

RSA - PYMES

Empresa evaluada

VIVESELECCIÓN, S.L.

CIF:B02815660

C/Mariano Cebollero nº:4.-

50014 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

VIVESELECCIÓN, SL

02 - Dirección - CP - Población

C/ Mariano Cebollero, nº 4 50014 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

4764 - Comercio al por menor de artículos deportivos en establecimientos especializados

04 - Año comienzo actividad.

Noviembre 2020

05 - Número de personas empleadas

1

06 - Persona contacto

Juan Carlos Azparren - Director General

Teléfono 669 39 48 28

07 - E-mail contacto

juancarlos.azparren@viveseleccion.es

08.- Página web

www.viveseleccion.es

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

Viveselección es una tienda online especializada en ropa deportiva que no dispone de tienda física. Su estrategia de promoción se basa principalmente en las redes sociales y en la mejora continua de su posicionamiento SEO.

Al menos una vez al año , a partir de los resultados obtenidos en el periodo anterior, se realiza una revisión exhaustiva de la estrategia de marketing, adaptándola a las novedades en redes sociales, SEO y venta online.

Además, al tratarse de un negocio que comercializa productos no esenciales, se ve afectado por la situación política y económica que influye en el comportamiento de compra de sus clientes potenciales.

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

Si

2.1. Información adicional

Aunque la dirección de Viveselección, gracias a su experiencia y formación, está capacitada para afrontar este tipo de situaciones de manera independiente, se valora la posibilidad de establecer contacto con empresas y organizaciones similares para intercambiar información, experiencias y conocimientos al respecto.

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

Dado que nuestro negocio se basa en el envío de paquetes a clientes finales, hemos adoptado medidas para reducir nuestro impacto ambiental. Por un lado, trabajamos con una empresa de transporte comprometida con el medio ambiente, que cuenta con planes ecológicos y certificación en la norma ISO 14001 (MRW: Compromisos Ambientales). Además, buscamos minimizar los envíos agrupando los paquetes dirigidos a un mismo cliente, incluso cuando su contenido proviene de distintos remitentes.

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

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

medioambientales

4.1. Información adicional

Viveselección es una empresa de reciente creación que aún no ha alcanzado su madurez y, por lo tanto, no genera elevados beneficios que puedan destinarse a proyectos sociales y medioambientales.

No obstante, se espera que, una vez consolidada, la empresa genere mayores beneficios, lo que permitirá destinar una parte de ellos a iniciativas sociales y ambientales

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

Antes de la constitución de la organización, se elaboró un plan de negocio detallado que incluía, entre otros aspectos, un análisis de las partes interesadas.

Este análisis, que contemplaba también las necesidades y expectativas de las distintas partes interesadas, se revisa y actualiza anualmente si es necesario.

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

6.1. Información adicional

Los principales grupos de interés identificados son los clientes y los proveedores.

Para evaluar la satisfacción de los clientes, se realizan encuestas tras cada compra y se solicita, a través de la página web, la valoración de todos los productos comercializados.

Asimismo, anualmente se llevan a cabo reuniones con los principales proveedores para conocer sus expectativas y necesidades, así como para intercambiar opiniones sobre la colaboración establecida.

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?

No se conocen

7.1. Información adicional

Actualmente, la sociedad opera sin empleados, por lo que no se considera necesario

establecer un manual de comportamiento en esta etapa. No obstante, somos conscientes de la importancia de contar con directrices claras que fomenten un ambiente de trabajo adecuado, basado en principios éticos y buenas prácticas.

Por ello, hemos planificado la elaboración de un manual de comportamiento que será implementado en el momento en que se inicie la contratación de personal. Este documento establecerá normas y valores alineados con la cultura de la empresa, garantizando un entorno laboral respetuoso, inclusivo y eficiente

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 el plan de negocio de la organización se definieron en detalle la misión, la visión y los valores de Viveselección, estableciendo los principios fundamentales que orientan nuestra actividad y reflejan nuestro compromiso con clientes, proveedores y la sociedad en general.

Para garantizar la transparencia y facilitar el acceso a esta información, hemos publicado estos valores en nuestra página web (Viveselección - Así somos). De este modo, todas las partes interesadas pueden conocerlos, comprender nuestra filosofía empresarial y alinearse con nuestros principios en el desarrollo de relaciones de colaboración.

Plan de Responsabilidad Social

9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Desde sus inicios, Viveselección ha estado comprometida con la responsabilidad social y la sostenibilidad. Después de algunos años de consolidación y estabilidad en el negocio, ha comenzado a desarrollar un plan de responsabilidad social que espera seguir implementando y ampliando en los próximos años.

En todo momento, la empresa ha buscado generar el mayor impacto positivo tanto en la sociedad como en el medio ambiente a través del desarrollo de sus actividades.

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

Al no haber plan de responsabilidad social previo no se han definido objetivos pero está previsto para este año.

