

## RSA - PYMES

---

### **Empresa evaluada**

**GEOSPATIUMLAB, S.L.**

CIF:B99144933

Calle Carlos Marx, 6

50015 - Zaragoza

Zaragoza

### **DATOS DE LA ORGANIZACIÓN**

#### **01 - Denominación de la organización**

GEOSPATIUMLAB, S.L.

#### **02 - Dirección - CP - Población**

Calle Carlos Marx, 6, local-50015-Zaragoza

#### **03 - Sector. Actividad**

Código CNAE 620: Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática.

#### **04 - Año comienzo actividad.**

2007

#### **05 - Número de personas empleadas**

11

#### **06 - Persona contacto**

Susana Zarazaga Soria

#### **07 - E-mail contacto**

[suzarso@geoslab.com](mailto:suzarso@geoslab.com)

#### **08.- Página web**

[www.geoslab.com](http://www.geoslab.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)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

**1.1 Información adicional**

ANALISIS DAFO en el seguimiento anual de la estrategia.

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

No

**2.1. Información adicional**

Desde la PYME se puede contribuir, pero es importante estar incluídas en estructuras asociativas.  
Pertenece a los clusters ZINNAE, CAMPAG y SMARTCITY CLUSTER.

**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**

En el tipo de actividad que realizamos no hemos identificado aspectos medioambientales o sociales significativos específicos del sector.  
En todo caso, los aspectos medioambientales se tienen en cuenta en la selección de proveedores y se reciclan de manera adecuada los residuos y equipos informáticos.

**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**

Hemos patrocinado en alguna ocasión eventos como WTM Zaragoza, o hackatones que fomentan la innovación y la difusión de la tecnología en la sociedad, pero no tenemos un presupuesto estable,

**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**

Existen grupos de interés internos y externos:

Internos: Empleados, Dirección, aliados internos.

Externos: Clientes, Administraciones públicas, aliados externos, proveedores y competidores.

### **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**

Con los empleados existen reuniones individuales periódicas en las que se hace seguimiento de sus expectativas y alineamiento con los objetivos de la empresa.

Con clientes hay un diálogo continuo, No encuestas formales porque lo intentamos en el pasado y nos decían que las rellenáramos nosotros.

## **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**

Hay una wiki en la que se detalla la forma de trabajar en la 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, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

#### **8.1. Información adicional**

Se recogen en nuestro plan estratégico que es compartido entre todas las personas que integran la empresa.

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

No hemos trabajado previamente en esta materia

#### **9.1. Información adicional**

Tenemos prácticas en la empresa que se alinean con el tema de la Responsabilidad Social, pero no la hemos abordado como tal hasta ahora.

### **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**

Es un tema en el que queremos ir avanzando, formalizar prácticas que ya realizamos y darles seguimiento mediante los indicadores más adecuados.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

#### **11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?**

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

##### **11.1. Información adicional**

En el pasado hemos realizado encuestas pero normalmente los clientes lo ven como una molestia. Tenemos una relación estrecha con los clientes y solemos mantener una comunicación fluida.

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

##### **12.1. Información adicional**

Las mejoras se identifican en la relación habitual con los clientes. La mayoría de nuestros clientes nos contratan de manera recurrente y establecemos con ellos una relación a largo plazo en la que existe un diálogo fluido en cuanto a los retos que tienen y cómo podemos ayudarles a superarlos. Solemos ser proactivos en la identificación de necesidades y en la propuesta de soluciones, con el objetivo de crear una relación basada en la confianza mutua.

### **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**

Se sigue la evolución de los mercados y sectores en los que estamos y se introducen mejoras o propuestas innovadoras, pero no existe una metodología definida que se emplee en todos los casos. No obstante, existen unas líneas de trabajo definidas para el desarrollo de nuestros proyectos de I+D.

### **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**

Desarrollamos nuestros servicios en constante comunicación con los clientes, dando respuesta a las cuestiones que puedan surgir y comprometiéndonos con sus necesidades a largo plazo.

