

RSA - PYMES

Empresa evaluada

LE DAMOS LA VUELTA, S.L.

CIF:B99318180

C/Florián Rey nº:4-6.

50002 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

LE DAMOS LA VUELTA S.L.U

02 - Dirección - CP - Población

Avd. César Augusto nº 37

50003 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

COMERCIO.

RECOGIDA, RESTAURACIÓN Y VENTA DE ARTÍCULOS INFANTILES

04 - Año comienzo actividad.

AÑO 2012

05 - Número de personas empleadas

CUATRO

06 - Persona contacto

MARÍA JOSÉ MARTÍN

07 - E-mail contacto

ledamoslavuelta@itakaescolapios.org

08.- Página web

www.ledamoslavuelta.org

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

Le damos la vuelta, como el resto de empresas y asociaciones, está sometida a la influencia de estos temas y por lo tanto son tenidos en cuenta en nuestro día a día y en la elaboración de nuestros planes estratégicos.. Estamos al tanto especialmente de los cambios que se producen en las políticas de empleo, subvenciones y legislación que nos puedan afectar.

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

No

2.1. Información adicional

Aunque de forma individual podamos estar atentos a los cambios que se produzcan, nuestra capacidad de actuación es limitada y se hace imprescindible el trabajo en red para afrontar los cambios formando parte de plataformas y asociaciones. Somos miembros de la Asociación Aragonesa de Empresas de Inserción (AREI) y trabajamos conjuntamente con entidades, administración pública y empresas afines buscando sinergias para sumar fuerzas en los diferentes temas.

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

Siendo empresa de inserción sociolaboral y dedicada a la recogida y restauración de artículos, estos retos económicos, sociales y ambientales forman parte de nuestra filosofía de empresa.

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

Le damos la vuelta es una empresa de inserción y, por tanto, según la ley debe dedicar al menos el 80% de los beneficios a temas sociales o inversión en la propia empresa (que por su propia naturaleza es social).

En nuestro caso particular, como consta en los estatutos de la empresa, se destinan el 100% de los beneficios a la propia empresa (proyecto social). Además por nuestro tipo de actividad principal (reciclaje de artículos infantiles), hay una clara repercusión medioambiental del beneficio.

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

Le damos la vuelta conoce a todos los grupos de interés con los que se relaciona. Tiene identificadas sus necesidades y realiza una gestión específica y diferenciada de cada uno de ellos. Evalúa las expectativas y el grado de satisfacción de estos grupos, gestionando específicamente los clientes, proveedores, empresas afines, administraciones...

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

En Le damos la vuelta hay establecidos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés con los que se relaciona la empresa, al igual que para medir su grado de satisfacción.

Por ejemplo, existe un seguimiento individualizado de nuestros trabajadores, a través de entrevistas individuales periódicas y mediante el contacto permanente con sus respectivos trabajadores sociales. Mantenemos reuniones con otras entidades colaboradores (proveedores, empresas afines, clientes, servicios sociales).

Con la información se realizan un análisis e informes útiles para la empresa, que a su vez están disponibles para el conocimiento de los distintos grupos.

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

Existe un código de conducta interno que es revisado periódicamente y es conocido por todos los miembros de la empresa. Los trabajadores han de firmarlo para dejar constancia de su conocimiento. y compromiso de cumplimiento.

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

La filosofía de la empresa es presentada a los trabajadores desde el primer contacto con ellos. (al ser una empresa de inserción sociolaboral el fin último principal de la empresa son los mismos trabajadores). En las entrevistas periódicas se refuerza el conocimiento de la misión, visión y valores de la empresa.

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

Los planes anuales de Le damos la vuelta contemplan líneas de actuación de transparencia, sostenibilidad, respeto a los trabajadores, excelencia en la gestión y orientación al cliente y respeto al medio al medio ambiente.

