

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS EMPRESA RURAL RESPONSABLE 2012



GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PROYECTO DE COOPERACIÓN EMPRESA RURAL RESPONSABLE 2012



Feader: Fondo europeo Agrícola de desarrollo rural. Europa invierte en las zonas rurales

[Escriba texto]



1.- PRESENTACIÓN

2.- DESARROLLO DEL PROYECTO

COMPROMISO TERRITORIAL

COMPROMISOS DE RESPONSABILIDAD

FASES DE IMPLANTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD TERRITORIAL EN LAS EMPRESAS

3.- EMPRESAS

4.- ANÁLISIS DE LOS PLANES DE ACCIÓN

5.- ADAPTACIÓN DE COMPROMISOS

6.- CONCLUSIONES

7.- EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

6.- ANEXOS – Productos resultantes

INFORMES ENERGÉTICOS

AUDITORÍAS AMBIENTALES - INFORMES AMBIENTALES - FORMACIÓN AMBIENTAL

HERRAMIENTA DE GESTIÓN EMPRESARIAL (Cesión Consorcio Eder)

HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE INVERSIONES



**Gobierno
de Navarra**

1. PRESENTACIÓN

La Responsabilidad Empresarial implica hablar de la ética a la hora de hacer negocios, de cómo las actividades desarrolladas por las personas, para obtener beneficios, pueden favorecer, perjudicar o no afectar en nada a las personas de su entorno y al propio territorio.

Ser Empresa Rural Responsable es crear un modelo de conducta y otra forma de hacer negocio con gestos y acciones cotidianas que puedan favorecer a su entorno social, medioambiental y económico. A la vez, pueden llegar a ser un referente y lograr un cambio en la actuación de otras muchas empresas rurales.

La Responsabilidad Empresarial empieza a tener sentido para muchas pequeñas empresas y personas autónomas cuando observan ejemplos de otras empresas similares.

La Responsabilidad Empresarial no es compleja y se adapta a cualquier tipología y dimensión de actividad, cualquier pequeña acción tiene una contribución a la sociedad y al territorio en el que se desarrolla.

En las Empresas Rurales Responsables es clave la actitud de la persona emprendedora/ empresaria, ya que será quien decida implantar la Responsabilidad Empresarial en su negocio. Decidirá qué, quién, cómo y cuándo realizará las actividades que forman parte de su negocio. Su comportamiento diario, sus valores y la forma de actuar será el mejor reflejo de su compromiso con las líneas maestras de su proyecto/negocio.

Con el proyecto EMPRESA RURAL RESPONSABLE queremos diferenciar a las empresas comprometidas con las personas y con el territorio, mejorando su competitividad, incrementando la solidaridad con las entidades y personas que aquí vivimos, e incrementando su compromiso con el medioambiente y con el entorno rural en el que se desarrollan.

En definitiva, esta guía pretende ayudar a aquellas personas empresarias que aspiran a conservar su territorio y sus modos de vida, a favorecer a su población cercana, a favorecer la cooperación, a generar beneficio, y a mantener un negocio próspero y duradero.



2. INTRODUCCIÓN

El proyecto Empresa Rural Responsable, es un proyecto de cooperación entre dos de los Grupos de Acción Local de Navarra, Consorcio EDER (Ribera) y la Asociación TEDER (Tierra Estella). El proyecto se enmarca en el Eje 4 LEADER (FEADER) del programa de Desarrollo Rural de Navarra 2007-2013 y está financiado por Gobierno de Navarra (45%) y la Unión Europea, a través de los fondos FEADER (55%)

El proyecto va dirigido a personas emprendedoras y empresas ya creadas en la Ribera de Navarra y en Tierra Estella.

El objetivo del proyecto es impulsar territorios rurales sostenibles, basados en una estrategia de incremento de competitividad de los territorios, de incremento de la cohesión social y de conservación y preservación de nuestro medio ambiente, a través de la promoción de empresas rurales responsables.

Para conseguir éste objetivo, el proyecto “Empresa Rural Responsable” pone a disposición de las empresas y personas emprendedoras las herramientas necesarias para implantar la Responsabilidad Empresarial en sus negocios como proceso de mejora continua. Estas empresas han sido identificadas por el distintivo “Empresa Rural Responsable” y han sido reconocidas por su labor y el esfuerzo realizado.



Aunque hay varias definiciones aceptadas, el Libro Verde de la UE de 2001, define la Responsabilidad Empresarial como “la integración voluntaria, por parte de la empresa, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales con sus interlocutores sociales...” En definitiva, la Responsabilidad Empresarial pretende crear empresas más justas con las personas y con el entorno en el que se desarrollan.

La sensibilidad de la persona que compra de forma responsable empieza por pedir un buen producto o servicio, que no perjudique a otras personas ni al medio ambiente y, si es posible, que sea



capaz de beneficiar tanto a la persona que consume como a todas aquellas que han intervenido en su creación o prestación.

La teoría económica tradicional contemplaba, hasta ahora, la creación de valor económico como la única función de la empresa. Actualmente todas las personas reconocen en las empresas un valor social.

Las personas y el territorio se ven afectadas directa o indirectamente por el desarrollo de una actividad empresarial, y por lo tanto, también las personas y el territorio tienen capacidad para afectar directa o indirectamente el porvenir y desarrollo de dichas empresas.

Si la empresa crea valor para las personas y el medio donde se desarrolla se generan impactos positivos, y como contrapartida, la empresa puede obtener beneficios económicos, de imagen, sociales, o de otro tipo que, a corto, medio y largo plazo, mejoran los resultados de dichas empresas. Por tanto, las empresas, al generar valor para las personas y para el medio físico en el que se desarrollan, están invirtiendo en su propia creación de valor y esta revierte a la persona empresaria, a la empresa y/o a las personas que trabajan en la organización (mejora de condiciones salariales, mejores instalaciones de trabajo, etc.)

El objetivo de esta guía es mostrar las buenas prácticas realizadas durante el desarrollo del proyecto y facilitar a la población en general y a las personas empresarias en particular, herramientas útiles y sencillas con las que poner en marcha acciones de Responsabilidad Empresarial en sus empresas rurales.

3. DESARROLLO DEL PROYECTO

- i. COMPROMISO TERRITORIAL**
- ii. BATERÍA DE COMPROMISOS**
- iii. FASES DE IMPLANTACIÓN DE RESPONSABILIDAD TERRITORIAL EN LAS EMPRESAS**

El proyecto “Empresa Rural Responsable” se puso en marcha en el año 2.011. Durante el primer año se desarrollaron diferentes acciones dirigidas a implantar y dar a conocer la Responsabilidad Empresarial en pequeñas empresas de los territorios de Tierra Estella y Ribera de Navarra. Así, se asesoró individualmente sobre posibles mejoras en la gestión energética y en la gestión, tanto de residuos como del agua, en el ámbito empresarial.

Esta primera experiencia impulsó una segunda fase del proyecto en la que se desarrollaron una batería de COMPROMISOS DE RESPONSABILIDAD TERRITORIAL MEDIBLES Y OBJETIVOS A TRAVÉS DE UNA BATERÍA DE INDICADORES SOCIALES, MEDIOAMBIENTALES Y ECONÓMICOS.

DESARROLLO E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN.- A partir de un diagnóstico inicial de la empresa basado en dichos compromisos se analiza la situación de partida de la actividad, se seleccionan como mínimo tres compromisos y se fijan los indicadores que finalmente medirán el grado de implantación de un plan de mejora en responsabilidad empresarial.

El proyecto facilita el asesoramiento integral tanto a personas emprendedoras como a empresas que ya han iniciado su actividad.

El proceso de implantación comienza con la firma del COMPROMISO TERRITORIAL, acuerdo que suscriben la persona representante del grupo de acción local y la persona responsable de la empresa que desea desarrollar su plan de mejora.



i. **COMPROMISO TERRITORIAL**

..... se COMPROMETE a:	 COMPROMETE a :
1. Facilitar la creación de empresas y empleo en el medio rural aplicando un carácter innovador en dichas empresas a través del compromiso voluntario en la mejora continua con el medio ambiente y la sociedad rural 2. Facilitar a las personas emprendedoras del medio rural información y asesoramiento tanto en la puesta en marcha y / o consolidación de su idea de negocio como en acciones de cuidado medioambiental y/ o responsabilidad social de la empresa. 3. Facilitar un Plan de acción en responsabilidad social de la empresa a la persona o entidad promotora 4. Realizar el cálculo de emisiones de CO² de la actividad empresarial asesorada y realizar su compensación a través de una aportación económica a un proyecto de carácter social en la comarca. 5. Publicitar y difundir la empresa creada y/o consolidada como establecimiento adherido al proyecto “Empresa Rural Responsable”	1. Integrar en la gestión de su proyecto, de manera decidida, los criterios y valores del respeto al Medio Ambiente (cumplimiento de la normativa, prevención de la contaminación, reducción de los residuos, uso racional de los recursos naturales y energéticos, etc..) y de la responsabilidad empresarial territorial. 2. Analizar y vigilar de manera continua el impacto medioambiental, económico y social de su actividad procurando una repercusión positiva de su actividad en el territorio de 3. Difundir buenas prácticas ambientales y solidarias entre proveedores, colaboradores, trabajadores y clientes. 4. Aplicar, en función de sus posibilidades, el plan de acción diseñado dirigido a la mejora continua de su proyecto, mejorando la calidad de vida y del entorno del territorio....., a través de la responsabilidad territorial.

ii. COMPROMISOS DE RESPONSABILIDAD

Se ha diseñado una batería de 16 compromisos económicos, medioambientales y sociales asociados a indicadores adaptados a las características de las empresas rurales. Cada empresa selecciona aquellos que considera acordes a su actividad y posibilidad de ejecución.

Compromisos económicos

Compromiso Nº 1: Gestión empresarial: La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.

Objetivo: El objetivo fundamental de la gestión empresarial es mejorar la productividad, sostenibilidad y competitividad, asegurando la viabilidad de la empresa a largo plazo.

Compromiso Nº 2 Innovación: La empresa destinará recursos y capacidad a innovar su actividad. Se compromete a introducir un nuevo producto o servicio ofrecido en el mercado.

Objetivo: El objetivo de este compromiso es impulsar la innovación, considerando la innovación el proceso de desarrollar algo nuevo, de una manera sostenible, para lograr una meta económica.

Compromiso Nº 3: Nuevas Tecnologías de la información: La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimientos (NTIC) para la gestión de su actividad.

Objetivo: El objetivo de este compromiso es impulsar el uso de NTIC's, y crear una reflexión de las necesidades y el potencial tecnológico de la empresa rural sostenible.

Compromiso Nº 4: Gestión de inversiones: La empresa planifica las inversiones que va a acometer en el año, mediante seguimiento periódico del plan en su Control de Gestión Anual.

Objetivo: Construir una política de inversión. Fomenta a las pequeñas y medianas empresas a que planifiquen su inversión ayudando a su evolución y desarrollo. Esto se lleva a la practicidad mediante una herramienta de planificación que ayuda a entender mejor las necesidades y reduce la posibilidad de tomar decisiones apresuradas o inapropiadas.



INDICADORES DE SEGUIMIENTO ECONÓMICOS

Indicadores Compromiso 1: Gestión empresarial:

Herramienta plan gestión: Indica la existencia de control por parte de la empresa de los objetivos económicos cuantitativos, controlando los ingresos gastos y resultados. Este indicador permite a la empresa controlar las desviaciones ocurridas entre lo previsto y lo resultado. El plan de gestión facilitará los ajustes oportunos y eficaces de los recursos.

Herramienta control de gestión: Indicador existente para el control de inversiones, gastos e ingresos. El control de gestión trimestral facilitará la toma de decisión a tiempo de anticiparse a los acontecimientos evitando así los efectos negativos de la improvisación.

Indicadores Compromiso 2: Innovación:

% Recursos destinados a innovación/total de inversiones durante el año: El indicador mide los recursos de la empresa dedicados a innovar en sus productos o servicios. Del mismo modo, el indicador permite controlar y comparar los recursos utilizados en diferentes periodos.

Indicadores Compromiso 3: Nuevas tecnologías de la información:

% de recursos destinadas a NTIC/Total de inversión de la empresa: El indicador ayuda a cuantificar los recursos destinados a NTIC en comparación al total de los recursos destinados a inversión.

Evidencia de Equipo informático y sus aplicaciones en el negocio

% de horas dedicadas a la implantación de nuevas tecnologías de la información /comunicación (Nº horas dedicadas a la implantación de nuevas tecnologías información - comunicación / Nº total de horas trabajadas año: El indicador ayuda a cuantificar las horas de formación de dedicadas a la aplicación de nuevas tecnologías, permitiendo del mismo modo compararse con años anteriores.

Indicadores Compromiso 4: Gestión de inversiones

Herramienta control de inversiones



Compromisos medioambientales

COMPROMISO Nº 5. GESTIÓN DEL AGUA: La empresa se compromete a la reducción de su consumo de agua mediante el establecimiento de acciones de mejora, ya sean técnicas, de gestión o sensibilización.

Objetivo: Controlar y reducir el consumo de agua, entendiendo que se trata de un recurso limitado en cantidad y calidad.

COMPROMISO Nº 6 GESTIÓN DE LA ENERGÍA: La empresa se compromete al control y reducción de su consumo energético proveniente de fuentes no renovables mediante el establecimiento de acciones de mejora, ya sean técnicas, de gestión, o sensibilización.

Objetivo: La gestión de la energía, al igual que la gestión del agua, se trata de un objetivo medioambiental. Las empresas toman el compromiso de utilizar energías más limpias, moderar su consumo y en definitiva controlar el uso de los recursos naturales.

COMPROMISO Nº 7 GESTIÓN DE LAS EMISIONES ATMOSFÉRICAS: La empresa se compromete a reducir el impacto de sus emisiones derivadas del uso de combustibles fósiles, empleando aquellos que son menos contaminantes.

