía circular, no solo como una práctica ambientalmente responsable, sino también como una estrategia de gestión eficiente que contribuye a la sostenibilidad a largo plazo de la organización. Continuamos trabajando en la mejora y ampliación de estas iniciativas, integrando cada vez más prácticas circulares en todas nuestras áreas de actividad.

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 a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

Las actuaciones en materia ambiental se comunican de forma proactiva a todos nuestros grupos de interés a través de canales de comunicación como nuestra página web y redes sociales.

Esta estrategia nos permite llegar de manera efectiva a empleados, clientes, proveedores, instituciones públicas, socios y la sociedad en general, asegurando la transparencia en nuestras acciones y fomentando la concienciación sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental. A través de estos canales, compartimos información sobre nuestras iniciativas de reducción del impacto ambiental, eficiencia energética, y cualquier acción vinculada a la economía circular o la prevención de la contaminación.

Además, este enfoque nos permite no solo informar, sino también sensibilizar y generar un impacto positivo en la comunidad, promoviendo buenas prácticas medioambientales y demostrando nuestro compromiso público con la sostenibilidad. La comunicación en redes sociales, en particular, nos ofrece la posibilidad de interactuar de forma directa con diferentes públicos, recogiendo feedback que puede ser valioso para mejorar nuestras futuras acciones ambientales.

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

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?

Compromiso con la innovación y la mejora continua en el ámbito de la salud y el bienestar, integrando de forma progresiva principios de responsabilidad social, sostenibilidad ambiental y desarrollo profesional.

Podoactiva destaca por su capacidad para adaptarse a las necesidades del mercado mediante la investigación, el desarrollo de productos sanitarios personalizados* y la implementación de tecnologías avanzadas en biomecánica. Además, su compromiso con la calidad del servicio, la atención al cliente y la mejora continua se refleja en procesos normalizados, seguimiento postventa, y la integración de prácticas responsables en materia social y ambiental, lo que consolida su reputación como referente en el sector de la salud podológica.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Estructuración y sistematización de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para integrar de forma más estratégica las acciones sociales, medioambientales y de sostenibilidad en la gestión global de la organización.*

Si bien Podoactiva desarrolla diversas iniciativas en materia social y ambiental, estas se realizan de forma puntual y sin una planificación específica. Existe una oportunidad para formalizar un Plan de Responsabilidad Social, con objetivos definidos, indicadores de seguimiento y un sistema de evaluación que permita medir el impacto de las acciones realizadas.

Además, sería beneficioso mejorar la comunicación interna y externa de estas iniciativas,

para fomentar una mayor implicación del personal, fortalecer el compromiso con la comunidad local y consolidar el posicionamiento de Podoactiva como una empresa socialmente responsable. Esto contribuirá no solo a mejorar la percepción externa, sino también a generar un mayor sentido de pertenencia entre los empleados y potenciar el impacto positivo en el entorno.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.