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 específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

10.1. Información adicional

Se establecen unos objetivos e indicadores de seguimiento con los que se registra el número de personas beneficiarias de cada una de las actuaciones (número de usuarios de entregas sociales, número de beneficiarios, de personas participantes en acciones formativas internas y externas...)

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

Dentro de nuestra política de empresa es muy importante la relación con el cliente, con el que suele ser cercana y que repercute en un muy alto grado de fidelización. .En el año 2019 se han realizado una serie de encuestas en las tiendas para medir el grado de satisfacción de los clientes y obtener valiosa información para mejorar nuestro servicio y grado de satisfacción. Además se están realizando estudios de los datos obtenidos a

través de las redes sociales (Facebook y página web) que nos ayudan a conocer más a nuestros clientes y sus necesidades

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

Nuestra cercanía con los clientes y su fidelidad, junto con la flexibilidad propia de una empresa tan pequeña como la nuestra, nos permite realizar mejoras respondiendo a demandas y sugerencias de nuestros clientes en un muy corto plazo de tiempo. Estos cambios quedan implantados de forma permanente en los casos en los que presentan una adecuada aceptación. Esto nos está llevando a una mejor calidad en nuestro servicio y mayor satisfacción de la clientela.

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

En base a las sugerencias y necesidades de los clientes se investigan habitualmente las posibles mejoras a incorporar en nuestros artículos o servicios a fin de conseguir un mayor grado de satisfacción. Así mismo, se estudian nuevas líneas de actuación e innovaciones en el sistema de producción existente que constituya una mejora (estudio de utilización de productos ecológicos en el tratamiento de los artículos, implementación de venta online).

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

Le damos la vuelta proporciona productos y servicios de calidad tras el trabajo previo de restauración y limpieza de los productos donados, en un proceso de producción y prestación del servicio responsable.

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 cliente es informado en todo momento de los cauces a través de los cuales puede obtener la atención postventa necesaria.

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

Nuestro personal en tienda ofrece información completa de cada artículo a los clientes, respecto a sus características y condiciones. En cuanto a los presupuestos para entregas sociales, se detalla en los mismos también esta información y se refleja en ellos el precio final.

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

En Le damos la vuelta se realizan entrevistas periódicas a los trabajadores, en las que se valora su grado de satisfacción y se recogen sus demandas y sugerencias de forma sistemática, para poder usarlas en mejoras futuras.

Como empresa de inserción sociolaboral nuestros empleados son el centro de nuestra actividad y filosofía, teniendo en consecuencia por nuestra parte la máxima atención.

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.

Como pequeña empresa, tenemos la libertad de poder actuar con flexibilidad en las contrataciones, lo que nos permite, sin un plan establecido previo, conseguir una plantilla en donde se tenga en cuenta la igualdad de género, la diversidad y la no discriminación de cualquier tipo.

Igualmente podemos adoptar medidas para la conciliación de la vida personal y laboral de

forma individualizada.

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 conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

En nuestra empresa existen reducciones de jornada, flexibilidad de horarios, permisos retribuidos para asistir al médico o para tutorías infantiles, en función de las necesidades del trabajador.

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.

La comunicación con los empleados es continua y muy cercana, teniendo además desde nuestra gerencia una especial atención a sus necesidades formativas, tanto a demanda de los trabajadores como a propuesta de la dirección de la empresa. Además, se cuenta con los servicios de un equipo de acompañamiento externo al equipo directivo, dentro de la Fundación Itaka-Escolapios.

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

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

21.1. Información adicional.

Como empresa de inserción socio-laboral, elaboramos un itinerario de acompañamiento con cada una de las personas trabajadoras que se incorpora a la empresa. En estos itinerarios se incluyen formaciones propias de su puesto de trabajo, cursos de formación en las materias que puedan favorecer su incorporación al mercado normalizado de trabajo y en el proceso de búsqueda de trabajo y salida de la empresa de inserción.

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.