Objetivo: Mediante la gestión de las emisiones atmosféricas, contribuyen en la medida que está a su alcance, a detener el calentamiento global y unos buenos niveles de calidad atmosférica.

COMPROMISO Nº 8: GESTIÓN DE LOS RESIDUOS: La empresa se compromete a reducir el impacto generado por sus residuos, ya sea mediante políticas de reducción en origen, o bien priorizando su reutilización y valorización frente a su eliminación o mediante la sensibilización de sus clientes en la correcta gestión de los mismos.

Objetivo: Este compromiso persigue la correcta gestión de los residuos inevitables en cualquier tipo de actividad. De esta forma la empresa ayuda a reducir los efectos perjudiciales en la salud humana, la estética del entorno y los efectos perjudiciales ocasionados al medio ambiente.

COMPROMISO Nº 9. INTEGRACIÓN PAISAJÍSTICA: La empresa se compromete a integrar su actividad en el entorno inmediato, minimizando su impacto paisajístico.



Objetivo: Mediante este compromiso, la empresa se integra en el medio rural, cuidando su estética y siendo parte del medio ambiente y socioeconómico de la zona.

COMPROMISO Nº 10. GESTIÓN DE LOS MATERIALES EMPLEADOS: La empresa se compromete a considerar la variable ambiental en la elección de los materiales utilizadas en su actividad o en los productos comercializados o en el embalaje de los mismos.

Objetivo: Al minimizar el consumo de materiales la empresa provoca un beneficio ambiental debido a que también se reducen los residuos generados derivados del uso de una cantidad excesiva de materiales. En la medida de sus posibilidades, la empresa utilizará materiales lo más sostenibles posibles.

COMPROMISO Nº 11. GESTIÓN Y CONCIENCIA AMBIENTAL: La empresa se compromete a conocer los aspectos ambientales generados por su actividad y las obligaciones derivadas de los mismos como herramienta básica para su adecuada gestión.

Objetivo: Este compromiso pretende que la empresa conozca su situación actual en el ámbito medioambiental, las áreas de mejora más significativas y disponga conocimiento y herramientas para su correcta gestión.



INDICADORES DE SEGUIMIENTO MEDIOAMBIENTALES

Indicadores Compromiso 5: Gestión del agua

m3 / ud producción, m3 / Nº trabajadores, m3 / días ocupación y m3 / Nº clientes: Se tratan de indicadores puros de consumo de agua.

Nº y descripción de las acciones o iniciativas aplicadas para la reducción del consumo de agua: Es un indicador dirigido a contabilizar el número de medidas adoptadas para el ahorro de agua en la empresa.

% inversiones realizadas en ahorro de agua (Inversiones realizadas en reducción del consumo agua / total inversiones año): Contabiliza las inversiones de la empresa dedicadas al ahorro de agua comparándolas con el total de la inversión para un periodo.

% agua reutilizada. (m3 agua reutilizada / m3 agua consumida): Indica, del consumo total del agua de la empresa que cantidad es reutilizada.

% inversiones realizadas en reutilización de agua (Inversiones realizadas en reducción del consumo agua / total inversiones año): Contabiliza las inversiones realizadas para la reutilización del agua, comparándola con el total de las inversiones.

Indicadores Compromiso 6: Gestión de la energía

Ud consumo energía/ ud producción, Ud consumo energía / Nº trabajadores, Ud consumo energía / días ocupación, Ud consumo energía / Nº clientes: Es un indicador dirigido a contabilizar el número de medidas adoptadas para el ahorro de energía en la empresa según la fuente de energía utilizada.

Nº y descripción de las acciones o iniciativas aplicadas para el ahorro en el consumo de energía: Es un indicador dirigido a contabilizar el número de medidas adoptadas para el ahorro de energía en la empresa según la fuente de energía utilizada.

% inversiones realizadas en ahorro energético (Inversiones realizadas en ahorro energético / total inversiones año): Contabiliza las inversiones de la empresa dedicadas al ahorro de energía comparándolas con el total de la inversión para un periodo.

% utilización energías renovables (cantidad energía consumida de fuentes renovables propias / total de energía consumida): Contabiliza el total de la energía procedente de fuentes renovables, comparándola con el total de la energía utilizada en la empresa distinguiendo la fuente de energía.

% inversiones realizadas en implantación de energías renovables (Inversiones realizadas en energías renovables / total inversiones año): Contabiliza las inversiones realizadas para la implantación de energías renovables, comparándola con el total de las inversiones.

Indicadores Compromiso 7: Gestión de las emisiones atmosféricas:

Huella de carbono reducida: Mediante este indicador la empresa es capaz de conocer los Kg de CO₂ emitidos a la atmósfera consecuentemente de la actividad.

Nº y descripción de las acciones o iniciativas aplicadas para la sustitución de combustibles Pretende medir el desempeño ambiental de la empresa y las iniciativas tomadas al respecto.

% inversiones realizadas para la sustitución de combustibles (Inversiones realizadas para la sustitución de combustibles / total inversiones año): Mediante este indicador la empresa es capaz de cuantificar las inversiones dedicadas a la sustitución de combustibles y uso de aquellos menos contaminantes.

Indicadores compromiso 8: Gestión de los residuos:

Kg residuo (diferenciado según LER) / ud producción: Mediante este indicador la empresa es capaz de conocer los kilogramos de residuos generados relacionados con la producción.

Nº desviaciones año observadas en la segregación de residuos: Este indicador ayuda a controlar los residuos que no han sido bien segregados, generando una reflexión sobre medidas a adoptar si fuera necesario.

Kg residuos recogidos fuera de contenedores: Al igual que el indicador anterior, ayuda a controlar los residuos que han sido recogidos fuera del contenedor, generando una reflexión sobre medidas a adoptar si fuera necesario.

% residuos reutilizados internamente o gestionados en operaciones de valorización externas (Kg residuos reutilizados o valorizados / Total residuos generados.): Mediante este indicador la empresa controla los residuos que han sido aprovechados para valorización del total de sus residuos generados.

Nº y descripción de las acciones de sensibilización realizadas con los clientes

Indicadores compromiso 9: Integración paisajística:

Nº y descripción de las acciones o iniciativas de integración paisajística

% inversiones realizadas en materia de integración paisajística (Inversiones realizadas en integración / total inversiones año): Este indicador mide las inversiones dedicadas a la integración paisajística comparándolas con el total de los recursos dedicados a inversión.

Indicadores compromiso 10: Selección de materiales:

% subproductos utilizados (Cantidad de subproductos usados como materia prima / total de materias primas utilizadas): Este indicador ayuda a contabilizar los materiales procedentes de residuos utilizados por la empresa.

Kg envase / ud producción: Mediante este indicador se contabilizan los kilogramos de envase que necesitamos en la comercialización del producto.

% envases retornables utilizados / total de envases utilizados, % envases utilizados realizados en material reciclado / total de envases utilizados, % envases plásticos utilizados realizados con plástico biodegradable / total de envases plásticos utilizados: Mediante estos indicadores la empresa inventaría los envases retornables, reciclados o realizados de plástico biodegradable que utiliza.

% materiales reciclados o reutilizados utilizados / total de materias primas utilizadas, % materiales empleados con etiquetado ambiental voluntario / total referencias de productos consumidos: Mediante este indicador la empresa inventaría los materiales reciclados, reutilizados o con etiquetado, comparándolo con el total de materia prima que utiliza.

% coste compras con etiquetado ambiental voluntario / coste total de compras: Este indicador la empresa compara las compras realizadas con etiquetado ambiental con el total de importe de compras.

Indicadores compromiso 11, gestión y conciencia ambiental:

Existencia de un documento de auditoría o diagnóstico ambiental.

Existencia de una persona formada sobre los aspectos ambientales de la empresa.

COMPROMISOS SOCIALES

COMPROMISO Nº 12 FORMACIÓN Y DESARROLLO: La empresa se compromete a promover la formación y el desarrollo del personal, poner en marcha programas de atención individual que permitan identificar a corto/plazo necesidades de formación y proponer planes de desarrollo cuando la actividad laboral lo posibilite. La empresa también puede comprometerse a formar, informar y sensibilizar al personal sobre los aspectos ambientales de su actividad, con objeto de minimizar su impacto en el entorno.

Objetivo: Preparar al personal para la introducción de innovaciones y cambios que se produzcan, apostando por el desarrollo profesional de su personal.

COMPROMISO Nº 13. CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL: La empresa fomenta el desarrollo armónico de la persona prestando especial atención en todos aquellos aspectos vinculados a la conciliación de la vida personal y laboral, comprometiéndose a la igualdad de remuneración entre hombres y mujeres.

Objetivo: Estimular la responsabilidad social de la empresa en la perspectiva de mejorar las condiciones de bienestar personal y familiar.

COMPROMISO Nº 14. RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES: La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes.

Objetivo: Transmitir la información de sus productos y su propia imagen a los clientes de una forma transparente y clara. De esta forma, permitir a la empresa conocer las necesidades de los clientes y la reacción que éstos tienen con su producto. La relación con el cliente en definitiva permite conocer al cliente, adaptar nuestros productos y ofrecerles un mejor servicio.

COMPROMISO Nº 15. INTERCOOPERACIÓN: La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de



favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector).

Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local.

Objetivo: Fomentar la colaboración con las entidades y asociaciones locales así como comprometerse con el desarrollo social y cultural de la zona.

COMPROMISO Nº 16. PROVEEDORES, EMPRESAS Y PERSONAS CONTRATADAS: La empresa favorecerá la economía Local y los productos locales, utilizando siempre que sea posible, recursos del territorio (materiales y humanos) en sus procesos de producción distribución y comercialización.

Objetivo: Impulsar la economía local en la medida de sus posibilidades.



INDICADORES DE SEGUIMIENTO SOCIALES

Compromiso 12- Formación:

Porcentaje de horas de trabajadores/as que han realizado actividades de formación en el último año/ total horas trabajadas plantilla: Permite realizar un seguimiento de las horas totales que se dedican a la formación.

Porcentaje inversión formación trabajadores/ inversión total: Persigue controlar en forma porcentual la cantidad de recursos económicos que se dedican a formación.

Existencia de una persona formada sobre los aspectos ambientales de la empresa

Horas de formación sobre la gestión ambiental en la empresa / Horas formación anual: Mediante este indicador se realiza un seguimiento de las horas de formación que son dedicadas a aspectos medioambientales.

Compromiso 13- Conciliación de la vida personal y laboral:

Retribución anual media de las mujeres y de los hombres, desglosado por cada uno de los componentes salariales, así como por categoría profesional, por colectivo y por tipo de jornada

Incremento salarial medio de las mujeres e incremento salarial medio de los hombres.

Existencia de datos desagregados por sexos y por categoría profesional de las condiciones laborales: tipos de contrato, jornada y horarios, niveles, grupos y categorías profesionales.

Número de mujeres y hombres con contrato laboral indefinido y porcentaje comparativo entre mujeres y hombres.

Indicadores compromiso 14 - Comunicación con el cliente:

% Porcentaje de clientes fidelizados.

Nº devoluciones por falta de calidad del servicio productos/Total ventas: Permite controlar las devoluciones anuales por falta de calidad.

Nº quejas de clientes registradas durante un año.

Nº acciones desarrolladas en función de quejas y reclamaciones en un año

Nº opiniones o sugerencias estudiadas en un año

Nº acciones desarrolladas en función de las opiniones y sugerencias estudiadas en un año.

Acciones desarrolladas para iniciar o mejorar la comunicación con los clientes

Número de felicitaciones o refuerzos en positivo del servicio o producto prestado

% horas dedicadas a la comunicación con clientes (Horas dedicadas a la comunicación con clientes por diversos medios / horas total trabajadas)

Nº noticias publicadas en la web al año

Indicadores compromiso 15- Intercooperación:

Nº de acciones o programas de cooperación dentro del territorio.

Porcentaje de tiempo de prestación de servicios a colaboraciones locales/Total tiempo laboral.

Firmas y Acuerdos con Ayuntamientos, Centros Educativos (Prácticas de alumnos...)

Nº acciones de patrocinio desarrolladas

Porcentaje de recursos económicos destinados a acciones de patrocinio (Coste de las acciones de patrocinio / total costes de la empresa)

Indicadores compromiso 16 -Proveedores, empresas y personas contratadas:



**Gobierno
de Navarra**

Compra de materias primas y productos producidos en el territorio (y con sellos o distintivos de calidad)
/ Total de compras realizadas.

Compras realizadas en el Territorio / Total de compras realizadas.

Transportes utilizados sobre la base del Territorio / Total de transportes utilizados.

Servicios Profesionales contratados en el Territorio / Total de servicios contratados.

