RSA - PYMES

Empresa evaluada

LA MAFIA FRANCHISES, S.L.
CIF:B85799955
Paseo Constitución nº:8 Local
50008 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

La Mafia se sienta a la mesa es una franquicia de restaurantes de comida italomediterránea que nace con la admiración a una de las mejores películas de todos los tiempos y acreedora de grandes premios.
Un film dirigido por Francis Ford Coppola, en el que participaron actores de la talla de Marlon Brandon y Al Pacino, entre otros. La película fue un viaje que marcaría a unos jóvenes emprendedores, que descubrieron la asombrosa y detallista Italia, sus sabores y sus olores y que quisieron importarla a España para que todo el mundo pudiera disfrutar del #PiacereOriginale, el placer de lo original y originario del país italiano. En la Mafia se sienta a la mesa se ofrece una comida de calidad, con ingredientes de Denominación de Origen e IGP y reinterpretaciones únicas elaboradas por nuestro equipo de I+D+i.
A principios del año 2000 empieza nuestra andadura como franquicia de restaurantes. Desde entonces hemos apostado por la innovación y la formación continua, lo que nos ha permitido consolidarnos a día de hoy como una compañía potente con una grandísima aceptación de nuestros restaurantes italo-mediterráneos.
Empresa Aragonesa, con sede en Zaragoza, con 60 locales operativos a nivel nacional y con la puesta en marcha con dos restaurantes en Portugal y en este 2023 en Andorra

02 - Dirección - CP - Población

Oficinas Centrales La Mafia se sienta a la mesa
Paseo Constitución nº 8, local
50008 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Franquicia de Restauración organizada

04 - Año comienzo actividad.

La Mafia Franchises, S.L comenzó su actividad en el sector de la Restauración en el año 2000 con la apertura de varios restaurantes propios. Siendo en el año 2002 cuando estos restaurantes pasaron a gestionarse como franquicia comenzando así en primer lugar su expansión nacional de la marca y actualmente ya internacional con Portugal y Andorra la Vella.

05 - Número de personas empleadas

Actualmente el equipo humano de la Central de Franquicias de La Mafia se sienta a la mesa está compuesto por 41 personas, que cubren todas las necesidades posible del

franquiciado en las diferentes áreas, financiero, operacional, marketing, decoración, rrhh, etc, etc.

06 - Persona contacto

Elena Corzán Aina
Directora departamento Corporativo & Calidad
Tfno: 608165879

07 - E-mail contacto

elena.corzan@lamafia.es

08.- Página web

www.lamafia.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

La Mafia Franchises, como cualquier otra empresa que opera en la vida social, se ve afectada por cualquier aspecto anteriormente descrito y se tienen en cuenta. Así pues, desde la organización se llevan a cabo diferentes medidas

Uso coherente e informativo en nuestras redes sociales, en las que siempre dotamos a los aspectos sociales un espacio para dar difusión a las acciones que impactan directamente en la sociedad, como son las acciones sociales o de apoyo a determinados colectivos que llevamos a cabo en nuestro programa de RSC.
Prioridad en la conciliación familiar, con horarios especiales que se adapten a las necesidades del trabajador, siendo flexibles en la hora de entrada y salida, acceso al teletrabajo para poder conciliar los horarios de los padres y niños y adaptando la jornada laboral a las necesidades de cada trabajador.
Se establece una formación continua para el trabajador, tanto de manera interna como externa para estar constantemente actualizados y estar en igualdad de oportunidades para

la promoción y el acceso a un mejor puesto de trabajo.
Además, desde La Mafia Franchises s.l., se genera la oportunidad a jóvenes que quieran compaginar sus estudios con un primer empleo.
Realizamos estudio de nuestro consumo eléctrico con el uso de elementos de bajo consumo, así como concienciación interna de reciclaje en papel y plásticos teniendo diferentes dispositivos para ellos.

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

Si

2.1. Información adicional

Tal y como hemos explicado antes, en nuestra empresa con la implicación de los trabajadores, realizamos diferentes acciones tanto medioambientales, como influyentes en la economía, con la creación de nuevos puestos
A nivel familiar se promueve la conciliación familiar con la adaptación de horarios y facilidades. Se fomenta la formación interna.

