

RSA - PYMES

Empresa evaluada

TEFIPRO INGENIERÍA, S.L.

CIF:B99487795

Avda. Casablanca 46, local 532

50019 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

TEFIPRO Ingeniería

02 - Dirección - CP - Población

Avda Casablanca 46 - 50019 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Ingeniería

04 - Año comienzo actividad.

2017

05 - Número de personas empleadas

5

06 - Persona contacto

Víctor Guardia

07 - E-mail contacto

info@tefipro.com

08.- Página web

www.tefipro.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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

1.1 Información adicional

Sí que estamos afectados por las tendencias globales, sobre todo por las Tecnológicas ya que somos una pyme del sector de la tecnología. La digitalización está tomando presencia en las pymes pequeñas y nosotros estamos para asesorar y ayudar a nuestros clientes.

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

Si

2.1. Información adicional

Las tendencias globales afectan directamente a Tefipro, por ejemplo, cambios económicos, que fluctúan la demanda de trabajo de nuestros clientes, o cambios sociales que moldean el estilo de vida de los trabajadores que formamos parte de Tefipro. Aunque la influencia es grande y al ser una pyme pequeña contamos con menos recursos que una gran empresa pero sí más flexibilidad para adaptarnos al cambio.

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

Existe una planificación formal que se actualiza regularmente y que tiene en cuenta de manera constante el propósito y los valores de la empresa, siempre teniendo en cuenta las personas que contribuimos a que Tefipro se desarrolle y crezca.

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 además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

Dados los buenos resultados hasta la fecha siempre se ha vehiculizado a través de la organización EMAS - TADEH.

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 empleados y clientes

5.1. Información adicional

Tratamos de asegurar el bienestar de los trabajadores así como la satisfacción de nuestros clientes. En ambos casos a través de reuniones periódicas y procedimentadas con el objetivo de descubrir posibles fricciones que hayan pasado desapercibidas, tener claros los intereses y si es posible alinearlos.

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

Además de reuniones generales con periodicidad mensual, de manera semestral se profundiza en las experiencias positivas y negativas, así como las expectativas futuras.

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 ha trabajado de manera activa en la cultura de la empresa.

Se observa como pieza fundamental para la buena salud de la empresa una cultura común de valores y misión/visión.

Recogida en un escrito y ateniendo a ella en el día de la actividad.

A la llegada de nuevo personal a la empresa se le hace entrega de un libro: "Reinventar las organizaciones" y se le explican nuestro propósito y valores.

Además se le asigna un compañero, "mosquetón" como enganche en la organización a quien tiene para preguntarle dudas. (no es un superior)

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

Durante el año 2023, se hizo un ejercicio profundo a este respecto, contratando incluso un consultor para ello.

El propósito y los valores están claros y están presentes en el día a día, por ejemplo se toman decisiones de contratación de trabajadores por los valores y son una herramienta que nos sirve para orientarnos y actuar.

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 hace años actuamos, pero no lo tenemos recogido ni apenas sistematizado.

Desarrollamos medidas como por ejemplo:

- Tenemos un horario flexible de entrada (8 a 9h) y de salida (17-18h) que permite la conciliación.
- Se permite el teletrabajo para poder dar soporte familiar cuando es requerido.
- Realizamos seguimiento de las opiniones y bienestar de los trabajadores.
- Contamos con vistas y acceso a un parque donde poder descansar y estar en contacto con la naturaleza.

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

Actualmente, no existe un plan de Responsabilidad Social

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

Se realiza tanto al inicio del proyecto para definir expectativas, como a mitad del periodo para comprobar la alineación con los objetivos del cliente, así como cuales son las mejores y peores experiencias del cliente.

Si el proyecto es de duración indefinida, porque es un acompañamiento la periodicidad es cada 6 meses y las expectativas a 1 año.

Además con nuestros clientes trabajamos con una aplicación web "Asana" para comunicarnos de manera fluida para definir tareas o incidencias que le surjan a nuestro cliente.

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

Desde las encuestas de satisfacción se detectan ejes de mejora que se priorizan según el criterio de dirección. Las insatisfacciones siempre que son coherentes con el servicio

contratado son atendidas, mientras que la innovación y mejora, ya es priorizado por dirección.

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 investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

No está definido cada cuanto hacer una iteración de mejora, pero si que una vez que hemos detectado una mejora que interesante y que por recursos propios o subcontratados podemos abordar si que se planifica como un proyecto de mejora.