Trabajadores contratados vinculados al territorio / Total trabajadores contratados

iii. FASES DE IMPLANTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD TERRITORIAL EN LAS EMPRESAS

La adopción de medidas responsables y la elaboración de una actuación en el este ámbito requiere que la empresa atraviese una serie de fases:

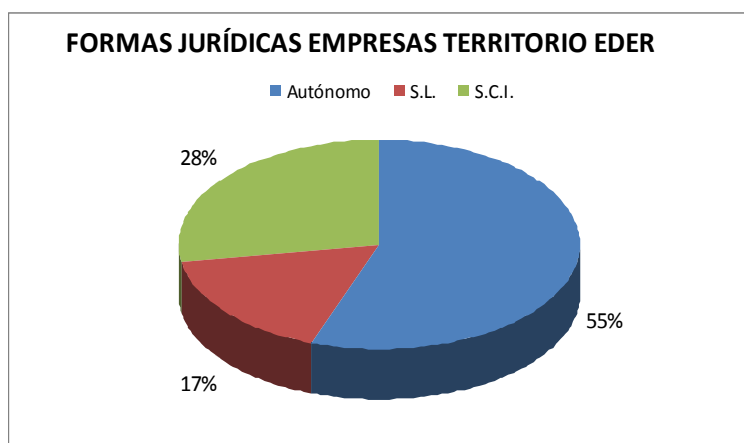
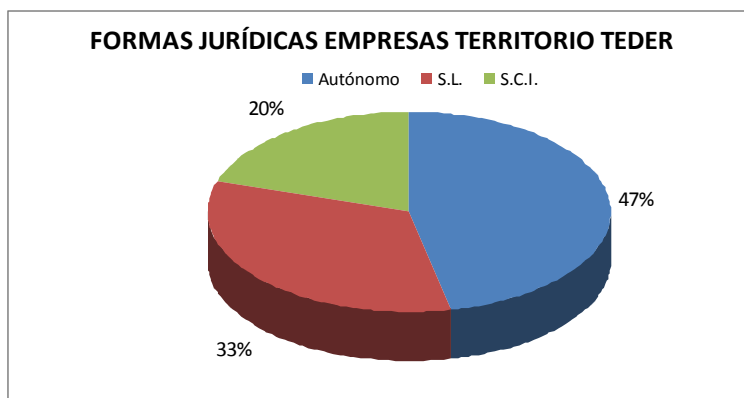
FASES DE IMPLANTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD TERRITORIAL EN LAS EMPRESAS		
PUNTO DE PARTIDA	FASE 1	Revisar sus valores, políticas, así como identificar y sistematizar sus grupos de interés. <i>DIAGNÓSTICO INICIAL</i>
HACIA DONDE VAMOS	FASE 2	Determinar áreas de trabajo y adhesión a los compromisos previamente definidos, atendiendo a las líneas de negocio, situación actual, capacidad de mejora... <i>DEFINICIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN</i>
COMO LO CONSEGUIMOS	FASE 3	Establecer la ruta para conseguirlos, plan de acción y evaluación <i>IMPLANTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE ACCIÓN</i>
QUE HEMOS CONSEGUIDO	FASE 4	Analizar los efectos de la Implantación y evaluación: logros, cumplimientos. metas futuras. Elección de Indicadores previamente definidos <i>RESULTADOS DEL PLAN DE ACCIÓN</i>

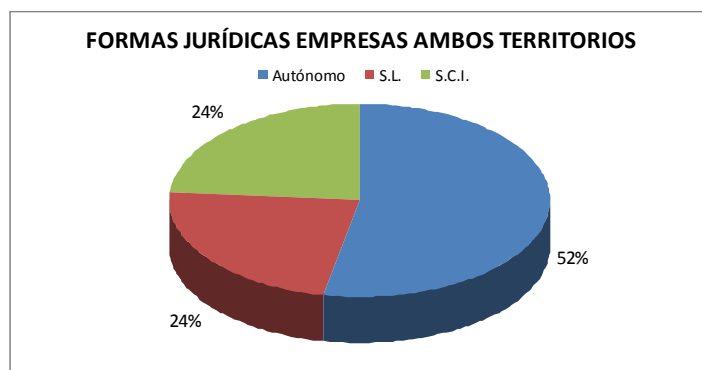
3. INTRODUCCIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS CON LAS QUE SE HA TRABAJADO

Fórmula jurídica – Número de promotores – Nº de contrataciones

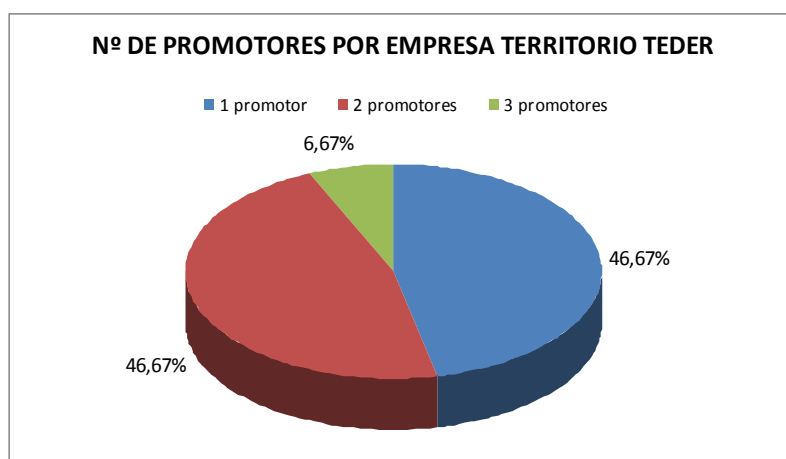
Las 33 empresas participantes, 18 en territorio perteneciente al Consorcio EDER y 15 en el correspondiente a la Asociación TEDER, son MICROPYMES o PYMES. La mayoría de ellas son formadas por un empresario individual, o varios socios bajo la figura de sociedad civil irregular o sociedad limitada. En los gráficos siguientes se muestran los porcentajes registrados bajo cada fórmula jurídica para las empresas participantes de cada territorio y el global.

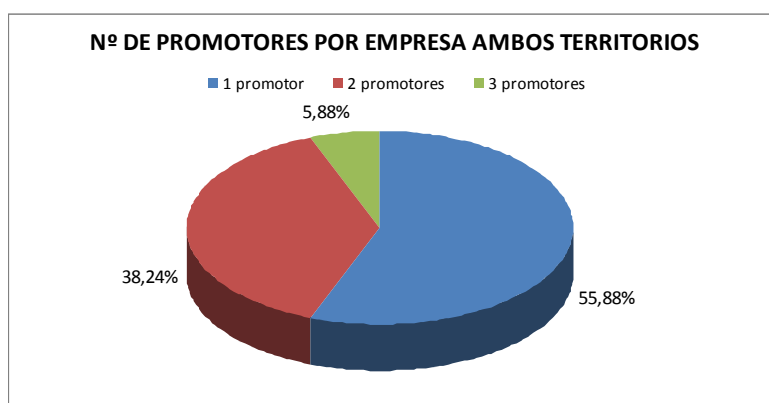
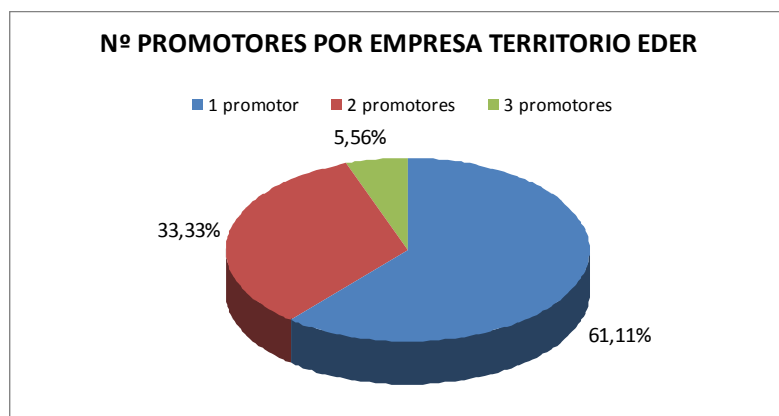




Coincide en gran parte de los casos que las empresas que optan por la figura de Sociedad Limitada han necesitado una mayor inversión para su puesta en marcha. Se puede pensar que la agilidad administrativa para constituir una empresa bajo la figura de trabajador autónomo o sociedad civil irregular, ha decantado a la mayoría de los emprendedores por la elección de estas fórmulas, sobre todo para iniciativas que requieran inversiones moderadas.

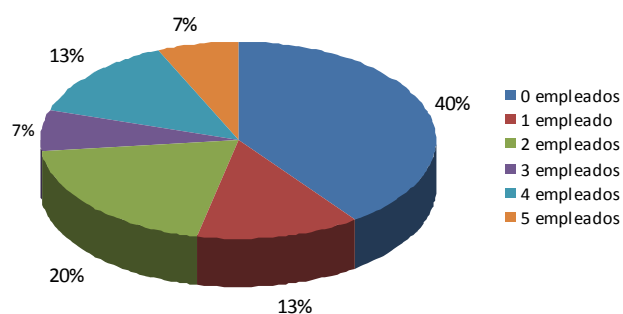
Las iniciativas más numerosas son las formadas por uno o dos promotores, siendo las formadas por tres promotores minoritarias. En las figuras se muestran los porcentajes de empresas según el número de promotores para cada territorio y de manera global. .



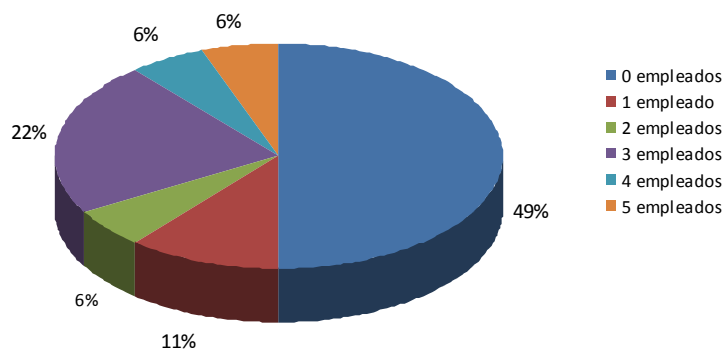


La mayoría de las iniciativas son de autoempleo, siendo la contratación de personal reducida. La contratación de personal es más acusada en el comercio y en hostelería, con un mayor número de empleados por empresa.. No obstante, también es importante la contratación en empresas de servicios profesionales. En los gráficos siguientes se muestra la distribución en porcentaje observada en las empresas participantes según su número de empleados.

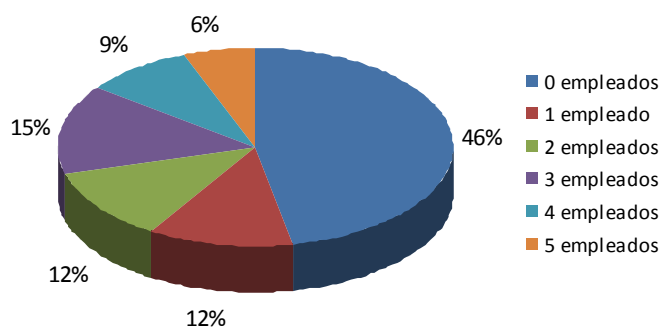
Nº DE EMPLEADOS POR EMPRESA TERRITORIO TEDER



Nº DE EMPLEADOS POR EMPRESA TERRITORIO EDER



Nº DE EMPLEADOS AMBOS TERRITORIOS



Inversiones iniciales para la puesta en marcha de las empresas

En cuanto a las cifras referentes al presupuesto para la creación del negocio, en aquellas que la requirieron, la inversión media se situó en 73.500 euros, entre ambos territorios (68.500 territorio TEDER y 88.000 en EDER).

El nivel de inversión es muy variable, presentando una horquilla que varía desde los 2.600 euros hasta los 350.000 €. Las mayores inversiones se dan en las nuevas iniciativas dedicadas a la restauración y/o alojamientos turísticos, junto con algunos establecimientos destinados al comercio. Las empresas que han requerido menor nivel de inversión se corresponden con actividades de servicios a particulares o empresas (asesorías, suministros, pequeño comercio, etc.).

Si exceptuamos las actividades que han tenido que realizar una alta inversión para su puesta en funcionamiento, hecho anecdótico y puntual en la tipología de empresas que participan en las iniciativas de ambos territorios, resulta una inversión media de unos 45.000 euros, repartida en 52.500€ (EDER) para la Ribera y unos 37.500€ para Tierra Estella (TEDER).



Sectores económicos.-

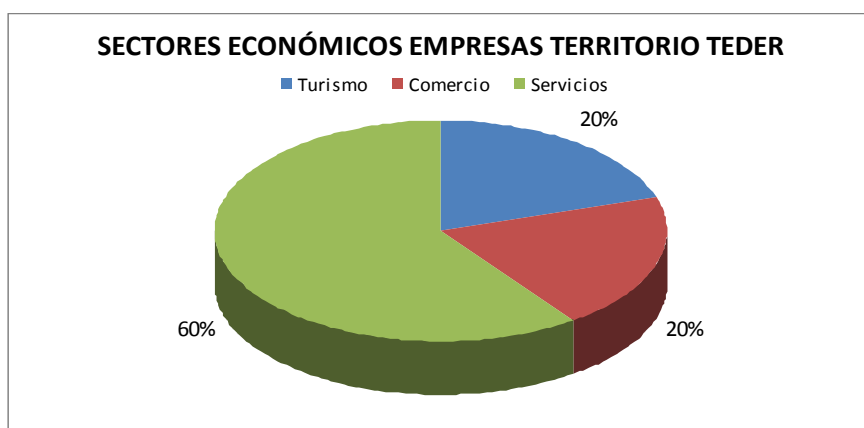
Todas las empresas participantes en ambos territorios pertenecen al sector terciario, no existiendo iniciativas vinculadas a otros sectores, como pudieran ser actividades agrícolas y ganaderas, esperables en un entorno rural, ni actividades industriales.

Las actividades de comerciales representan un importante porcentaje entre las empresas participantes, formadas por establecimientos de venta de ropa y complementos, artículos de regalo, ferretería y herboristería.

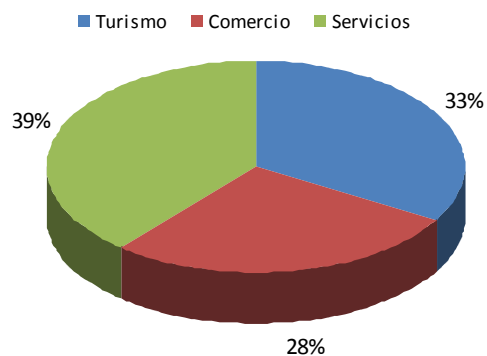
Locales de restauración y alojamientos rurales forman otro importante grupo de empresas en ambos territorios, englobados dentro del sector turístico. Varias de estas iniciativas ofrecen además actividades de educación ambiental y turismo activo.