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

sdfs

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

4.1. Información adicional

Anualmente destinamos una partida económica dentro del desarrollo de nuestra RSC en la que realizamos acciones sociales, bien destinando recursos para la población más desfavorecida o bien promoviendo la salud, el deporte entre los más jóvenes, y la comida saludable. Incorporamos el voluntariado empresarial con acciones medioambientales de limpieza de nuestro entorno.
Adicionalmente, en el plan de marketing anual se destina una partida a realizar acciones de RSC dirigidas a sectores desfavorecidos de la sociedad.

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

Desde los diferentes departamentos de la Compañía, tenemos muy definidos nuestros grupos de interés así como el dialogo a llevar con cada uno de ellos, encontrando las sinergias necesarias y trabajando por el win-win de las compañías.

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

Cada departamento trabaja de forma individual con sus grupos de interés para poder obtener un dialogo y unas negociaciones más especificas y acordes a las necesidades de las dos empresas, siendo el departamento financiero el encargado de realizar el dialogo con las entidades financieras, el departamento de marketing y comunicación con los medios de comunicación y partners a nivel de comunicación y sinergias, nuestro departamento de expansión con nuestros futuros candidatos y clientes, y así sucesivamente con todos los departamentos. La compañía tiene claro el propósito de su plan de RSC y lo tiene en mente en cada una de las sinergias que se pueden generar entre todos ellos.

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 código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

7.1. Información adicional

Disponemos de un Manual de Bienvenida que se presenta a cada nueva trabajador, así como una formación genérica de nuestra empresa.
A día de hoy ya disponemos de un código de conducta general de empresa.

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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

Todos los trabajadores que comienzan su actividad en La Mafia Franchises, realizan 2 procesos de formación. Por un lado reciben una formación de presentación de nuestra compañía, dónde se les explica de dónde venimos, nuestra misión y visión, nuestros valores, organigrama y estrategia.
Por otro lado, contamos con una plataforma e-learning en la que el nuevo empleado se formara de los procesos internos de nuestros restaurantes para tener una visión general

tanto de sala como de cocina.
Adicionalmente, se refuerzan los valores, la misión y la visión en cada una de las acciones que se llevan a cabo y se comparten continuamente con todos los trabajadores de la organización para que siempre esté presente.

Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

9.1. Información adicional

Actualmente trabajamos dentro del dpto. de Responsabilidad Social de la empresa con varios objetivos:
1- Ayuda Social, promoviendo diferentes acciones involucrando a nuestra red de franquicias para poder mantener y ofrecer las mejores condiciones y calidad de vida a unos 35 niños que no tienen recursos ni familia, ofreciéndoles un hogar y unos estudios y a más de 100 niños que tienen familia pero no recursos, asumiendo el coste de su escolarización. Todas estas acciones se realizan en Katmandú, Nepal
2- Apoyo a sectores desfavorecidos. Durante 2020 y 2021 una parte de nuestro plan de RSC ha ido dirigida a aquellos grupos desfavorecidos sobre todo por la situación relativa a la pandemia de la Covid-19, iniciando acciones para la donación de alimentos a aquellas personas más afectadas por esta situación: personas en erte que no cobran sus prestaciones, pensionistas que sustentan a sus familias, inmigrantes, etc.
3_ Compromiso con la sociedad. El propósito de toda RSC es dar una parte a la sociedad de aquello que antes has recibido de ella. Por este motivo durante el confinamiento masivo se donó una gran cantidad de comida que llevábamos a los hospitales para animar y alegrar a los sanitarios que en aquellos momentos estaban sufriendo con más fuerza la situación.
4- Somos una empresa "Comprometida con el deporte", realizando diferentes acciones de compromiso y patrocinio de diferentes eventos que promuevan los valores del deporte y la vida saludable.
4- Medio Ambiente. Cuidamos el medio ambiente dentro de nuestras instalaciones con el separado y reciclado de residuos o el voluntariado conjuntamente con Coca-Cola y sus Mares Circulares realizando jornadas de voluntariado para la limpieza en las riberas del Ebro en la ciudad de Zaragoza.

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

10.1. Información adicional

En cada acción que realizamos nos marcamos unos objetivos e intentamos analizar mediante indicadores si estos los hemos conseguido. Aunque a día de hoy han sido acciones realizadas con tanta implicación personal que los indicadores han sido nuestro propio feedback o sensaciones del mismo.

