

RSA - PYMES

Empresa evaluada

COMERCIAL ARAGONESA GAMA, S.L.

CIF:B50060136

Plataforma Logística PLA-ZA. C/Bursao nº:5.

50197 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

COMERCIAL ARAGONESA GAMA SL

02 - Dirección - CP - Población

C/BURSAO 5 PLATAFORMA LOGÍSTICA ZARAGOZA PLAZA

50197 ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

DISTRIBUCION MAYORISTA MATERIAL ELECTRICO

04 - Año comienzo actividad.

1980

05 - Número de personas empleadas

15

06 - Persona contacto

Rubén Marco Ruiz

07 - E-mail contacto

gama@gamacomercial.com

08.- Página web

www.gamacomercial.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

Dado que nuestro negocio es venta de material eléctrico, estamos muy afectados por todo lo que pasa en el entorno

Económico. Las recesiones y las expansiones condicionan nuestra cifra de ventas. Las necesidades de compra van en función del momento económico.

Tecnológico: Vendemos producto adaptado a los cambios de tendencia tecnológica.

Tenemos que estar muy atentos para ofrecer el producto adecuado y no material obsoleto

Legal Cualquier cambio de normativa eléctrica o seguridad nos afecta por los productos a vender. Ofrecer el material adecuado para cumplir la normativa

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

No

2.1. Información adicional

Nuestra empresa sola no puede hacer frente a la economía globalizada

Pertecemos a un grupo de compras llamado Auna. Es la mayor central de compras de nuestro sector de almacenes independientes.

Estar en este entorno nos ayuda a la toma de decisiones. El hecho de que sólo no podamos cambiar nada no quiere decir que no estemos atentos y tomemos decisiones para anticiparnos a los futuros problemas

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

Actualmente tenemos instalados 20Kw de Placas Solares para la generación de electricidad en nuestro consumo con el consiguiente ahorro medioambiental

También tenemos 4 vehículos eléctricos, 1 100% y 3 híbridos enchufables. En nuestras instalaciones disponemos de puntos de recarga de vehículo eléctrico

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

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

4.1. Información adicional

Somos ASPAPYME con donación anual para Aspanoa

Hemos hecho actividades para recaudar dinero para Aspanoa

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

Nuestros grupos de interés son:

Clientes. Tenemos asignados los clientes por comerciales. Ellos son las personas que atienden sus llamadas, necesidades. Tienen el respaldo de todos los departamentos para poder dar la atención al cliente necesaria. Buscamos fidelizar al cliente por más cosas que el precio. No queremos ser siempre el más barato. Tener en la empresa integrados departamentos técnicos para ayudar y asesorar al cliente en su día a día

Proveedores. Gerencia tiene reuniones periódicas para analizar consumos, comparativas de cifras, rappels de compra, acciones de marketing compartido, novedades de catálogo, adecuación del stock a las necesidades de mercado, control de obsoletos

Auna. Pertenecemos a este grupo de almacenes de compra independientes. EL grupo nos aporta muchas más cosas intangibles que los rappels y soportes de grupos. Experiencia de empresas muy similares, compartir acciones de marketing, compartir experiencias y procedimientos de trabajo

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

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

6.1. Información adicional

Los proveedores buscan cifra de compra, seriedad, profesionalidad, solvencia y capacidad de pago. Este año es nuestro 40 cumpleaños. y la imagen cumplidora ante proveedor y empresas de crédito ha sido decisiva para llegar hasta aquí

Los clientes buscan un sitio dónde comprar el material que necesitan. Precio y disponibilidad entre una amplia oferta. Por eso tenemos que ser capaces de diferenciarnos

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

En el proceso de selección se informa al candidato de las necesidades buscadas. Esas necesidades salen de las Descripciones de los Puestos de Trabajo. dónde se detallan las funciones a realizar, los estudios mínimos exigidos., la estructura jerárquica del puesto

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, pero no de manera sistemática o formal

8.1. Información adicional

No tenemos por escrito la misión, visión y valores de la empresa

En la empresa hacemos reuniones individuales, por departamentos y de la totalidad de la empresa para informar sobre pasado, presente y futuro

En esas reuniones se habla de resultados,,se marcan objetivos

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

Actualmente estamos inmersos en las jornadas de formación para impulsar el Plan

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

Sin respuesta

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

Mantenemos una relación muy estrecha con nuestros cliente. En función de diferentes aspectos (tipología de cliente, el cliente es visitado con más o menos periodicidad. El cliente puede ser visitado por el departamento comercial o por el departamento técnico. En esas reuniones informales de los diferentes departamentos. analizamos si el cliente está correctamente atendido

Para los clientes que vienen a mostrador, tenemos una encuesta que libremente pueden contestar y decir su grado de satisfacción. Es totalmente anónima pero Gerencia recibe los resultados

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

El feedback que nos da el cliente y propuestas internas son las que hacen cambiar procesos o procedimientos siempre dirigidos a la mejora del servicio.