El grupo que presenta mayor porcentaje en ambos territorios es el de servicios, englobando actividades diversas. En el se agrupan servicios a personas de diverso tipo; peluquerías, talleres de vehículos, ludotecas, servicios médicos y servicios profesionales de consultoría e ingeniería. Los servicios exclusivos para empresas son menos numerosos y la gran mayoría prestan también servicios a particulares, tratándose de actividades de limpieza, suministro de consumibles informáticos y jardinería. Únicamente una iniciativa tiene por cliente exclusivo a las empresas, centrando su actividad en el suministro de alimentos para actividades de hostelería.

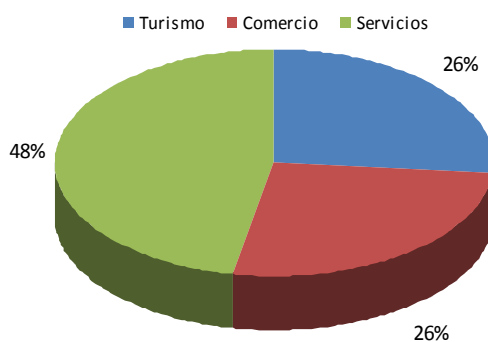
En los gráficos siguientes se muestra el porcentaje que representa cada grupo dentro de cada territorio y a nivel global.



SECTORES ECONÓMICOS EMPRESAS TERRITORIO EDER



SECTORES ECONÓMICOS EMPRESAS AMBOS TERRITORIOS

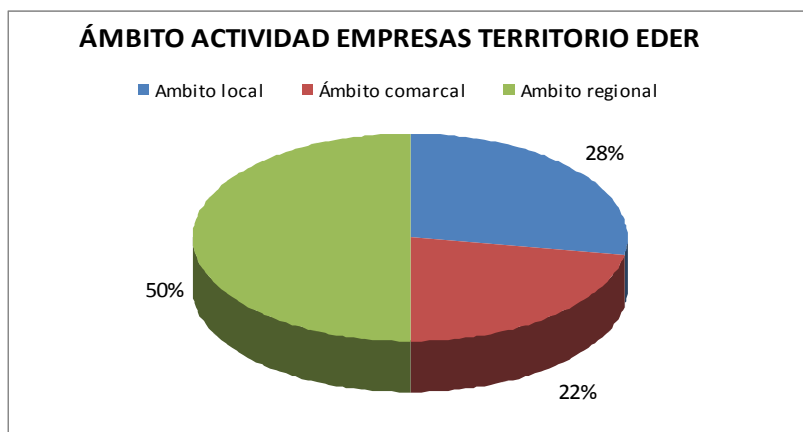


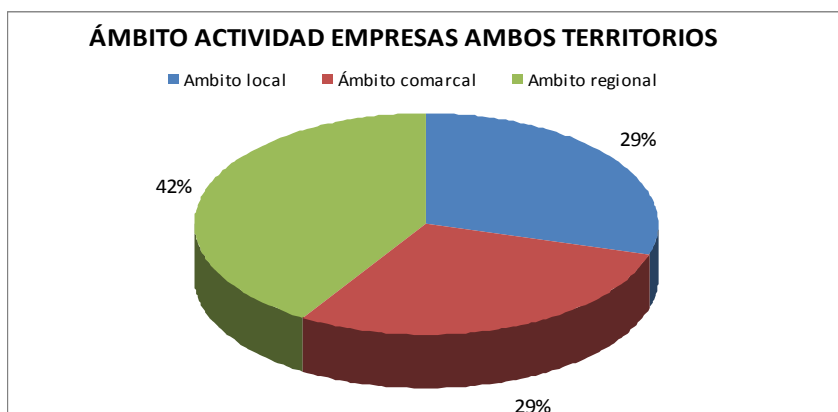
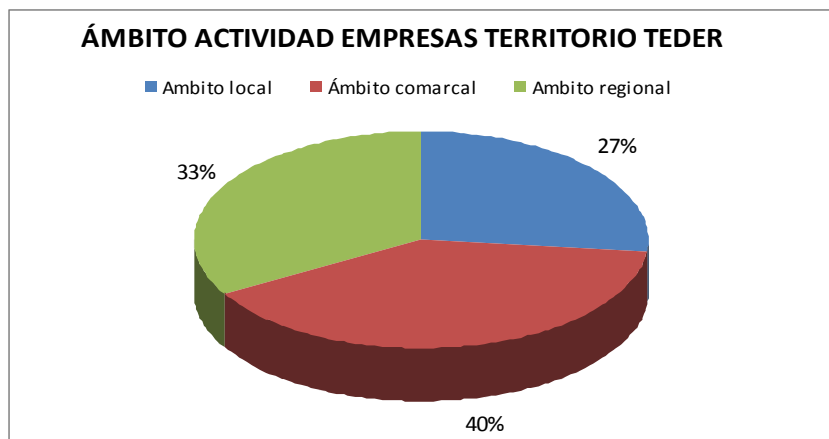
Distribución espacial de las empresas en el territorio

Se observa una mayor concentración de las iniciativas en las poblaciones que son cabeceras de comarca. El 55% de las empresas participantes dentro del territorio del Consorcio EDER se localiza en Tudela. Un 46% de las empresas se localizan en Estella, dentro del ámbito de actuación de la Asociación TEDER.

Un análisis importante es el ámbito de actuación de las empresas. Las empresas de ámbito de actuación local son aquellas que prestan servicio a un cliente cercano, residente en la misma localidad donde se asienta la actividad. En el ámbito comarcal se enmarcan las empresas que prestan servicio además a clientes de localidades próximas. Las iniciativas de ámbito regional prestan servicios a clientes de ámbitos geográficos extensos y distantes al emplazamiento de la empresa.

La distribución de las empresas según su ámbito de actuación se muestra en los gráficos siguientes para ambos territorios y a nivel global.





Dentro del ámbito de actuación de las empresas participantes en la Ribera, se observa una mayoría de ellas cuyo cliente potencial excede el área geográfica del territorio. Se trata en su totalidad de iniciativas vinculadas al turismo, que complementan la oferta de alojamientos existentes y cuyos clientes proceden de fuera de la comarca. También se incluyen actividades de restauración que, además de dar servicio a la clientela local, buscan potenciar la oferta gastronómica para el potencial turista.

En el caso de tierra Estella, gran parte de las empresas con un ámbito de actuación regional también se corresponden con servicios relacionados con el turismo (alojamientos y restauración). Sin embargo aparecen otras iniciativas con ámbito regional que prestan servicios de ingeniería y servicios médicos de referencia. Estas empresas suponen un 40% de las empresas de ámbito regional.

La práctica totalidad de las empresas con un ámbito de actuación comarcal se localizan en las cabeceras de ambos territorios (Tudela y Estella). De manera puntual, una nueva iniciativa enmarcada en este ámbito ha aparecido en Viana, ya que esta población es un foco de actividad en la comarca y gana importancia dada su cercanía a Logroño, pudiendo ofrecer servicios a los habitantes de la capital riojana. Comercios especializados, servicios a personas como peluquerías o de atención a mayores, servicios médicos o autoescuelas conforman la oferta de servicios a los habitantes de la comarca. .

La mayoría de las actividades comerciales de las empresas participantes tienen como objeto dar servicio al cliente local. También se ofrecen otros servicios al cliente local, como los talleres de reparación de vehículos, limpiezas,

No obstante, la principal diferencia entre territorios radica en el tamaño de las poblaciones que lo conforman. Tierra Estella, con poblaciones de pequeño tamaño, presenta más dificultades para la instalación de estas actividades en muchos núcleos de población con garantías de viabilidad. Por tanto la localidad de Estella gana importancia para prestar estos servicios. Al acercarnos al eje Tudela-Logroño, al sur del territorio TEDER, el tamaño de las poblaciones aumenta, favoreciendo la presencia de comercios en las mismas.

En la Ribera, el mayor tamaño de las poblaciones que conforman el territorio, posibilita la existencia de una mayor oferta de comercio local, no existiendo tanta dependencia de la cabecera de la comarca salvo para el comercio especializado.



**Gobierno
de Navarra**

Deficiencias de prestación de bienes y servicios que cubren en el ámbito rural.

Los bienes y servicios prestados por las empresas participantes cubren diversas necesidades existentes en el ámbito rural, de manera diferenciada.

Por una parte, una gran parte de las empresas creadas están orientadas a dinamizar el sector turístico y aumentar la oferta de servicios de este tipo en cada comarca. Este es el caso de los alojamientos turísticos y de las actividades de restauración. También quedan incluidas en este ámbito empresas de educación ambiental y/o turismo activo.

De otra parte, las actividades comerciales buscan suministrar productos diversos a los habitantes de la zona, desde bienes de primera necesidad hasta comercio más especializado (muebles, regalos, ropa, complementos).

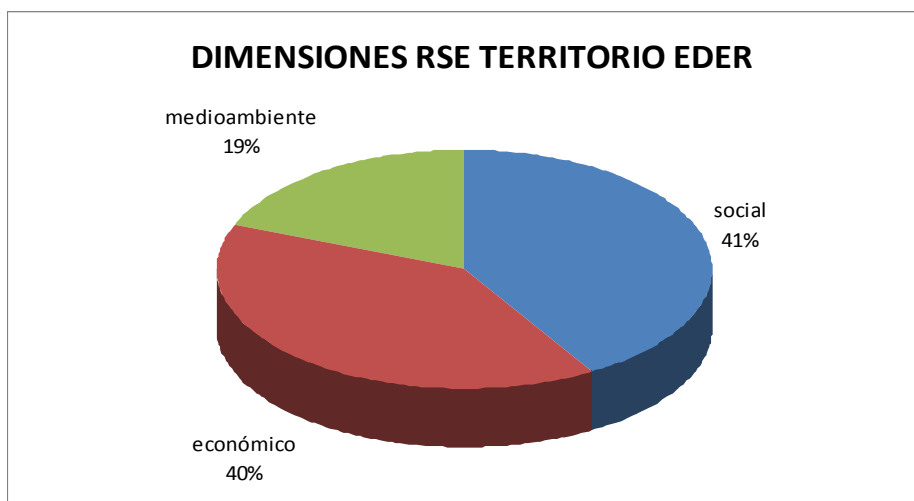
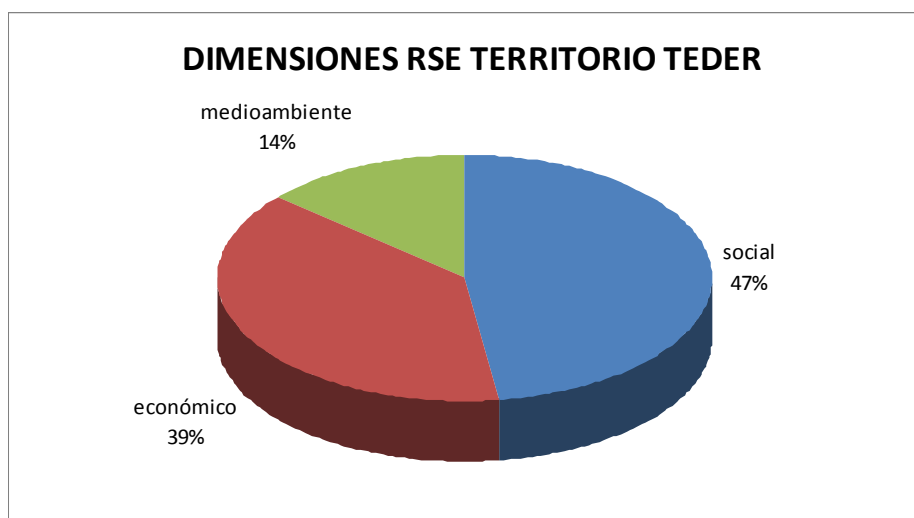
Lo mismo ocurre con los servicios a personas, que van desde centros médicos, autoescuelas, asesorías, ludotecas, apartamentos para mayores, clínicas veterinarias, etc., minimizando la dependencia de las capitales de provincia.

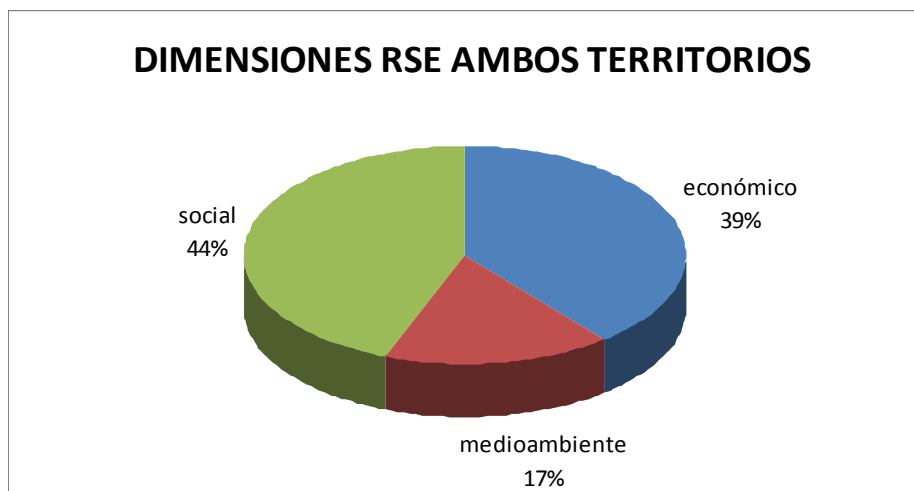
Por regla general, los comercios más especializados y servicios a personas, se encuentran en las cabeceras de comarca, compitiendo en algunos casos con establecimientos situados en las capitales de provincia.