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

Tenemos diferentes herramientas para conocer directamente la opinión de nuestro cliente más directo que es nuestro franquiciado, a través de diferentes encuestas de evaluación dónde pueden transmitirnos sus opiniones abiertamente y también a través de diferentes herramientas podemos conocer la opinión directa de nuestros clientes con sus valoraciones sobre nuestra calidad de producto, ambiente y servicio.
A través de nuestra página web, también recibimos las opiniones de nuestros clientes directos.
Cuando tenemos recopilada toda la información, la analizamos y tomamos las medida correctoras necesarias para conseguir la Excelencia.
Internamente realizamos encuestas de satisfacción del empleo, dónde valoramos la satisfacción del trabajador, su entorno, su puesto, su motivación y proyecto de futuro.

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

A través de herramientas como CUSTOMER EXPERIENCE, analizamos la opinión directa de nuestro cliente final para ver sus valoraciones tanto en la calidad de nuestro producto, como nuestro ambiente o nuestro servicio. También con la información obtenida podemos saber si son constructores, pasivos o destructores de nuestra marca, así como el índice de recomendación que tenemos.
También trabajamos con el sistema de Mystery Shopper, para obtener más información del servicio real ofrecido a nuestros clientes finales.
Herramientas internas como nuestro C.E.O. en el que gestionamos un informe de valoración completo.
Además tenemos muy en cuenta la valoración de los clientes a través de las plataformas de opinión con Google My Business y TripAdvisor que leemos diariamente a través de una herramienta específica que nos arroja información valiosísima acerca de las cuestiones que son clave para los clientes.
También realizamos encuestas periódicas a nuestra base de datos de nuestros socios para que nos den sus impresiones, se valoran y se corrigen aquellas cosas que se detectan y se potencian las que tienen gran acogida.

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

Todos los nuevos procesos son estudiados, planificados y valorados para su puesta en marcha, buscando una mejora de calidad y servicio, así como mejoras económicas, o valoración de un producto que respete el medio ambiente dentro de sus características, etc. etc.
Cada departamento trabaja directamente para la Innovación individual y colectiva de la empresa.

Calidad de los productos y servicios

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

14.1. Información adicional

Como empresa de servicios, nuestra organización tiene muy en cuenta el proceso y el seguimiento de los servicios ofertados ya que para nosotros es vital tener conocimiento de nuestras áreas de mejora y analizar cada uno de ellos. Tener deficiencias en dicho proceso nos arrastraría a una mala gestión con malos resultados ya que de nuestra rápida y eficiente actuación depende parte del éxito de la compañía

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

Nuestro servicio Post-venta vendría definido en el departamento de I+D dónde podrán resolverse las incidencias que surgan en referencia a nuestro producto de materia prima o elaboraciones. El departamento de atención al franquiciado realiza la solución de posibles incidencias que pueda tener el franquiciado o bien con la central o bien con externos. Y el departamento de atención al cliente escucha y tramita las incidencias que pudiesen surgir directamente en el restaurante con el cliente.

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

Toda nuestra oferta gastronómica viene indicada en nuestra carta con toda la información

que se requiere como alérgenos, etc.
También con la indicación de productos sin gluten, o productos ecológicos.

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, se identifican mejoras y se implantan.

17.1. Información adicional

Anualmente realizamos una encuesta de satisfacción del empleado, donde valoramos desde su puesto físico de trabajo, sus funciones, implicación en la empresa, su confianza en la misma y su futuro en ella.
Se analizan los resultados y se trabaja individualmente con cada trabajador, en los puntos de mejora y para mantener la motivación del trabajo y en la empresa.

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.

Es una empresa con igualdad de oportunidades, todos los puestos están ofertados sin discriminación.
La conciliación familiar se aplica tanto en hombres como en mujeres.

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 desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

Todo el equipo de Central que solicita conciliación para su vida personal y familiar es estudiado por Dirección y la empresa se adapta a las necesidades lo máximo posible. Existe flexibilidad horaria tanto a la entrada como salida, se reorganizan los horarios y se fomenta el teletrabajo para conciliar con la situación familiar y personal de los trabajadores.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

20.1. Información adicional.

A través de la dirección de Recursos Humanos, se proponen o se reciben las solicitudes de los empleados interesados en realizar formación.
Estas se estudian y se valoran teniendo en cuenta el puesto, desempeño, etc.

