

RSA - Entidades no lucrativas

Empresa evaluada

ASOCIACIÓN PROVINCIAL COMERCIO

TERUEL +

CIF:G44006542

Plaza de la Catedral nº:9, 1ª Planta

44001 - Teruel

Teruel

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

Denominación de la organización

Asociación Interempresarial de Comercio de Teruel

Forma jurídica

Asociación sin ánimo de lucro

Número de socios (en caso de asociaciones)

245

Número de miembros Junta/Patronato

Comité Ejecutivo - 6 miembros.

Dirección - CP - Población

Plaza de la Catedral, 9, 1ª planta - Teruel

Sector/Ámbito de actuación.

Provincial

Actividad principal

Fomento del tejido empresarial comercial de la provincia.

Colectivo principal atendido

Pequeñas y medianas empresas del sector comercial y servicios de Teruel

Año comienzo actividad.

ABRIL 1977

Número de personas empleadas - media anual

1

Número de personas empleadas estables (contrato indefinido)

1

Número de voluntarios

0

Persona contacto

Nuria Adelantado Mayordomo - Gerente.

E-mail contacto

comercioteruel@ceoeteruel.es

Página web

www.comercioteruel.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.)**

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

1.1 Información adicional

Son temas importantes para la entidad, los cambios políticos y la estructura organizativa de las administraciones, afectan a la actividad de la asociación, que tiene entre sus fines la representación de los intereses de los asociados ante los organismos públicos.

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

Si

2.1. Información adicional

Si, ya que trabajamos por apoyar el comercio provincial.

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática.

3.1. Información adicional

Trabajamos conforme a las demandas que tenemos por parte de los asociados a nivel provincial, por lo que solemos realizar campañas a corto plazo ya que dependemos de las necesidades de las empresas en cada momento.

4.- La organización se preocupa de ser rentable (económica- y socialmente) y optimizar los recursos de los que dispone

La organización realiza acciones puntuales para controlar la aplicación adecuada del dinero que emplea, sin sistemas o herramientas de control específicas.

4.1 Información adicional

Cada dos meses la Asociación realiza comité ejecutivo y una vez al año Asamblea General, donde se informa de la actividad de la asociación y de sus cuentas económicas.

5. En caso de ser positivo el resultado del año ¿cómo se define el destino de estos fondos?

Se analiza a través de un proceso interno de participación, se confirma la decisión por parte del órgano de gobierno y se asigna íntegro a proyectos y/o partidas concretas.

5.1. Información adicional

La asociación se dedica en exclusiva apoyar al pequeño comercio, por lo que todo el beneficio obtenido se destina íntegramente a la realización de nuevas campañas de comercio.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

6.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, cliente/usuarios, familias, voluntarios, proveedores, financiadores y donantes, aliados y colaboradores públicos y privados, medios de comunicación, otros.

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica y diferenciada de cada uno de ellos.

6.1. Información adicional

La asociación tiene identificados los grupos de interés que intervienen en su actividad. Son fundamentalmente las empresas asociados, clientes externos, personal laboral, administración pública, entidades colaboradoras y medios de comunicación.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan de forma diferenciada y se integran en los procesos de la organización..

7.1. Información adicional

Las demandas que nos proporcionan nuestros asociados las identificamos a través de las reuniones que realizamos, jornadas, encuestas. etc....

Transparencia, rendición de cuentas y buen gobierno de la organización

8.- En cuanto a los miembros del órgano de gobierno, con independencia de si ejercen su cargo a nivel particular o en calidad de representantes jurídicos de otros organismos/organizaciones públicas o privadas, ¿cómo desempeñan de su cargo?

- Ejercen su cargo de forma activa y responsable, conocen a fondo la organización, participan activamente en la planificación estratégica y anual y colaboran estrechamente con el órgano de dirección. Sus datos son públicos y establecen mecanismos que evitan situaciones de conflicto de intereses.

8.1. Información adicional.

Los miembros de gobierno desempeñan su labor de forma altruista. Conocen el funcionamiento de la asociación, colaboran en el diseño de los proyectos y de forma permanente en actos de representación.

9.-Respecto a la rendición de cuentas, ¿cómo actúa la organización?

Cumple con sus obligaciones y rinde cuentas ante su órgano de gobierno al menos dos veces al año, presentando planificación anual previa y memoria económica y de actividades realizadas.

9.1.- Información adicional.