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

A todos los clientes que realizan un pedido se les muestra automáticamente una encuesta para evaluar su satisfacción y dejar comentarios. Aunque no es obligatoria, el 85 % de los clientes la responde.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

12.1. Información adicional

Las encuestas de satisfacción de los clientes incluyen comentarios con propuestas de mejora. Aproximadamente cada tres meses, se analizan las respuestas y se implementan aquellas que son viables

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

De manera continua, se analizan y evalúan posibles mejoras tanto en la página web como en los productos ofrecidos a los clientes, con el objetivo de optimizar la experiencia de usuario y garantizar un proceso de mejora constante. Estas revisiones permiten adaptar nuestros servicios a las necesidades y expectativas de los clientes, asegurando así una evolución constante en calidad y eficiencia.

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 la prestación del servicio de envío de productos a los clientes, se optimiza la logística para consolidar los envíos, garantizando que un mismo cliente reciba su pedido en un solo paquete, incluso cuando los productos provengan de diferentes proveedores. Esta estrategia no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también contribuye a la reducción de residuos y del impacto ambiental asociado al transporte.

Además, la empresa de paquetería con la que colaboramos cuenta con una sólida política medioambiental, implementando acciones concretas para minimizar su huella ecológica. Entre estas medidas se incluyen la optimización de rutas de entrega, el uso de vehículos de bajas emisiones y la reducción del consumo de materiales no reciclables en el embalaje. Con estas iniciativas, buscamos ofrecer un servicio más sostenible y alineado con nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente.

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

Todos los clientes tienen la posibilidad de devolver los productos adquiridos, independientemente del tipo de artículo o proveedor. Para garantizar una experiencia de compra transparente y sin inconvenientes, en nuestra página web se encuentra disponible, de manera detallada, la política de devoluciones.

En este apartado, los clientes podrán conocer los plazos establecidos para realizar una devolución, las condiciones que deben cumplir los productos, así como el procedimiento a seguir para gestionar su solicitud de manera rápida y sencilla.

Nuestro objetivo es ofrecer un proceso claro y accesible, asegurando la satisfacción y confianza de nuestros clientes en cada compra.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

16.1. Información adicional

En la página web a través de la cual se comercializan todos los productos de ViveSelección, se proporciona una descripción detallada de cada artículo. Esta incluye información sobre los materiales, tamaños y cualquier otra característica relevante que pueda resultar útil para los compradores, permitiéndoles tomar decisiones informadas antes de realizar su compra.

Además, ofrecemos la posibilidad de que los propios clientes compartan sus experiencias y aporten información adicional sobre los productos después de su adquisición. A través de valoraciones y comentarios, los usuarios pueden ayudar a otros compradores proporcionando opiniones reales sobre la calidad, el uso y otros aspectos de los artículos. Esta interacción no solo enriquece la experiencia de compra, sino que también fomenta una comunidad basada en la confianza y la transparencia.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

No se evalúa

17.1. Información adicional

Actualmente, ViveSelección no cuenta con personas empleadas, por lo que no se considera necesario llevar a cabo encuestas de satisfacción laboral en este momento.

No obstante, en caso de futuras contrataciones, se implementará un sistema de encuestas periódicas para evaluar la satisfacción y el bienestar del equipo. Estas encuestas permitirán conocer las necesidades, inquietudes y nivel de satisfacción de todas las personas empleadas, con el objetivo de fomentar un ambiente laboral positivo y mejorar continuamente las condiciones de trabajo.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

No se han desarrollado actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

Tal como se ha mencionado anteriormente, actualmente no hay personas trabajando en ViveSelección, por lo que, en este momento, no es posible evaluar la aplicación de políticas de igualdad de oportunidades y no discriminación en los procesos de contratación.

Sin embargo, cuando se lleven a cabo futuras incorporaciones, el proceso de selección se basará exclusivamente en la evaluación objetiva de las competencias técnicas y profesionales de los candidatos. Se garantizará que ningún otro factor ajeno a la capacidad y méritos de los aspirantes influya en las decisiones de contratación, evitando cualquier tipo de discriminación y promoviendo la igualdad de oportunidades para todos.

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?

No se han desarrollado actividades en esta materia

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

Debido a la naturaleza del trabajo, la mayoría de las actividades en ViveSelección pueden llevarse a cabo de forma remota, con excepción de tareas específicas como la recepción de material y la preparación de pedidos, que requieren presencia física.

Esta modalidad de trabajo flexible permite, en caso necesario, una mejor conciliación entre

la vida laboral, la familia y otras responsabilidades personales. Al fomentar el teletrabajo en aquellas funciones que lo permiten, se busca ofrecer un entorno más adaptable y eficiente, favoreciendo el bienestar y la productividad de quienes formen parte del equipo en el futuro.

Formación y desarrollo profesional

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

No hay una identificación formal de las necesidades de formación.

20.1. Información adicional.

Actualmente, el plan de formación se desarrolla exclusivamente para el gerente, que es el único trabajador de ViveSelección. Este plan tiene como objetivo garantizar su formación continua y la mejora de sus competencias en áreas clave para el negocio.

