Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

QUEROCHE, S.L.
CIF:B50227123
Polígono Empresarium, Calle Retama 17, Edificio D, Naves 14, 15
50720 - La Cartuja
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

QUEROCHE S.L.

02 - Dirección - CP - Población

POLIGÓNO EMPRESARIUM
C/RETAMA 17,D
NAVES 14-15

03 - Sector. Actividad

TRANSPORTE Y MONTAJE CULTURAL

04 - Año comienzo actividad.

1988

05 - Número de personas empleadas

6 FIJAS

06 - Persona contacto

FERNANDO QUERO MUÑOZ

07 - E-mail contacto

fernandoquero@queroche.com

08.- Página web

www.queroche.com

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:
- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,

etc)
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)
- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

A corto plazo se tienen en cuenta para la política de personal y política económica de la empresa y a medio y largo plazo criterios de sostenibilidad, de género y medioambientales. se buscan medidas consensuadas con los empleados para favorecer la conciliación famiiliar

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

No

2.1. Información adicional

Vivimos en un mundo globalizado que condiciona (la situación actual es muestra de ello). La empresa puede actuar en conciencia en su ámbito mas inmediato y sumando sinergias.

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

como exigencia del reciclaje de los materiales de desecho producidos en nuestra actividad diaria de montaje se realiza contrato con las empresas de reciclaje y en muchas ocasiones se envia la documentación a nuestros clientes para que comprueben que hemos cumplido con nuestra rsponsabilidad social y ambiental

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

En función de la disponibilidad con criterios económicos y de personal se deciden acciones de inversión y re estructuración que permitan a la empresa ir alcanzando diferentes objetivos antes señalados como es la conciliación familiar, reciclaje de materiales, reconversión de la flota de vehículos y maquinaria industrial a criterios de sostenibilidad.

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

Tenemos identificados los grupos de interés pero con alguno no tenemos estrategias definidas. Como puede ser el caso de los medios de comunicación.

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

6.1. Información adicional

Dado el tamaño de la empresa, su antiguedad y la relación directa clientes y empleados, el análisis se hace vías informales.

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

Se dan informaciones básicas en relación al desarrollo de las funciones que van a acometer y se explica el organigrama de la sociedad detallando los roles y funciones de cada trabajador

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

De manera informal, sin un documento creado para ello.

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

Todos los trabajadores tienen objetivos claros y concretos: conducción eficiente, redicción contaminación aostando por el reciclaje, separando diversos materiales y llevándolos a los gestores medioambientales.
Se realizan reuniones con los empleados para consensuar estrategias, periodos de

descanso, horario flexible, etc

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

10.1. Información adicional

Se está en proceso de formalizar y estructurar los objetivos de responsabilidad planteados.

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

Al finalizar un trabajo o servicio siempre se contacta con el cliente para saber su opinión, la calidad del trabajo y si hay algún punto de mejora. Todo ello se hace de forma escrita.

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

Mediante los procesos de control de calidad de la norma ISO 9001

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

Dado el tipo de actividad de la empresa (transporte, diseño y montaje de exposiciones en museos y centros culturales) es obligado estar al día en productos y servicios. De hecho la innovación se produce en cada proyecto, pero no está planificada como proceso en la empresa dado su tamaño.

Calidad de los productos y servicios

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

En los servicios que se ofrecen a los diferentes clientes se informa de los procesos medioambientales y sociales que desarrolla la empresa en su actividad y se pone a disposición de los mismos la documentación que los acredita.

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

El manual de calidad define en el proceso las no conformidades.

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

En nuestro sector es indispensable tener los mecanismos de procesos de trabajo que garantice la seguridad en todo momento de los productos que se manipulan. Todos esos procesos están abiertos a la consulta y comprobación por parte del cliente.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica

17.1. Información adicional

Se realizan reuniones de forma habitual. se trabaja un documento que recoge debilidades y fortalezas de cada trabajador. Se escuchan las propuestas y se tiene en cuenta la opinión de todos.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

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

Se realizan acciones de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

18.1. Información adicional.

Dado el tamaño de la empresa esta información es accesible a cualquier trabajador de la misma.

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?

Se aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

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

En caso necesario las personas empleadas puede teletrabajar ya que se dispone de acceso remoto con un programa de gestión adaptado.
En los puestos de trabajo de administración se ofrece a los trabajadores la posibilidad de compaginar el trabajo presencial con el teletrabajo en proporción de 70/30
Para los trabajadores de producción se crea una bolsa de horas que podrá disponer el trabajador cuando lo solicite, siempre que no altere la actividad necesaría de la empresa.

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.

No sólo se les pregunta al respecto sino que en función de las necesidades de adaptación y actualización del personal se les ofercen cursos nuevos o renovación de los ya cursados

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

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

21.1. Información adicional.

La formación que se realiza en la empresa es la necesaria y adecuada a cada persona trabajadora. Basada en el desarrollo de las competencias técnicas que requiere su puesto de trabajo.

Seguridad y Salud

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

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

22.1. Información adicional.

siguiendo con las exigencias legales, se tiene contrato con la MAZ para la realización y seguimiento del "Plan de prevención de riesgos laborales". Plan que se actualiza anualmente a través de sus técnicos y personal de la empresa.

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.

Las empresas proveedoras facilitan la información sobre el origen y características de sus productos. en algunos casos esta información determina la elección de un producto u otro.

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.

La empresa en la elección del proveedor considera fundamental la cercanía del mismo. Se colabora con empresas del territorio aragonés.

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.

Cuando se trabaja con entidades sin ánimo de lucro se rebajan los precios.

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?

No, no están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

No encontramos relación directa con nuestro negocio aunque la interacción existe

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?

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

27.1. Información adicional

Son conocedores de la política de trato especial hacia ONGs

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

Se comunican de forma reactiva a la demanda

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

29.1. Información adicional.

El trabajo con materiales de impacto medioambiental nos obliga a conocer los procesos de reciclaje de los mismos, aunque en muchas ocasiones sea muy complicado encontrar la solución local de este reciclaje.

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.

Los trabajadores son conocedores y lo realizan

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

En el desarrollo de cualquier servicio de la empresa se considera la reutilización de productos almacenados una vez acabados servicios anteriores.

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

La comunicación con los trabajadores es continua y con clientes y proveedores de forma ocasional.

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 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
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 presupuesto
7 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
8 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
9 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad 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?

6

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La comunicación con las personas trabajadoras, clientes, proveedores e instituciones sociales y culturales.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

En la metodología para automatizar y formalizar los procesos.

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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.