ANÁLISIS DE LOS PLANES DE ACCIÓN Y RESULTADOS DE SU APLICACIÓN

Análisis de los compromisos elegidos por las empresas

Si observamos los compromisos adquiridos desde el punto de vista de las tres dimensiones de la RSE (social, económico o medioambiental), la mayor parte de los compromisos han sido adquiridos del tema social, seguidos a corta distancia por el área económica. En los siguientes gráficos se muestran los porcentajes de compromisos elegidos en cada dimensión para cada territorio y a nivel global: :

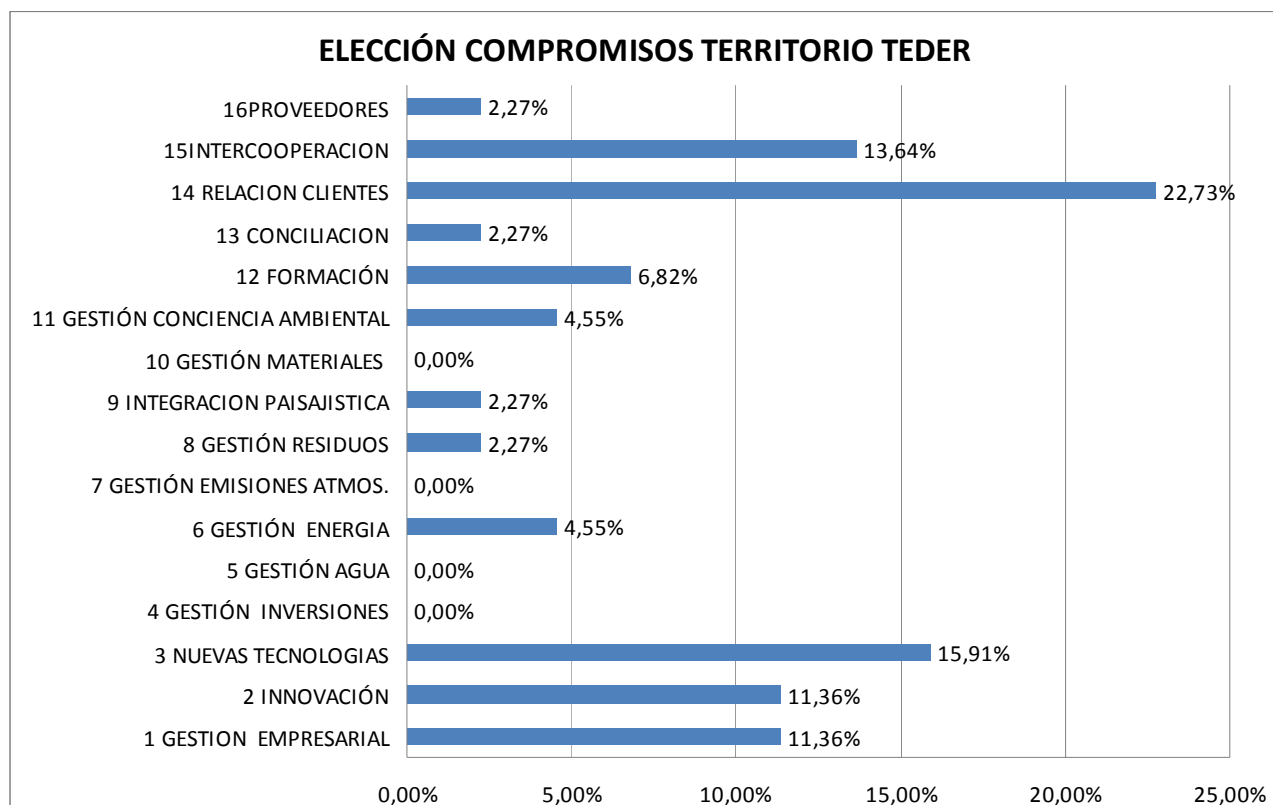


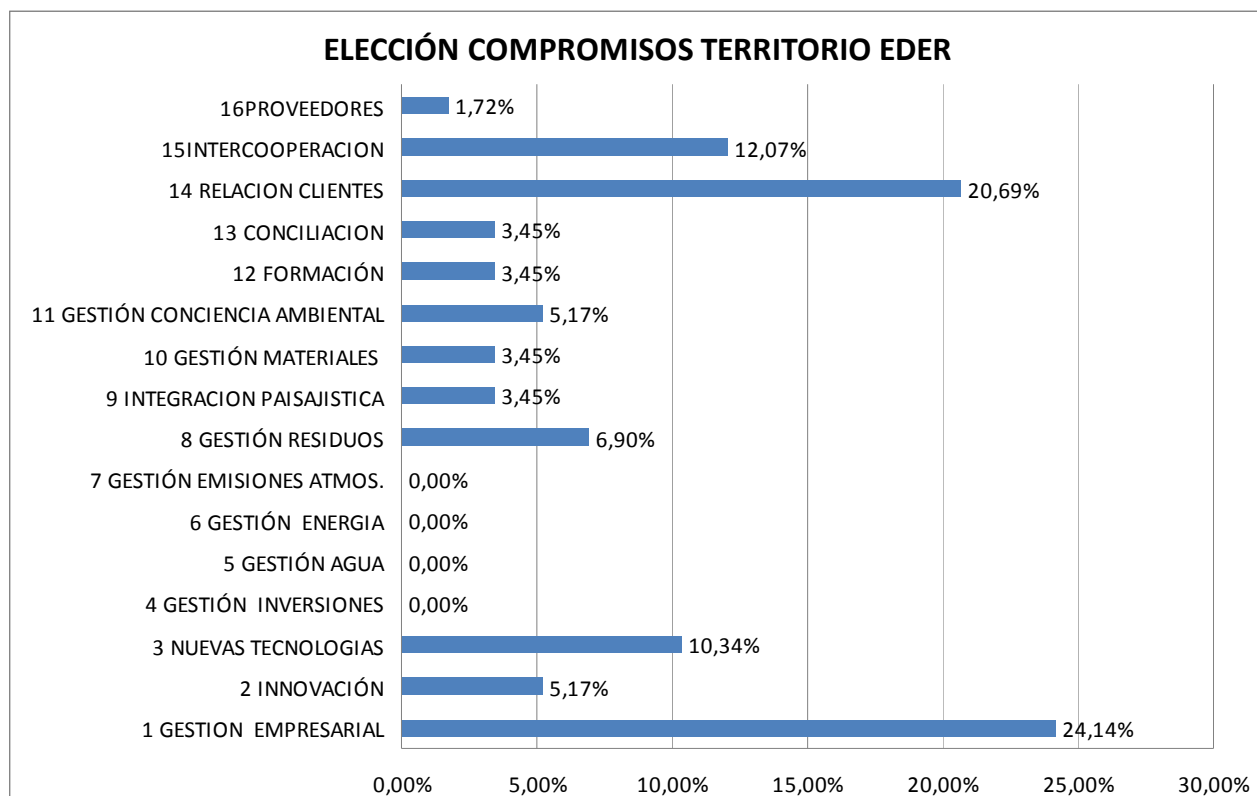


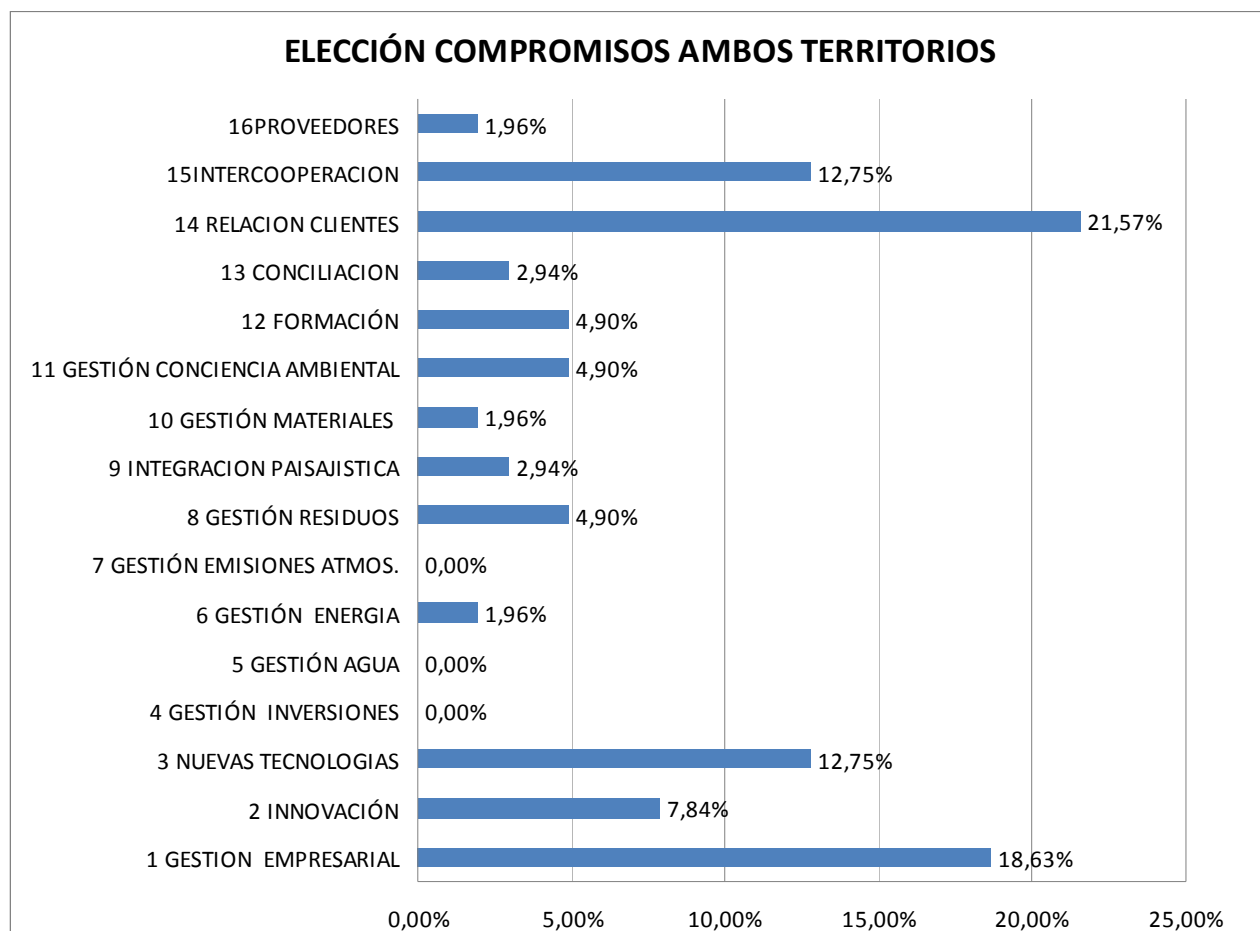
Del análisis de los gráficos anteriores no se desprenden diferencias significativas en las áreas de la RSE elegidas entre ambos territorios.

Eligen la Dimensión Social como eje de trabajo que potencie el crecimiento profesional y personal de la empresa, a la vez que generan una nueva cultura organizacional, apoyados en la Dimensión Económica.

El porcentaje de elección de cada uno de los 16 compromisos planteados para cada territorio y a nivel global se muestra en los gráficos siguientes:







De modo general, los compromisos que han elegido mayoritariamente las empresas en ambos territorios no presentan diferencias significativas, siendo los más elegidos los compromisos de mejora de gestión empresarial, relación con los clientes, intercooperación, implantación de nuevas tecnologías e innovación.

Las pequeñas diferencias que se pueden apreciar no enmascaran la tendencia general en cuanto a elección de compromisos y obedecen más a la tipología de empresas y actividades que han participado en cada territorio y a su antigüedad.

No tenemos que olvidar que en gran parte de los casos, se trata de empresas nuevas o con una corta trayectoria y que, como cualquier nuevo proyecto, presentan cierto grado de incertidumbre. Sin embargo

se trata de emprendedores/as con inquietudes, que buscan vías de desarrollo a través de la innovación y la creatividad empresarial (formación en nuevas herramientas, nuevos sistemas...,).

Esta puede ser la principal motivación para acoger de tan buen grado compromisos relacionados con la mejora en la gestión empresarial, la implantación de nuevas tecnología o la apuesta por la innovación.

Consideran evidentemente que la actuación con consumidores o clientes constituye un elemento fundamental para la proyección de su empresa. Por ello la buena acogida que han tenido las iniciativas planteadas en torno a este compromiso.

Con relación a la comunidad, cabe destacar las colaboraciones que algunas de estas empresas, pese a su reducida dimensión, establecen con organizaciones no gubernamentales con fines sociales. El compromiso de intercooperación toma forma en colaboraciones con agrupaciones locales o labores de patrocinio de eventos o equipos deportivos, fomentando el arraigo con el entorno local. Cabe destacar actuaciones solidarias de algunas de ellas en países en vías de desarrollo, excediendo el ámbito regional en la cooperación.

Por otro lado, los aspectos ambientales de las empresas participantes son poco significativos, salvo excepciones. Esta circunstancia puede ser la causa de la escasa elección de compromisos de carácter ambiental, como puede ser la gestión del agua, energía, emisiones atmosféricas o mejora de la gestión ambiental. No obstante, cabe destacar que aquellas empresas que generan aspectos ambientales de manera más relevante han trabajado en el compromiso de mejora de la gestión ambiental, con objeto de asegurar una correcta sistemática de trabajo con sus aspectos ambientales. Este es el caso de empresas relacionadas con la reparación de automóviles o con las dedicadas a trabajos de jardinería.

También señalar que otras empresas han trabajado la gestión ambiental desde el punto de vista de la sensibilización al cliente/usuario, ya que de la adecuada concienciación de éste depende la reducción o control de los aspectos ambientales de su actividad. Este es el caso de algunos alojamientos turísticos o de viviendas comunitarias para ancianos.