En el caso de futuras contrataciones, los nuevos empleados serán incluidos en el plan de formación, asegurando que cuenten con los conocimientos y habilidades necesarios para desempeñar sus funciones de manera óptima. Además, si se considera necesario, se diseñará un plan de desarrollo profesional personalizado, con el fin de fomentar el crecimiento y la evolución dentro de la empresa, promoviendo así un entorno de aprendizaje y mejora continua.

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.

En el momento en que se lleven a cabo contrataciones, se implementará un proceso de bienvenida y acogida para todas las personas empleadas.

Este proceso tendrá como objetivo facilitar su integración en la empresa, proporcionarles la información y recursos necesarios para el desempeño de sus funciones y garantizar una adaptación rápida y efectiva a la cultura y valores de ViveSelección. Además, se ofrecerán sesiones informativas, acompañamiento inicial y acceso a toda la documentación 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.

Debido a las características actuales de ViveSelección, se ha llevado a cabo una evaluación de los riesgos asociados al puesto de trabajo de oficina.

Este análisis tiene como objetivo identificar posibles factores de riesgo que puedan afectar

la seguridad y el bienestar en el entorno laboral, así como establecer medidas preventivas para minimizarlos. En caso de futuras contrataciones o cambios en la operativa de la empresa, se revisará y actualizará esta evaluación para garantizar un entorno de trabajo seguro y adecuado para todas las personas empleadas.

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.

Debido a las características específicas de los productos comercializados, como las equipaciones deportivas de las selecciones españolas, no es posible elegir a los proveedores, ya que estos cuentan con acuerdos de exclusividad para su fabricación.

Sin embargo, en lo que respecta a los proveedores de transporte, se realiza una selección que prioriza aquellos que tienen en cuenta criterios medioambientales y de sostenibilidad.

Además, para otras compras, se opta por proveedores de proximidad con el fin de reducir al máximo el impacto ambiental asociado al transporte y a la cadena de suministro, alineándonos con nuestro compromiso por promover prácticas más responsables y respetuosas con el medio ambiente.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

No existen criterios definidos para evaluar y clasificar a los proveedores

24.1. Información adicional.

Debido a la exclusividad de los proveedores actuales, no es posible realizar cambios en los mismos, lo que hace que, por el momento, no se considere relevante llevar a cabo una evaluación de proveedores.

Sin embargo, se tiene previsto realizar una evaluación periódica de otros proveedores en futuras anualidades. Si se considera necesario y beneficioso para la empresa, se evaluará la posibilidad de cambiar estos proveedores con el fin de asegurar que se mantengan los estándares de calidad, sostenibilidad y eficiencia en los procesos.

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 algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Desde la dirección de Viveselección, se colabora con los equipos de jóvenes en la gestión y organización de su equipación, sin suponer un coste adicional más allá del propio material.

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.

Tal y como se ha descrito anteriormente, se colabora con equipos de jóvenes deportistas y su equipación. Esta actividad está totalmente alineada con la estrategia del negocio.

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?

No se difunden estas actuaciones

27.1. Información adicional

NA

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 informa únicamente cuando se demanda

28.1. Información adicional

Solo cuando alguna parte interesada ha solicitado información sobre buenas prácticas se le ha comunicado.

Está pendiente el desarrollo del plan de comunicación donde se incluirán, entre otros, las buenas prácticas y se llevará a cabo este plan.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el

impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización.

29.1. Información adicional.

Para minimizar el impacto ambiental de la actividad de liveseleccion :

- se planifica la recogida de los paquetes para enviar a los clientes con el objeto de minimizar este transporte
- se reciclan los residuos generados y siempre que sea posible se utilizan plásticos y papeles de origen reciclado
- se controlan los consumos de recursos para reducir su consumo.

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.

En la elección del transporte necesario para la distribución de los productos a los clientes, se tuvo en cuenta el compromiso ambiental de esta y las acciones que se toman frente al cambio climático.

Economía circular

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

No se han desarrollado iniciativas o proyectos orientados a la economía circular

31.1. Información adicional

En este momento no se han planificado acciones para la economía circular.

Se prevé, sin embargo, desarrollar acciones en los próximos años para la recuperación de equipaciones usadas y así fomentar la economía circular.

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Se facilita información de manera informal acerca de las acciones que se toman (residuos, consumos, elección de proveedores de transporte, etc), de manera informal a las partes interesada, principalmente a clientes y proveedores.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

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

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La gerencia de Viveselección impulsa una gestión orientada a la sostenibilidad de la organización, considerando de manera integral los aspectos financieros y sociales. Además, debido a la naturaleza de la organización, estas tareas se desarrollan de forma continua, con un seguimiento constante del funcionamiento y evolución de la entidad.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Debido al corto recorrido de la organización y al enfoque inicial en su lanzamiento, aún no ha sido posible desarrollar de forma completa acciones orientadas a la mejora del impacto ambiental.

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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.