Se realiza una asamblea anual en la que se informa a todos los asociados sobre las actividades de la asociación y sus cuentas. económicas.

10.- ¿Se proporciona información clara, honesta y fiel sobre la propia organización, su composición, estrategia y funcionamiento, sus redes y acuerdos y sus fuentes de financiación y obtención de recursos?

La organización es transparente y comunica de forma activa, permanente, actualizada y detallada en relación a su esencia, composición, funcionamiento y estrategia a sus grupos de interés y a toda la sociedad por diferentes medios.

10.1. Información adicional

La asociación informa a los asociados sobre su actividad en las asambleas anuales, además publica toda la información en su blog y redes sociales, para conocimiento de la sociedad en general.

11.- 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 a disposición de todas las personas de la organización.

11.1.- Información adicional

La asociación se rige por unos estatutos aprobados por todos los socios, donde vienen definidas las normas de funcionamiento de la asociación.

12.- ¿Conocen las personas que trabajan y las que colaboran como voluntarias la misión, la cultura (razón de ser de la organización, valores,...) y los objetivos propios y distintivos de la organización?

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y voluntarias y se establecen acciones específicas para promover su compromiso y alineación con ellos.

12.1. Información adicional

Los fines de la asociación, normas de funcionamiento y demás asuntos relacionados con la misma son conocidos por los asociados, miembros de los órganos directos y el personal contratado por la entidad, el cual es informado a incorporarse a su puesto de trabajo.

Plan de Responsabilidad Social

13.- 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.

13.1. Información adicional

Se están iniciando acciones en materia de responsabilidad social dentro de la propia entidad, como la solicitud del sello RSA de Aragón y la difusión de este programa entre los asociados, para promover su implantación en el pequeño comercio de la provincia.

14.- 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 a nivel general

14.1. Información adicional

La asociación se encuentra en el proceso de implantación de la responsabilidad social en la entidad.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

15.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes/usuarios/beneficiarios?

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes/usuarios/beneficiarios como indicadores de resultado.

15.1. Información adicional

En las campañas que realiza la asociación, se incluyen encuestas para los comercios y formularios de participación para los clientes y así medir el grado de satisfacción de los asociados y la acogida de la actuación comercial entre los compradores.

16. ¿Disponen de mecanismos para conocer la satisfacción de sus organismos financiadores y donantes?

Sí, conocemos la satisfacción de nuestros organismos financiadores y/o donantes a través de una metodología y de forma periódica

16.1. Información adicional

Se mantienen reuniones anuales con ellos, y se les entrega una memoria de las

actuaciones en las que han colaborado, El grado de satisfacción es elevado ya que renuevan su participación cada año en las campañas que realiza la asociación.

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

Disponemos de mecanismos definidos para la identificación de mejoras y su implantación

17.1. Información adicional

Mediante las reuniones que mantenemos con los asociados, encuestas, y puntualmente, mediante sugerencias o aportaciones que nos trasladan vía email o telefónicamente.

Innovación en los productos y servicios

18.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación e innovación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los diferentes clientes/usuarios/beneficiarios y el sector de la actividad?

Se investigan nuevos productos /servicios con metodología y planificación. Existe un procedimiento para diseñar actuaciones innovadoras que den respuesta a necesidades nuevas o emergentes.

18.1. Información adicional

Las campañas que realiza la asociación se van adaptando a las necesidades de los asociados, e incorporando nuevos elementos innovadores y tecnológicos, para hacerlas más atractivas a los clientes, teniendo en cuenta los nuevos patrones de diseño y canales de comunicación.

Calidad de los productos y servicios

19.- ¿Cómo realiza su entidad la puesta a disposición del producto o 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.

19.1. Información adicional

Los proyectos nuevos se ponen en común con los miembros del comité ejecutivo y, una vez aprobados, se desarrollan y difunden a través de las redes sociales y medios de comunicación, ya que así podemos llegar al máximo número de comercios asociados y clientes de la provincia.

20.- ¿Cuáles son las características del sistema de evaluación y seguimiento de los servicios/productos de su organización?

Se ofrece un sistema de evaluación que permite recoger el grado de satisfacción sobre los productos/servicios.

20.1. Información adicional

Mediante las reuniones que mantenemos con los asociados, encuestas, y puntualmente,

mediante sugerencias o aportaciones que nos trasladan vía email o telefónicamente

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

De la totalidad de los productos/servicios ofertados se proporciona y difunde información detallada de sus características, particularidades, requisitos de acceso y beneficios de uso.