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

21.1. Información adicional.

Para nuestra compañía es fundamental la formación y el desarrollo profesional de todos nuestros trabajadores, orientado al crecimiento profesional y personal de cada uno de ellos, a lo largo del año realizamos diferentes actividades formativas, relacionadas directamente con el puesto de trabajo, y también posicionando al trabajador en diferentes puestos consiguiendo de esta manera una mayor empatía y trabajo en equipo, al igual que fortaleciendo las posibles carencias del trabajador.

Seguridad y Salud

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

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

22.1. Información adicional.

En nuestra empresa se cuenta con un estudio de prevención de los riesgos laborales que puedan darse en cada puesto de trabajo, dando a los mismos trabajadores cursos de materia preventiva con el objetivo de tener una tasa 0 de accidentes.
Se realiza un seguimiento de enfermedad laboral y accidentes de trabajo, para analizar el por qué de los mismos e implantar medidas correctoras en aquellos casos que procedan.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos

ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

23.1. Información adicional.

Para nuestra empresa los aspectos ambientales y sociales en la selección de productos, bienes y servicios son fundamentales.
La compañía define entradas y salidas de materiales, procesos y tecnología usados, instalaciones, lugares, métodos de transporte y factores humanos, con lo que evitamos el impacto medio ambiental.

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.

A la hora de elegir nuestros proveedores existe un criterio para su evaluación en el que tenemos en cuenta su huella medioambiental, y procuramos hacer una buena elección basándonos en herramientas de seguimiento.
Procuramos favorecer la compra de cercanía, para evitar emisiones de CO2, por ejemplo, y reducir el consumo de energía.

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?

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

25.1. Información adicional.

A lo largo del año, planificamos diferentes acciones sociales, en colaboración con ONG's u otros organismos para conseguir los objetivos que nos marcamos anualmente.
Estas organizaciones están ligadas al compromiso social, a los grupos más desfavorecidos y al apoyo al deporte.
Se han puesto en marcha un sistema de gestión de procesos para obtener los indicadores reales del final de la actividad, para que esta valoración no quede únicamente a nuestro criterio y feedback.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

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

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de

acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

26.1. Información adicional.

Todas las acciones que se realizan, tanto como organizadores o patrocinadores son relacionados con la estrategia y el ADN de la empresa, contando con un presupuesto Anual para su realización dentro del departamento de RSC, analizando sus resultados a través de los indicadores

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

27.1. Información adicional

Todas las acciones que se realizan son transmitidas a toda la Compañía promoviendo su implicación y participación en la misma.
También utilizamos todos los medios disponibles como redes sociales, página web, socios de nuestro Club PerTUtti para dar difusión de la acción e y animándoles a participar y poner su granito de arena en la consecución del objetivo.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

Desde el departamento de Comunicación, se valora todos los impactos en redes sociales y medios de comunicación.

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.

Trabajamos por el reciclaje de papel, vidrio y plásticos que se generan en el día a día de la empresa.
Se ha realizado un estudio energético con el fin de disminuir las emisiones y reducir el

gasto energético.

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.

Se promueve el reciclaje.
Se reduce el uso del papel trabajando internamente de forma digital.
Se promueve el control del uso energético.

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 la compañía estamos concienciados de la importancia de la economía circular, es por ello que la ponemos en práctica, y hemos pasado de una economía lineal a una economía mucho más sostenible y beneficiosa para el medio ambiente.
Tratamos de reutilizar, reciclar materiales y darles una segunda vida, y con ello también eliminamos residuos y contaminación.

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

Al ser una empresa pequeña, tenemos una comunicación fluida y sistemas internos de comunicación.

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 presupuesto
3 - Ofrecer productos y servicios de calidad

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

Valoración Global

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

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

COMPROMISO Y ADN POR LA EMPRESA, provocado por la involucración de los trabajadores en los proyectos y la conciliación familiar.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Aunque ya se han puesto en marcha diferentes medidas y se han gestionado cambios, en la parte medioambiental queremos y podemos seguir mejorando dentro de nuestras posibilidades.

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 y tiene un compromiso público 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 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina

- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.