La integración paisajística ha sido elegida por aquellas empresas que, o bien provienen de iniciativas turísticas o se emplazan en entornos singulares, dejando evidencia de su sensibilidad por la conservación del medio en el que ejercen su actividad.

El reducido poder de decisión en la elección de proveedores y productos o en la elección de materiales, hecho habitual en empresas de pequeño tamaño, así como la naturaleza de la actividad que desarrollan, pueden haber motivado la escasa elección de estos compromisos. Las empresas que han optado por trabajar los materiales o proveedores desde un punto de vista local o ambiental lo plantean como un hecho diferenciador con la competencia.



**Gobierno
de Navarra**

4. ANÁLISIS DE LOS PLANES DE ACCIÓN

EMPRESAS TERRITORIO TEDER

ACER AGROFORESTAL S.L.

COMPROMISO	INDICADOR
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Existencia de página web
	Porcentaje de horas de trabajadores que han dedicado en el último año a la realización de la página web y a la actualización de información útil para los clientes/ total horas trabajadas plantilla
C 12. La empresa se compromete a promover la formación y el desarrollo del personal, poner en marcha programas de atención individual que permitan identificar a corto/plazo necesidades de formación y proponer planes de desarrollo cuando la actividad laboral lo posibilite.	Porcentaje de horas de trabajadores/as que han realizado actividades de formación en el último año/ total horas trabajadas plantilla
C 2. La empresa destinará recursos y capacidad a innovar su actividad. Se compromete a introducir un nuevo producto o servicio ofrecido en el mercado.	Nº propuestas innovadoras planteadas
	Planificación temporal de puesta en marcha de las propuestas innovadoras planteadas

AUTOESCUELA STELLA

COMPROMISO	INDICADOR
C 2. La empresa destinará recursos y capacidad a innovar su actividad. Se compromete a introducir un nuevo producto o servicio ofrecido en el mercado.	Propuesta innovadora en la inversión. Si / No
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de la actividad.	Página web implantada: Si / No
	Evidencia de equipo informático y sus aplicaciones en el negocio
C 14. Relación y comunicación con los clientes.- La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis, y tratamiento de la información de los clientes.	Mecanismo de comunicación implantado SI / NO

CENTRO MÉDICO FISIOS

COMPROMISO	INDICADOR
C 9. La empresa se compromete a integrar su actividad en el entorno inmediato, minimizando su impacto paisajístico.	Nº y descripción de las acciones o iniciativas de integración paisajística
	Horas dedicadas a la integración paisajística en el último año/total horas trabajadas plantilla
C 12. La empresa se compromete a promover la formación y el desarrollo del personal, poner en marcha programas de atención individual que permitan identificar a corto/plazo necesidades de formación y proponer planes de desarrollo cuando la actividad laboral lo posibilite.	Porcentaje de horas de trabajadores/as que han realizado actividades de formación en el último año/ total horas trabajadas plantilla
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información	Horas dedicadas a la comunicación con clientes vía on line / horas total trabajadas
	Nº noticias publicadas en la web al año

CENTRO MÉDICO PSICOTÉCNICO LAS CAÑAS

COMPROMISO	INDICADOR
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes.	Buena práctica implantada SI/NO
C 13. La empresa fomenta el desarrollo armónico de la persona prestando especial atención en todos aquellos aspectos vinculados a la conciliación de la vida laboral y familiar.	Buena práctica implantada SI/No.
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Página web activa de la empresa SI/NO

HOSPEDERÍA CHAPITEL

COMPROMISO	INDICADOR
C 6. La empresa se compromete al control y reducción de su consumo energético proveniente de fuentes no renovables mediante el establecimiento de acciones de mejora, ya sean técnicas, de gestión o sensibilización	Buena práctica implantada SI / NO. Existencia de Informe ambiental
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes.	Buena práctica implantada: Si / No Existencia de un sistema de medición de la satisfacción del cliente.
C 11. La empresa se compromete a conocer los aspectos ambientales generados por su actividad y las obligaciones derivadas de los mismos como herramienta básica para su adecuada gestión	Buena práctica implantada: Si / No Acción de sensibilización implantada y analizada Buena práctica implantada SI / NO. Existencia de Informe ambiental

PELUQUERÍA COQUETTE

COMPROMISO	INDICADOR
C 12. La empresa se compromete a promover la formación y el desarrollo del personal, poner en marcha programas de atención individual que permitan identificar a corto/plazo necesidades de formación y proponer planes de desarrollo cuando la actividad laboral lo posibilite.	Inversión en formación
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Existencia de página web
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local.	Nº acciones de patrocinio y/o intercooperación desarrolladas

SIDRERÍA ETXESAKAN

COMPROMISO	INDICADOR
C 2. La empresa destinará recursos y capacidad a innovar su actividad. Se compromete a introducir un nuevo producto o servicio ofrecido en el mercado.	Buena práctica implantada SI / NO. Existencia de menú para celíacos
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local.	Número de acciones de patrocinio. Realización a lo largo del 2012 de 2 acciones de este tipo
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes.	Buena práctica implantada SI/NO Existencia de carta de menú en braille y señalización de los aseos con el mismo sistema

LA TIENDA DE RAQUEL

COMPROMISO	INDICADOR
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes.	% Porcentaje de clientes fidelizados.
	Número de acciones de refuerzo positivo del servicio o producto prestado
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 16. La empresa favorecerá la economía Local y los productos locales, utilizando siempre que sea posible, recursos del territorio (materiales y humanos) en sus procesos de producción distribución y comercialización.	Incrementar la venta de productos producidos en el territorio con respecto del total

MOTORBOXES

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Implantado un mecanismo de control de ingresos y gastos trimestral.
C 6. La empresa se compromete al control y reducción de su consumo energético proveniente de fuentes no renovables mediante el establecimiento de acciones de mejora, ya sean técnicas, de gestión o sensibilización	Realizado un informe energético sobre consumos y contrataciones
C 8. La empresa se compromete a reducir el impacto generado por sus residuos, ya sea mediante políticas de reducción en origen o bien priorizando su reutilización y valorización frente a su eliminación o mediante la sensibilización de sus clientes en al correcta gestión de los mismos.	Realizado un informe sobre gestión de residuos

MUEBLES OIKIA

COMPROMISO	INDICADOR
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes.	Buena práctica implantada SI/NO
C 1..La empresa se compromete a gestionar su actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución, y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia de un plan de gestión a corto (trimestral).
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad	Certificado digital Uso de programa informático de diseño para ubicación de muebles en el espacio del cliente.

RESTAURANTE NIETOS DE GALO

COMPROMISO	INDICADOR
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad	Creación de página web
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes.	Buena práctica implantada SI/NO
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su entorno con el fin de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local.	Número de acciones o programas de cooperación dentro del territorio.

CUBRES NAVARIOJA

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar su actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución, y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia de un plan de gestión a corto (trimestral).
C 6. La empresa se compromete al control y reducción de su consumo energético proveniente de fuentes no renovables mediante el establecimiento de acciones de mejora, ya sean técnicas, de gestión o sensibilización	Número de acciones o iniciativas aplicadas.
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su entorno con el fin de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local.	Número de acciones o programas de cooperación dentro del territorio.

GABINETE DE ABOGACÍA E INTERMEDIACIÓN SILVIA ENCINA

COMPROMISO	INDICADOR
C 2. La empresa destinará recursos y capacidad a innovar su actividad. Se compromete a introducir un nuevo producto o servicio ofrecido en el mercado.	Nº propuestas innovadoras planteadas.
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Buena práctica implantada: Si / No Existencia de un sistema de medición de la satisfacción del cliente.
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local.	Nº acciones de patrocinio desarrolladas y porcentaje de dedicación respecto a las horas trabajadas para la realización de la acción

SUPERMERCADO LOLI

COMPROMISO	INDICADOR
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Existencia de página web
	Porcentaje de horas de trabajadores que han dedicado en el último año a la realización de la página web y a la actualización de información útil para los clientes/ total horas trabajadas plantilla
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local.	Nº acciones de patrocinio desarrolladas
C 2. La empresa destinará recursos y capacidad a innovar su actividad. Se compromete a introducir un nuevo producto o servicio ofrecido en el mercado.	Nº propuestas innovadoras planteadas
	Planificación temporal de puesta en marcha de las propuestas innovadoras planteadas

TALLERES ARRIETA

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Implantación Buena práctica SI / NO
	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 11. La empresa se compromete a conocer los aspectos ambientales generados por su actividad y las obligaciones derivadas de los mismos como herramienta básica para su adecuada gestión	Existencia de un documento de auditoría o diagnóstico ambiental.
	Existencia de una persona formada sobre los aspectos ambientales de la empresa.
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes.	Implantación Buena práctica SI / NO
	Existencia de un sistema de evaluación de clientes y recepción dinámica.

EMPRESAS TERRITORIO EDER

LA CORRALIZA

COMPROMISO	INDICADOR
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Existencia de página web
	% de recursos destinadas a NTIC/Total de inversión de la empresa
	Nº horas dedicadas a la creación de página web / nº total de horas trabajadas año
C 2. La empresa destinará recursos y capacidad a innovar su actividad. Se compromete a introducir un nuevo producto o servicio ofrecido en el mercado.	Creación de un nuevo servicio
	% de recursos destinadas a innovación/Total de inversión durante el año
C 9. La empresa se compromete a integrar su actividad en el entorno inmediato, minimizando su impacto paisajístico.	Nº y descripción de las acciones o iniciativas de integración paisajística
	% inversiones realizadas en materia de integración paisajística (Inversiones realizadas en integración / total inversiones año)

ARCA DE NOE

COMPROMISO	INDICADOR
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Existencia de página web
	% de recursos destinadas a NTIC/Total de inversión de la empresa
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	% Clientes fidelizados
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local.	Nº de acciones o programas de cooperación dentro del territorio.

IVIENDA COMUNITARIA PARA LA 3ª EDAD VIRGEN DE LA NIEVA.

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 11. La empresa se compromete a conocer los aspectos ambientales generados por su actividad y las obligaciones derivadas de los mismos como herramienta básica para su adecuada gestión.	Nº acciones desarrolladas en sensibilización ambiental con los clientes
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Nº opiniones y sugerencias estudiadas
	Nº acciones desarrolladas en función de opiniones y sugerencias
	Nº de felicitaciones de clientes

HALCONERAS SANCHO IV

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 8. La empresa se compromete a reducir el impacto generado por sus residuos, ya sea mediante políticas de reducción en origen, o bien priorizando su reutilización y valorización frente a su eliminación o mediante la sensibilización de sus clientes en la correcta gestión de los mismos	% residuos reutilizados internamente o gestionados en operaciones de valorización externas (Kg residuos reutilizados o valorizados / Total residuos generados.).
C 12. La empresa se compromete a promover la formación y el desarrollo del personal, poner en marcha programas de atención individual que permitan identificar a corto/plazo necesidades de formación y proponer planes de desarrollo cuando la actividad laboral lo posibilite.	Porcentaje de horas de trabajadores/as que han realizado actividades de formación en el último año/ total horas trabajadas plantilla Porcentaje inversión formación trabajadores/ inversión total
C 10. La empresa se compromete a considerar la variable ambiental en la elección de los materiales utilizadas en su actividad o en los productos comercializados o en el embalaje de los mismos.	% materiales empleados con etiquetado ambiental voluntario (nº de referencias productos con etiquetado ambiental voluntario / total referencias de productos consumidos) % coste compras con etiquetado ambiental voluntario (Coste de productos con etiquetado ambiental voluntario / coste total e compras)

HOSPEDERÍA ALESVES

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Nº de felicitaciones de clientes
	Nº opiniones y sugerencias estudiadas
	Nº acciones desarrolladas en función de opiniones y sugerencias
C 8. La empresa se compromete a reducir el impacto generado por sus residuos, ya sea mediante políticas de reducción en origen, o bien priorizando su reutilización y valorización frente a su eliminación o mediante la sensibilización de sus clientes en la correcta gestión de los mismos	% residuos reutilizados internamente o gestionados en operaciones de valorización externas (Kg residuos reutilizados o valorizados / Total residuos generados.).

LUDOTECA LOS DUENDES

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Horas dedicadas a la comunicación con clientes vía on line / horas total trabajadas
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Nº de felicitaciones de clientes
	Nº opiniones y sugerencias estudiadas
	Nº acciones desarrolladas en función de opiniones y sugerencias
	% Clientes fidelizados

OFFISERV

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Nº opiniones y sugerencias estudiadas
	Nº acciones desarrolladas en función de opiniones y sugerencias
	Nº de felicitaciones de clientes
	Nº devoluciones por falta de calidad del servicio productos/Total ventas.
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local	Porcentaje de tiempo de prestación de servicios a colaboraciones locales/Total tiempo laboral.
	Unidades de material escolar entregadas
	Porcentaje de recursos económicos destinados a acciones de patrocinio (Coste de las acciones de patrocinio / total costes de la empresa)

PARTYLAND

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 16. La empresa favorecerá la economía Local y los productos locales, utilizando siempre que sea posible, recursos del territorio (materiales y humanos) en sus procesos de producción distribución y comercialización	Compras realizadas en el Territorio / Total de compras realizadas.
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local	Porcentaje de recursos económicos destinados a acciones de patrocinio (Coste de las acciones de patrocinio / total costes de la empresa)

RESTAURANTE RIBOTAS

COMPROMISO	INDICADOR
C 2. La empresa destinará recursos y capacidad a innovar su actividad. Se compromete a introducir un nuevo producto o servicio ofrecido en el mercado.	Creación de un nuevo servicio
	% de recursos destinadas a innovación/Total de inversión durante el año
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local	Nº de acciones o programas de cooperación interempresarial
C 13. La empresa fomenta el desarrollo armónico de la persona prestando especial atención en todos los aspectos vinculado a la conciliación de la vida personal y laboral, comprometiéndose a la igualdad de remuneración entre hombres y mujeres	Contratación de una persona con discapacidad.