Existen protocolos y normas que garantizan la seguridad y salud de todas las personas participantes en la organización.

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.

Buscamos en todas nuestras compras que sean de comercios cercanos y socialmente responsables.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

24.1. Información adicional.

En Le damos la vuelta buscamos que nuestros proveedores sean comercios cercanos y próximos en territorio, apoyando a los pequeños comercios y observando que cumplan con requisitos de Responsabilidad Social.

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.

La propia naturaleza de nuestra empresa (inserción sociolaboral) tiene un carácter social que además se ve reforzado por el tipo concreto de actividad que realizamos (reciclaje de productos infantiles para su venta a precios muy asequibles y entregas sociales) Así, en nuestra actividad diaria colaboramos con otras empresas y entidades sociales (servicios sociales del Ayuntamiento, Cruz Blanca, Cáritas parroquial). Esta actividad social está recogida en los planes de la empresa, pues forma parte de su actividad principal.

Además, desde La damos la Vuelta se llevan a cabo otras colaboraciones que se realizan de manera puntual respondiendo a demandas concretas.

Por ejemplo, se colabora con otras empresas de inserción laboral a través de nuestra relación con AREI o directamente con la propia empresa,

Se realizan también campañas de sensibilización, conferencias, experiencias de voluntariado....

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.

Por la propia naturaleza de Le damos la vuelta la estrategia de negocio está completamente alineada con el proyecto social de la empresa: la inserción sociolaboral, a través de un trabajo digno, ofreciendo a los trabajadores un acompañamiento integral y una formación continua. Además por nuestra actividad la empresa está comprometida con el medioambiente, la sensibilización social y las entregas sociales a los colectivos más desfavorecidos.

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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

Todas las actuaciones sociales de la empresa son comunicadas a todos los grupos de interés, puesto que de ello también depende la viabilidad de la empresa.

Así, se utilizan diferentes medios de difusión de nuestras actividades, filosofía y resultados: memorias de actividad, publicidad, charlas y acciones de sensibilización, participación en eventos del barrio y con diversas asociaciones... y por supuesto, en el trato diario con nuestros empleados, clientes y proveedores.

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

Existe un plan de comunicación que incluye diferentes medios de difusión de nuestras prácticas (memorias de actividad, folletos, charlas y actividades de sensibilización, difusión en eventos de los barrios, actividades de voluntariado...). Estas actividades están previstas en el plan de actividades de la empresa y además también se realizan de forma puntual a requerimiento de otras entidades.

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.

En los protocolos de actuación de las diferentes actividades productivas se tiene en cuenta el posible impacto medioambiental de las mismas y se debe de actuar según dichos protocolos siguiendo las medidas marcadas: uso de productos ecológicos en el área de limpieza, separación selectiva de residuos, optimización de los recursos consumibles, formación de los trabajadores en las buenas prácticas medioambientales y su aplicación.

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 público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

30.1. Información adicional.

En las memorias de actividades de Le damos la vuelta se comunican interna y externamente las buenas prácticas ambientales realizadas por la empresa.

Economía circular

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

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

31.1. Información adicional

Tantos los objetivos como el plan de acción de la organización están dirigidos hacia 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 comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

A través de la difusión de nuestras actividades (memorias, folletos, sensibilización, comunicaciones...) ponemos en conocimiento de los grupos de interés las actuaciones de la empresa que ponen de manifiesto nuestro compromiso medioambiental. En todas las comunicaciones formales sobre la realidad de la empresa se hace especial hincapié en el tema medioambiental y la importancia de la responsabilidad en este tema en nuestra empresa.

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

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 propia filosofía de la empresa, que es social, con la persona del trabajador como centro de la misma, buscando su promoción a través de un trabajo digno. Esta filosofía está fuertemente integrada en todos los planes y actividades de la empresa y eficazmente transmitida a los trabajadores.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

En las áreas de comunicación y planificación.

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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.