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

Se ofrece un servicio postventa integral

### **15.1. Información adicional**

Para todos los proyectos tenemos un período de mantenimiento correctivo de 1 año que va incluido en el precio. En el caso de los desarrollos de software está comprobado que un período de un año es suficiente para que surjan posibles errores ocultos.

Durante este período, los clientes pueden comunicar incidencias y se resuelven.

No obstante, pasado este período, si surge cualquier problema, analizamos la situación y tratamos de proponer las soluciones más adecuadas.

## **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 las ofertas que se trasladan a los clientes se detalla el alcance del trabajo, funcionalidades y servicios que están incluidos, de la manera más clara posible. Así mismo, se informa expresamente de los servicios no incluidos o de los requisitos necesarios para que la solución tecnológica desarrollada funcione de forma adecuada.

## **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 mantienen entrevistas individuales periódicas con el equipo en las que se abordan sus expectativas de desarrollo personal y profesional y sus alineamientos con la empresa.

En el pasado hemos hecho encuestas de clima laboral, pero al ser pocas personas los indicadores no parecían muy representativos.

Se fomenta el dialogo fluido y la flexibilidad en la planificación del trabajo para facilitar la conciliación entre la vida personal y profesional.

## **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 formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

### **18.1. Información adicional.**

La igualdad de oportunidades entre las personas es un valor que se recoge en nuestro plan estratégico y que está totalmente integrado en la forma de actuar en la empresa.

## **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 el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

Existe máxima flexibilidad en cuanto al horario y la organización del trabajo para que cada persona pueda conciliar de la mejor forma su vida familiar y personal. También se contempla la posibilidad de teletrabajo. No existe un plan formalizado. Está dentro de la cultura de la propia 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.**

En las entrevistas periódicas que se mantienen con el personal, se aborda el tema de las necesidades de formación inmediatas y a medio plazo, en función de las expectativas que tienen sobre su desarrollo profesional.

**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.**

No hay información adicional.

## **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.**

Tenemos contratado un servicio de prevención de riesgos laborales externo que imparte la formación y ha diseñado el plan de prevención de riesgos laborales de la empresa. Se hacen las revisiones médicas anuales.

## **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.**

En general se opta por productos que emplean materiales reciclados, respetuosos con el medioambiente.

### **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.**

Por el tipo de empresa que somos, lo que más compramos es material informático. Intentamos comprar localmente o al menos a empresas españolas, evitando las plataformas (AMAZON, etc.) y recurriendo a ellas cuando no es posible encontrar lo que buscamos de otra manera.

## **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.**

No existe una planificación formal sobre acción social. Es un tema sobre el que queremos

trabajar en un futuro próximo.

### **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.**

Como hemos comentado con anterioridad no hemos realizado proyectos sociales todavía.

### **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**

Como hemos comentado antes no se realizan hasta el momento acciones de este tipo, por lo que no se les puede dar difusión.

### **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?**

No se comunican

#### **28.1. Información adicional**

Tal y como hemos indicado anteriormente como hasta el momento no se ha realizado acciones de este tipo, no se pueden comunicar.

## **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 segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

#### **29.1. Información adicional.**

Nuestra actividad no tiene un impacto ambiental elevado.

Tratamos de reducir el consumo energético, reciclamos residuos y utilizamos papel reciclado. También reciclamos los equipos informáticos obsoletos.

### **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?**

No existen actividades en marcha

**30.1. Información adicional.**

No existen acciones específicas más allá del reciclaje y la eficiencia de los consumos energéticos.

**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**

Se reciclan todos los residuos. Se emplea papel reciclado. En la oficina no consumimos otro tipo de recursos.

**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?**

No de una manera formal

**32.1. Información adicional**

No existe comunicación formal.

**VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

**Priorización de temas**

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

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

6

#### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

**35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Preocupación por el bienestar personal y desarrollo profesional de las personas que forman parte de GEOSLAB.

**36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

Formalización y planificación de las acciones a realizar, integrándolas en la forma de trabajar de la empresa.

#### **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 5. Igualdad de género.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.