21.1. Información adicional

Tanto a los asociados como a los clientes se les informa de las campañas que se realizan. La información también se difunde en redes sociales y medios de comunicación de ámbito provincial.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

22.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas y voluntarias?

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

22.1. Información adicional

Realización de reuniones de equipo donde los trabajadores trasladan sus inquietudes o propuestas de mejora.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

23.- ¿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, cultura...)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al área 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.

23.1. Información adicional.

Todas las incorporaciones y la promoción laboral se realizarían a través de criterios objetivos.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

24.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y

labores domésticas.

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

Se facilita la concialización de la vida laboral de cada unas de las personas que trabajan en la asociación, siempre que no afecte negativamente al cómputo de la jornada laboral ni a la realización de cualquiera de los procesos o servicios propios de la asociación.

Formación y desarrollo profesional

25.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas y voluntarias?

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y voluntarias y se analizan las propuestas

25.1. Información adicional.

La entidad consulta a los empleados que formación desean realizar a principios de año, no obstante si el empleado ve una formación adecuada a las necesidades de su puesto de trabajo, puede realizarla sin ninguna objeción..

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo o de las tareas asignadas, en función de las necesidades de cada departamento/área y/o de cada función asignada.

26.1. Información adicional.

Los trabajadores de la Asociación Provincial Comercio Teruel están en constante formación.

Seguridad y Salud

27. ¿Tiene implantado en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Se dispone de un Plan de Organización Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas y voluntarias, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

27.1. Información adicional.

La asociación tiene un contrato firmado con una mutua que incluye planes y revisiones de seguridad, higiene y ergonomía.

PROVEEDORES

Compras responsables

28.- ¿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.

28.1. Información adicional.

La asociación trabaja con distintos proveedores integrados en la entidad . Eso asegura que siempre las compras son responsables en términos económicos y mediambientales y juntos fomentamos las compras en el pequeño comercio.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales, sociales y de proximidad asociados a la actividad.

29.1. Información adicional.

La asociación trabaja con distintos proveedores que se evalúan en función de la relación calidad precio, plazos de entrega, experiencia y su vinculación con el territorio.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

30.- 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.

30.1. Información adicional.

La asociación representa y defiende los intereses de los empresarios de la provincia, fomentando la unión y colaboración de los asociados en temas de interés común.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

31.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con los fines y la estrategia de su organización?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos y revisión de los resultados obtenidos y medición de impactos.

31.1. Información adicional.

Están totalmente integrados, ya que los proyectos desarrollados están enfocados a impulsar el tejido empresarial en la provincia, siendo este el principal objeto social de la entidad, según sus propios estatutos.

Transparencia con el entorno social de la organización

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas, voluntarias y otros grupos de interés,

fomentando su participación e implicación activa?

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

32.1. Información adicional

Las campañas que realiza la asociación son publicadas en redes sociales y medios de comunicación con el fin de que puedan participar todos los grupos de interés. desde el propio asociado hasta el público en general.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

33.- ¿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.

33.1. Información adicional

Todas actividades que se desarrollan se comunican mediante diferentes canales de comunicación: carta, correo, prensa, redes sociales. Y posteriormente se realiza un estudio del impacto obtenido en dicha actividad.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

34.- 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.

34.1. Información adicional.

La asociación trabaja y fomenta el compromiso con el impacto medioambiental.

Compromiso frente al cambio climático

35.- ¿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.

35.1. Información adicional.

Desde la asociación trabajamos proporcionando herramientas de concienciación, ahorro energético, reciclaje.....entre los asociados y el personal que trabaja en la propia entidad.

Economía circular

36.- ¿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.

36.1. Información adicional

Reciclaje y reutilización de papel.

Comunicación ambiental

37.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los diferentes grupos de interés?

Se comunican, pero no de manera sistemática u organizada.

37.1. Información adicional

Las pautas de ahorro energético, materiales y tratamiento de residuos se hace de manera informal entre los trabajadores, mediante correos electrónicos y reuniones de equipo.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

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

Valoración Global

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

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

40.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El trabajo que realiza la asociación por y para el pequeño comercio de la provincia. Juntos luchamos por un interés común: seguir manteniendo la estructura comercial de la provincia,

el empleo y su servicio en el medio rural., contribuyendo al desarrollo económico y social de la provincia.

41.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

intensificar la actividad a nivel provincial.

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?

Sí

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

- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.