RINCÓN DEL BÚ

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 2. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Horas dedicadas a la comunicación con clientes vía on line / horas total trabajadas
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Nº de felicitaciones de clientes
	Nº opiniones y sugerencias estudiadas
	Nº acciones desarrolladas en función de opiniones y sugerencias

ROCKMAR IBÉRICA

COMPROMISO	INDICADOR
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Existencia de página web
	Nº de horas destinadas a traducir la página web de la empresa matriz
C 12. La empresa se compromete a promover la formación y el desarrollo del personal, poner en marcha programas de atención individual que permitan identificar a corto/plazo necesidades de formación y proponer planes de desarrollo cuando la actividad laboral lo posibilite.	Porcentaje de horas de trabajadores/as que han realizado actividades de formación en el último año/ total horas trabajadas plantilla
	Porcentaje inversión formación trabajadores/ inversión total
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Existencia de un cuestionario de satisfacción para los clientes

RURAL SUITE

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 9. La empresa se compromete a integrar su actividad en el entorno inmediato, minimizando su impacto paisajístico.	Nº y descripción de las acciones o iniciativas de integración paisajística
	% inversiones realizadas en materia de integración paisajística (Inversiones realizadas en integración / total inversiones año)
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Nº de felicitaciones de clientes
	Nº opiniones y sugerencias estudiadas
	Nº acciones desarrolladas en función de opiniones y sugerencias
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local	Porcentaje de tiempo de prestación de servicios a colaboraciones locales/Total tiempo laboral.
	Porcentaje de recursos económicos destinados a acciones de patrocinio (Coste de las acciones de patrocinio / total costes de la empresa)
	Nº acciones de patrocinio desarrolladas

SENS 55

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Existencia de página web
	% de recursos destinadas a NTIC/Total de inversión de la empresa
	Nº horas dedicadas a la creación de página web / nº total de horas trabajadas año
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Nº de felicitaciones de clientes
	% Clientes fidelizados
	Nº de devoluciones de clientes / Total ventas

SUPERMERCADO DIA

COMPROMISO	INDICADOR
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local	Porcentaje de recursos económicos destinados a acciones de patrocinio (Coste de las acciones de patrocinio / total costes de la empresa)
	Kg de productos donados
C 12. La empresa se compromete a promover la formación y el desarrollo del personal, poner en marcha programas de atención individual que permitan identificar a corto/plazo necesidades de formación y proponer planes de desarrollo cuando la actividad laboral lo posibilite.	Porcentaje de horas de trabajadores/as que han realizado actividades de formación en el último año/ total horas trabajadas plantilla
	Porcentaje inversión formación trabajadores/ inversión total
C 8. La empresa se compromete a reducir el impacto generado por sus residuos, ya sea mediante políticas de reducción en origen, o bien priorizando su reutilización y valorización frente a su eliminación o mediante la sensibilización de sus clientes en la correcta gestión de los mismos.	Kg residuos de cartón
	Kg de residuos de plásticos
	Kg de residuos orgánicos

YOMAR

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Nº opiniones y sugerencias estudiadas
	Nº acciones desarrolladas en función de opiniones y sugerencias
	Nº de felicitaciones de clientes
	% Clientes fidelizados
C 11. La empresa se compromete a considerar la variable ambiental en la elección de los materiales utilizadas en su actividad o en los productos comercializados o en el embalaje de los mismos.	25 % materiales empleados con etiquetado ambiental voluntario (nº de referencias productos con etiquetado ambiental voluntario / total referencias de productos consumidos)
	% coste compras con etiquetado ambiental voluntario (Coste de productos con etiquetado ambiental voluntario / coste total de compras)

ZAMARGUILEA

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 11. La empresa se compromete a conocer los aspectos ambientales generados por su actividad y las obligaciones derivadas de los mismos como herramienta básica para su adecuada gestión	Existencia de un documento de auditoría o diagnóstico ambiental.
	Existencia de una persona formada sobre los aspectos ambientales de la empresa.
C 10. La empresa se compromete a considerar la variable ambiental en la elección de los materiales utilizados en su actividad o en los productos comercializados o en el embalaje de los mismos	% materiales empleados con etiquetado ambiental voluntario (nº de referencias productos con etiquetado ambiental voluntario / total referencias de productos consumidos)
C 8. La empresa se compromete a reducir el impacto generado por sus residuos, ya sea mediante políticas de reducción en origen, o bien priorizando su reutilización y valorización frente a su eliminación o mediante la sensibilización de sus clientes en la correcta gestión de los mismos	% residuos reutilizados internamente o gestionados en operaciones de valorización externas (Kg residuos reutilizados o valorizados / Total residuos generados.).

CASA RURAL GIGANTES DE NAVARRA

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Nº opiniones y sugerencias estudiadas
	Nº acciones desarrolladas en función de opiniones y sugerencias
C 15. La empresa se compromete a reforzar su colaboración con entidades locales y tenderá a integrarse en el tejido asociativo de su Entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, establecerá y desarrollará acciones de cooperación interempresarial. Programará anualmente acciones de apoyo en su desarrollo social y cultural, favoreciendo el desarrollo económico local	Nº acciones de patrocinio desarrolladas
	Porcentaje de tiempo de prestación de servicios a colaboraciones locales/Total tiempo laboral.
	Unidades de material escolar entregadas

PALOSTRÉS

COMPROMISO	INDICADOR
C 1. La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.	Existencia y utilización de una herramienta de Plan de gestión y Control de gestión.
C 3. La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.	Horas dedicadas a la comunicación con clientes vía on line / horas total trabajadas
C 14. La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes	Nº de felicitaciones de clientes
	Nº opiniones y sugerencias estudiadas
	Nº acciones desarrolladas en función de opiniones y sugerencias
	% Clientes fidelizados

5. ADAPTACIÓN DE COMPROMISOS

A lo largo del proceso de implantación, los compromisos han sufrido un proceso de adaptación a las diversas realidades encontradas, apareciendo sobre todo, nuevos indicadores que ayuden a la empresa a evidenciar el cumplimiento del mismo.

Los nuevos indicadores aparecidos, junto con el compromiso al que hacen referencia, se detallan a continuación:

C 1. GESTIÓN EMPRESARIAL: La empresa se compromete a gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.

Para este compromiso se ha generado un nuevo indicador:

- Existencia de un plan de gestión a corto (trimestral).

Con la adopción de este nuevo indicador, se pretende adecuar la herramienta de gestión realizada a las empresas que quieran realizar por sus propios medios la declaración trimestral de IVA e IRPF, aportando un mayor valor añadido, ya que el emprendedor puede, además de analizar sus datos económicos atendiendo a criterios de buen gobierno, cumplir con parte de sus obligaciones tributarias sin necesidad de contratar servicios externos.

C 2. INNOVACIÓN: La empresa destinará recursos y capacidad a innovar su actividad. Se compromete a introducir un nuevo producto o servicio ofrecido en el mercado.

Para este compromiso se han generado varios nuevos indicadores:

- Nº propuestas innovadoras planteadas,



- Existencia de una planificación temporal de puesta en marcha de las propuestas innovadoras planteadas,
- Propuesta innovadora Si / No

Estos indicadores facilitan el seguimiento del compromiso para empresas de pequeño tamaño y complementan, si se desea, el indicador existente de porcentaje de recursos destinados a innovación. Cabe recordar que las propuestas innovadoras planteadas en muchas de las empresas participantes no requieren una inversión como tal, con lo que los nuevos indicadores pueden ser más que suficientes. La existencia de una planificación temporal de las acciones destinadas a innovación puede ser además, una herramienta útil para las empresas.

C 3. NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN; La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad.

Para este compromiso se ha generado un nuevo indicador:

- Existencia de página web o no

Es intención de este nuevo indicador simplificar el seguimiento en la consecución del objetivo frente a los otros indicadores existentes que trataban sobre el porcentaje de inversión o tiempo de dedicación a las NTIC.

C 6: GESTIÓN DE LA ENERGÍA: La empresa se compromete al control y reducción de su consumo energético proveniente de fuentes no renovables mediante el establecimiento de acciones de mejora, ya sean técnicas, de gestión, o sensibilización.

Para este compromiso se ha generado un nuevo indicador:

- Realizado un informe energético sobre consumos y contrataciones



Los indicadores planteados inicialmente son cuantitativos, haciendo referencia al porcentaje de ahorro obtenido en energía con la aplicación de diversas medidas. En muchas empresas no se había realizado un diagnóstico energético previo. Este informe es el primer paso para la adopción, si procede, de posteriores medidas de ahorro y sirve para evidenciar el desempeño de la empresa con la correcta gestión de la energía. De ahí su inclusión como indicador.

C 9. INTEGRACIÓN PAISAJÍSTICA: La empresa se compromete a integrar su actividad en el entorno inmediato, minimizando su impacto paisajístico.

Para este compromiso se ha generado un nuevo indicador:

- Horas dedicadas a la integración paisajística en el último año/total horas trabajadas plantilla.

Dado que parte de las empresas participantes realizan estas tareas con personal y medios propios, se considera apropiado este nuevo indicador que complementa y sustituye a los existentes que contabilizan las inversiones realizadas con tal fin.

C 11. GESTIÓN AMBIENTAL: La empresa se compromete a conocer los aspectos ambientales generados por su actividad y las obligaciones derivadas de los mismos como herramienta básica para su adecuada gestión

Para este compromiso se ha generado un nuevo indicador:

- Buena práctica implantada: Si / No: Acción de sensibilización implantada y analizada

Este indicador se ha añadido con objeto de visualizar buenas prácticas desarrolladas en empresas participantes, relacionadas con el turismo, que han implicado a sus clientes en la gestión ambiental mediante acciones de sensibilización.

C 13. CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL: La empresa fomenta el desarrollo armónico de la persona prestando especial atención en todos los aspectos vinculado a la conciliación de la vida personal y laboral, comprometiéndose a la igualdad de remuneración entre hombres y mujeres

Para este compromiso se ha generado un nuevo indicador:

- Buena práctica implantada SI/NO

Con objeto de simplificar el seguimiento por parte de las empresas y evidenciar prácticas que no necesariamente puedan evidenciarse con un indicador cuantitativo, como la de reducción de jornada para atender familiares dependientes.

A raíz de una buena práctica detectada en varios casos, como la contratación de personal con algún tipo de discapacidad, se plantea además la posibilidad de ampliar este compromiso a este ámbito o crear un nuevo compromiso.

C 14. RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES: La empresa se compromete a asegurar al cliente la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen. Implantará mecanismos de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes.

Para este compromiso se han generado varios nuevos indicadores:

- Mecanismo de comunicación implantado SI / NO
- Buena práctica implantada SI/NO

Con la intención de simplificar el seguimiento y en otros casos, acoger iniciativas de comunicación con clientes con discapacidad visual (p ej traducciones al braille) y cuya evaluación mediante un indicador cuantitativo no tiene sentido.

C 16. PROVEEDORES, EMPRESAS Y PERSONAS CONTRATADAS La empresa favorecerá la economía Local y los productos locales, utilizando siempre que sea posible, recursos del territorio (materiales y humanos) en sus procesos de producción distribución y comercialización.

- % Ventas productos con vinculación territorial /ventas total

Los indicadores planteados versaban sobre el porcentaje de productos y servicios comprados en el territorio frente al total de compras. Este nuevo indicador se ha propuesto con objeto de mostrar iniciativas de comercios en ofrecer productos locales e incentivar su compra por los clientes.

6. CONCLUSIONES

Tal como se ha comentado a lo largo de la presente guía, las empresas participantes han elegido de manera mayoritaria compromisos de mejora de gestión empresarial, relación con los clientes, intercooperación, implantación de nuevas tecnologías e innovación.

Los principales motivaciones son su aplicabilidad directa al negocio, ir en concordancia con su inquietud emprendedora de ofrecer nuevos productos o servicios, el claro enfoque a cliente que presentan los emprendedores y la facilidad en su ejecución. El reducido tamaño de las empresas, tanto en recursos humanos como económicos y la tipología de las iniciativas planteadas también ha condicionado su elección.

A lo largo del proceso de implantación se han planteado modificaciones en los compromisos y sobre todo en sus indicadores, de cara a facilitar su seguimiento por parte de las empresas o a recoger buenas prácticas detectadas y no cuantificables de manera idónea con los indicadores planteados inicialmente.

Es necesario hacer una reflexión sobre la necesidad de ampliar compromisos para poder recoger iniciativas que realizan las empresas y que no se pensaba inicialmente que se iban a dar. Este es el caso de la contratación con personas con minusvalía, siempre planteado en iniciativas empresariales de mayor tamaño, pero podría darse con otras cuestiones (certificaciones ambientales, o en prevención de riesgos, etc.).

Por otro lado, la inclusión en un futuro de otro tipo de empresas participantes de mayor tamaño o de carácter industrial, aconseja no retirar compromisos existentes, dado que puede ser interesante para este tipo de empresas.



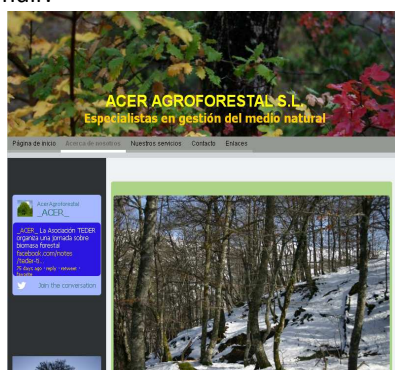
**Gobierno
de Navarra**

7. EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

ACER AGROFORESTAL S.L.