Evolucionar en la manera de tratar al cliente para que quede plenamente satisfecho.
Todos los cambios que implantamos son tratados con todos los departamentos afectados y se comunican a todos posteriormente para su conocimiento

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

Al ser distribuidor, no tenemos la capacidad de departamento I+D.
Estamos muy atentos a las tendencias del mercado, tenemos reuniones periódicas con los fabricantes para saber qué novedades hay.
Somos muy inquietos para poder ofrecer productos de última tendencia

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

Proveedores preocupados por la sostenibilidad

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

Tenemos departamentos técnicos con personal cualificado con ingenierías y personal de almacén con formación FP para poder ayudar al cliente en caso de avería, dudas sobre la programación, puesta en marcha,...

Además contamos con el respaldo de nuestros proveedores que son proveedores de primer nivel, con departamentos técnicos que nos pueden ayudar. En caso de producto defectuoso, es el proveedor quien emite el informe técnico para determinar las causas y proceder a su sustitución si procede.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

De algunos productos se proporciona información sobre sus características

16.1. Información adicional

Todos nuestros productos tienen la ficha técnica correspondiente. Sólo trabajamos con proveedores de primer nivel

Cuando vendemos algún producto, llevan incorporado en la caja esquemas de conexión e instalación para ayudar a nuestros clientes

Si el cliente nos pide el certificado de producto, ficha técnica,... nosotros lo remitimos al cliente

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

En todas las reuniones (individuales, departamentales o todos) se pregunta por la satisfacción.

En diciembre del año pasado como novedad, les enviamos una encuesta con preguntas sencillas para conocer su satisfacción

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.

Implantado el Protocolo de Acoso

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.

Hemos tenido trabajadores que entraban más tarde a trabajar para poder dejar a su hijo en el colegio

Actualmente, la empresa tiene dos tipos de horarios:

General: 7.30-13.00; 15.30-19. Este año como novedad hemos adelantado media hora la apertura y cierre con previa reunión con todo el equipo de acuerdo para que puedan estar en casa antes

Hay tres personas en almacén que hacen horario rotatorio con lo que dos de ellos salen a

las 17. Es una medida que faciilita la conciliación sólo para estas personas. Esto se ha hecho con presentación a toda la empresa y no se puede hacer en el resto de departamentos por ahora por imposibilidad de personal y por no perder servicio a nuestros clientes

Todo el equipo tiene la flexibilidad para hablar con Gerencia y en función de necesidades personales y familiares poder entrar más tarde puntualmente y previo aviso, salir antes, ...

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.

Nos cuesta mucho que la gente se apunte de su voluntad a las formaciones

En las últimas reuniones hemos apuntado la importancia de actualizarse, formarse para estar preparado en un entorno muy competitivo

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.

Planes anuales de formación, acordados con los trabajadores, sus necesidades y sus demandas

Seguridad y Salud

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

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

22.1. Información adicional.

Sin respuesta

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.

Sin respuesta

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.

Sin respuesta

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.

Somos socios de Aspanoa y AECC

Este año estoy planteando en la Liga de Padel organizar jornada de padel solidario para recaudar fondos para Aspanoa

Adicionalmente, se destina el 0,7% del presupuesto de gastos de nuestra central de Compras

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.

Sin respuesta

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

Sin respuesta

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

Si hicieramos el Pade Solidario, me gustaría poder difundirlo por RRSS e incluso 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.

29.1. Información adicional.

Estamos concienciados con el tema medioambiental. Para ello
Somos gestor de residuos de lámparas, bombillas, luminarias y pilas
Los pedidos y albaranes de cliente se imprimen en A5 para reducir el consumo de papel
Está integrado un sistema de gestión documental para ahorro de impresión

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?

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

30.1. Información adicional.

Iniciativas
Sustitución de luminarias a LED
Instalación de punto de recarga de vehículo eléctrico
Instalación de paneles solares para autoconsumo

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

REciclaje de tubos, lámparas, luminarias, emergencias, pilas

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Sin respuesta

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

5

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Gestión documental para el ahorro de papel

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Cambiar a iluminación LED

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 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 13. Acción por el clima.