Se ha integrado una cuestión específica en las encuestas periódicas que realizamos a nuestros clientes, para descubrir qué nuevos servicios o productos podemos ofrecerles.

Como empresa digitalizadora, que asesoramos y vendemos nuestros servicios de digitalización es una obligación estar innovando y mejorando continuamente, sino dejamos de tener sentido como empresa.

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

Desde nuestro propósito y valores se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un servicio responsable. Además se revisa recurrentemente con nuestros clientes su satisfacción así como el alineamiento de valores .

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 puede ser de dos modalidades:

- Activo de mejora, con lo que manera activa mejoramos y mantenemos el producto - servicio.
- Mantenimiento, sólo mantenemos el servicio, que es lo equivalente al servicio post-venta.

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

Totalmente transparentes, nuestro servicio es sin permanencia por lo que si después del primer nuestro cliente no esta satisfecho, puede darse de baja y eso son perdidas para la empresa. Por lo que nuestra labor comercial, es lo más transparente posible, es mejor no captar un nuevo cliente, que captar un cliente engañado que se de baja en los primeros meses.

En nuestra página web estamos trabajando para dejar las características de nuestro producto bien definidas y establecidas.

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

Con periodicidad mensual, en una reunión breve se pone en común la situación.

De manera trimestral ya se profundiza más en la situación y proceso de cada uno.

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 desarrollando actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

No tenemos nada específico desarrollado, porque por nuestro tamaño no ha sido necesario, ni lo será próximamente.

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 conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

Se atiende, casi todas pero no tenemos procedimentado nada.

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla. Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización.

20.1. Información adicional.

Aunque también se les pregunta u orienta en función de los proyectos con clientes o internos-estratégicos.

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.

Nuestra organización pretende ser muy horizontal, de manera que el desarrollo profesional y personal se plantea desde la mejora individual como auto-realización, no como una jerarquía que ascender.

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.

Además de lo exigido legalmente, se realizan reuniones retrospectivas en las que pueden salir temas de seguridad y salud para mejorar.

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.

Se ha tenido en cuenta en la contratación de la energía que esta provenga al 100% de energías renovables.

Es un área en la que creemos que podemos mejorar, ya que aunque nuestros servicios se basan en servicios de grandes tecnológicas (Microsoft, Google, AWS,...) sólo estamos teniendo en cuenta criterios técnicos a la hora de elegir estos proveedores y servicios.

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.

Para cada compra singular se establece una matriz de decisión, donde se contemplan variables principalmente técnicas del producto o servicio a contratar. En ocasiones se han incorporado variables medioambientales.

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 con una planificación formal

25.1. Información adicional.

Participamos principalmente con una asociación que promueve la autogestión y educación de asuntos relacionados con el agua en países subdesarrollados.

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 nos reportan beneficio de vuelta, pero sentimos el compromiso de participar en alguna acción y esta (TADEH) nos parece la mejor opción que hemos encontrado hasta el momento, por el fin que buscan y el equipo que la desarrolla.

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

De manera distendida en las dos actuaciones que se realizan al año, se comenta por si a nivel particular se quieren unir.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

28.1. Información adicional

Se comunica con una intención de difundir las acciones que nos parecen interesantes y que están alineadas con los objetivos de la empresa.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

No existe una planificación para estos temas.

29.1. Información adicional.

Debido a nuestra actividad no lo hemos considerado necesario, mas allá de reciclar el papel y gestionar residuos como las pilas de una manera responsable.

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.

Tratamos de ser responsables pero no tenemos nada procedimentado. (Consideramos que nuestro impacto es pequeño)

Economía circular

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

31.1. Información adicional

En nuestro producto/servicio TEFIPRO.core se ha tenido en cuenta. para ofrecer nuestro servicio de consultoría necesitamos datos, esos datos son provisto por un hardware, creemos que si nosotros integramos ese hardware en nuestro servicio, nosotros como los más interesados en que ese hardware sea duradero y que se aproveche al máximo posible. De esta manera entendemos que promovemos la economía circular, facilitando a nuestros cliente el servicio y tenemos que ser nosotros quienes se preocupen de optimizar el hardware y su ciclo de vida por el beneficio de la propia empresa.

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 las desarrollamos

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

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?

Ofrecemos un servicio a la medida de nuestros clientes y recibimos muy buenas valoraciones de ellos en nuestras encuestas periódicas

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Podríamos participar con nuestro "know how" en las acciones que realiza la principal asociación con la que colaboramos, en lugar de hacerlo únicamente con un aporte económico.

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?

No

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

- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.