CREACIÓN DE PAGINA WEB – IMAGEN DE EMPRESA

El desarrollo del sitio Web es consecuencia de un análisis global de la empresa y su proceso de comunicación con la competencia, los clientes y los proveedores y otros grupos de interés. Esta página es considerada como un buen medio para informar, comunicar y difundir.



www.aceragroforestal.es -

FORMACIÓN

Acciones Formativas continuada adecuadas al desarrollo de la actividad y mejora de capacitación personal y profesional.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Diversidad para el mejor desarrollo del negocio, buscando el compromiso de todas las personas de la empresa y divulgando las razones que hacen de la innovación de un valor estratégico de la empresa. Se está trabajando sobre:

- Ordenación cinegética
- Paseos naturalísticos
- Investigación de comportamiento de truferas según manejos

PELUQUERÍA COQUETTE



FORMACIÓN DIFERENCIADA

Formación realizada en Londres como elemento de diferenciación de la competencia en base al valor añadido que supone la capacitación en nuevos referentes del mercado.

Formación que ofrecen las casas de productos utilizados en el centro, valorando en todo momento la oportunidad de su realización

DISEÑO DE PÁGINA WEB

Orientada a las necesidades de la empresa y del cliente

PATROCINIO Y DESARROLLO LOCAL

Se ha patrocinado durante la temporada al equipo de fútbol local "Peluquería Coquette".

Se ha realizado en las instalaciones de Peluquería Coquette una formación para un total de 19 peluqueros de Navarra. La formación se hizo en Pamplona y en Estella, en los locales de Peluquería Coquette.

CENTRO MÉDICO FISIOS S.L.

INTEGRACIÓN PAISAJÍSTICA

Se han desarrollado 66 actuaciones de jardinería y adecuación paisajística, con una dedicación de 222 horas. Los trabajos realizados han consistido en: Corta de césped, Desbroce de terraplenes, Corta de ramas, Limpieza de malas hierbas, Barrido/soplado de asfalto, Aplicación herbicida, Arreglo jardines, Recogida de hojas



FORMACIÓN

Cursos Multidisciplinares que favorecen el desarrollo y capacitación de las trabajadoras de la empresa, de temática sanitaria. Entre otros, se ha realizado formación sobre tratamientos homeopáticos de alergias y oncología, auricoloterapia avanzada, etc..

RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES

113 horas dedicadas a la comunicación y 11 noticias publicadas hasta el mes de noviembre de 2012 que versan sobre el fomento de la salud y el bienestar personal.



SUPERMERCADO LOLI



GESTIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN

La empresa utilizará, siempre que sea posible, las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de su actividad. Diseño de página Web

DESARROLLO LOCAL Y PATROCINIOS

Tiende a integrarse en el tejido asociativo de su entorno con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación y trabajo conjunto (compras o profesionalización del sector). Así mismo, desarrollará acciones de cooperación interempresarial.

Ha realizado los siguientes patrocinios:

- Día de la bicicleta y día de la mujer de Villatuerta
- Patrocinio del club local de fútbol

DESARROLLO E INNOVACIÓN

Platos elaborados para llevar. Además de platos preparados, elabora menús para sociedades, celebraciones familiares, etc.

Dentro del servicio de comidas preparadas para llevar, también elabora menú para personas celiacas

AUTOESCUELA STELLA



DESARROLLO E INNOVACIÓN

Estudio sobre métodos de formación innovadores para autoescuelas y estudio de su viabilidad. Tras estudiar las distintas posibilidades que ofrecen los métodos de estudio del mercado para los carnets de conducir, Rosa se ha decidido a hacer una inversión inicial importante que garantice el éxito del proceso formativo. Concretamente ha instalado el método AEOL.

USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Gestión de las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (NTIC) para la gestión de la actividad. Se ha realizado una importante inversión en nuevas tecnologías, tanto como puestos individuales de trabajo para los alumnos, como en tecnología para las aulas y desarrollo Web.

RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES

Desarrollo e implantación de mecanismos de recogida, análisis, y tratamiento de la información de los clientes como elemento de fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrecen.

Rosa ha decidido llevar a cabo la experiencia de comunicación con los alumnos, enviando por waps-up las preguntas que los alumnos realicen y las respuestas correspondientes, de manera que sirvan de aclaración a todos los alumnos

HOSPEDERÍA CHAPITEL



GESTIÓN DE LA ENERGÍA

Mediante el informe energético esta empresa ha averiguado su potencial de ahorro energético de sus instalaciones. Conoce soluciones técnicas más eficientes para conseguir reducir costes e impacto sobre el entorno, y lo ha explicado a las personas que trabajan en el hotel. Ha realizado, además, un ajuste de su programa de ajuste de temperatura para el edificio.

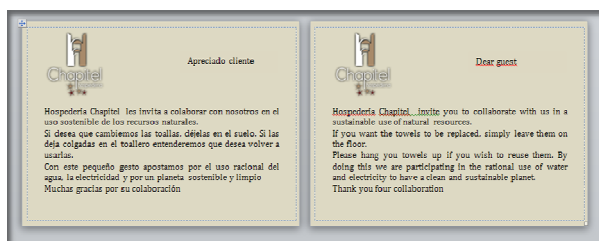
RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES

Diseño y aplicación encuesta de satisfacción con el objetivo de conocer cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios, midiendo la diferencia entre la calidad percibida y la calidad esperada..

Identificar los ámbitos de satisfacción, insatisfacción y áreas de mejora para definir ejes de mejora y acciones correctoras.

FOLLETO Y ETIQUETAS AMBIENTALES DIRIGIDOS A LOS CLIENTES

Este material que se presenta en las habitaciones del hotel tiene como objeto informar sobre el compromiso medioambiental del establecimiento y de sus gestores, y de la necesidad de la participación del cliente en dicho compromiso medioambiental.



SIDRERÍA ETXESAKAN



INNOVACIÓN

Después de informarse en la Asociación de Celiacos de Navarra ofrecen en su sidrería un menú para personas celiacas. A través de la página web de la sidrería (www.etxesakan.com) se informa de la posibilidad de menú para celiacos

RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES

Ofrece carta en braille para sus clientes



PATROCINIO

Apoyo local a la 1ª Regata de traineras en el Embalse de Alloz, organizada por una asociación turística (Tierras de Iruñu) y Camping Aritzaleku.

Para la apertura de la temporada de sidra ofreció a la localidad una jornada festiva con la presencia de afamados aizkolaris.

RESTAURANTE NIETOS DE GALO



NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Contaba con una página web poco actualizada. Ha renovado la página web como reflejo de la nueva inversión realizada en su local. Quiere volcar en esta nueva página web las colaboraciones que realiza con entidades de la localidad y de fuera de la localidad.

RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES

Ofrece carta en braille para sus clientes

INTERCOOPERACIÓN

El bar-restaurant Nietos de Galo S.L. ha participado con el resto de restaurantes de la localidad en la puesta en marcha de un concurso de monólogos. También conjuntamente, y con la asociación Ibargoiti de la localidad, han organizado la semana micológica.

Ha participado también en la semana del Pintxo de Osasuna.



DOI: 10.1002/for

DAMOLONA Y LA CUENCA NAVARRA 27

La hostelería de Lerín se une para atraer a clientes con ocio y gastronomía

Cuatro bares se ha adherido a la iniciativa municipal de organizar un concurso de monólogos

Durante el puente de Todos Los Santos ofrecerán a dos euros un pincho de setas en la



TALLERES ARRIETA



AUDITORÍA MEDIOAMBIENTAL – GESTIÓN AMBIENTAL DE LA EMPRESA

Desarrollo una auditoría ambiental que ha dado lugar a un dossier formativo que sirve a Talleres Arrieta como guía sobre la gestión ambiental de su actividad. Una auditoría ambiental de la actividad con apoyo de personal externo especializado y diseño una jornada formativa sobre la gestión ambiental en el taller.

RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES – RECEPCIÓN DINÁMICA DE LOS VEHÍCULOS

Se ha diseñado una herramienta de recepción dinámica de los vehículos. Que propone un enfoque avanzado en relación a los sistemas tradicionales de recepción en talleres de servicio de vehículos.

Esta modalidad se centra en conseguir una atención personalizada al cliente a través de la participación activa en el diagnóstico inicial de su vehículo, prestando especial atención a los elementos de seguridad.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.

MOTORBOXES



AUDITORÍA MEDIOAMBIENTAL – GESTIÓN AMBIENTAL DE LA EMPRESA

Se ha realizado una auditoría ambiental que ha dado lugar a un dossier formativo que sirve a MOTORBOXES como guía sobre la gestión ambiental de su actividad. Reducción del impacto generado por sus residuos, ya sea mediante políticas de reducción en origen o bien priorizando su reutilización y valorización frente a su eliminación o mediante la sensibilización de sus clientes en al correcta gestión de los mismos

GESTIÓN ENERGÉTICA – Informe energético

Se ha realizado un informe energético de las instalaciones, que desprende alguna recomendación para la minimización de consumo energético y económico.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.

CENTRO MÉDICO PSICOTÉCNICO LAS CAÑAS



USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.-

Las personas promotoras han elaborado una página web y han abierto una página en Facebook, conscientes de la necesidad de contar con las nuevas tecnologías en la difusión de su centro. Es desde el ámbito familiar desde donde se trabaja la presencia del centro en Facebook.

COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES – Descuentos a colectivos más desfavorecidos

Desde el comienzo de la actividad, la persona promotora quiere realizar descuentos a aquellos colectivos que más desfavorecidos se encuentran. Por el momento han concretado a familias numerosas y a personas en desempleo. Conforme vayan avanzando en su actividad, estudiarán la forma de ampliarlo a otros colectivos.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

La persona promotora va a trabajar únicamente media jornada para poder atender a sus familiares dependientes. La contratación necesaria la va a realizar a una persona con discapacidad. Se compromete a mantener el mismo salario para hombres y mujeres dentro de su empresa

MUEBLES OIKIA



UTILIZACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Ambas emprendedoras son conscientes de la necesidad de las nuevas tecnologías en el desarrollo y gestión de su empresa. Con esta ocupación, han conseguido el certificado digital que les permite comunicarse y tramitar directamente con la administración, y por otro lado, han comenzado a utilizar un programa informático que les permite realizar simulaciones de colocación de sus muebles en los espacios indicados por los clientes.

RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES – Información clara y veraz

Están diseñando un catálogo de muebles en el que quieren, además de exponer sus productos, relacionarse con el potencial cliente, asegurando en todo momento información veraz en su publicación. Son conscientes de la importancia de trasladar la información de forma clara, fundamentalmente en lo relacionado a la calidad de los productos y de los precios que exhiben.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Realizan su gestión empresarial con una herramienta (ARS autónomos 2012) que les permite controlar periódicamente la situación de la empresa y poder realizar los trámites obligatorios con la administración.

CUBERS NAVARRIOJA



GESTIÓN ENERGÉTICA

Su actividad, la distribución y venta de cubitos de hielo, hace que sus instalaciones tengan un alto coste energético y económico. Se ha realizado un informe energético que le asesora sobre actuaciones a realizar para minorar dicho coste.

PATROCINIO

Ha buscado distintas actividades en las que su empresa pudiera participar. Se le propuso desde la asociación de comerciantes de Calahorra que participara en el programa festivo de la localidad. Además de Navarra, su actividad también se amplía a zonas limítrofes de la Rioja, por lo que le pareció oportuno participar en dicho programa.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Realiza su gestión empresarial con una herramienta que le permite realizar los trámites necesarios con hacienda (IVA E IRPF), además de controlar sus gastos e ingresos en la actividad.

SILVIA ENCINA DESPACHO DE ABOGACÍA E INTERMEDIACIÓN



RELACIÓN CON LOS CLIENTES – Herramienta de detección de satisfacción del cliente

Para la persona promotora es muy importante conocer el grado de satisfacción de sus clientes, tanto en el servicio de abogacía como en el de intermediación. Ha elaborado una herramienta que le va a permitir conocerlo, evaluarlo y establecer las medidas correctoras que sean precisas.

INNOVACIÓN – Programa de intermediación en colegios

La promotora ha trabajado un programa de mediación para colegios, que permite resolver conflictos que pudieran aparecer. Con esta iniciativa quiere dar a conocer los beneficios de la intermediación y facilitar una herramienta que permite la mejora de la convivencia en los colegios.

INTERCOOPERACIÓN – Relación con el área de la Mujer del Ayuntamiento de Estella/Lizarra

La promotora ha trabajado con el ayuntamiento de Estella/Lizarra la posibilidad de colaborar con el área de la mujer del ayuntamiento. Su propuesta ha sido colaborar con sus conocimientos, tanto en el área legal como en el área de la mediación.

LA TIENDA DE RAQUEL

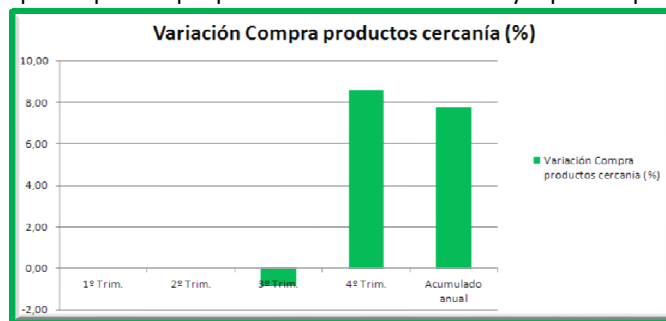


GESTIÓN EMPRESARIAL

Para la persona promotora controlar las ventas y compras en su negocio es muy importante. A través de la herramienta cedida por el Consorcio EDER, Raquel puede ir viendo estos datos e ir ajustando los gastos e ingresos en función de la tendencia.

COMPRAS LOCALES

En una tienda de alimentación y bebidas ubicada en un núcleo rural como Mendavia, localidad con 6 denominaciones de origen de Navarra, es imprescindible poder acceder a productos locales y de calidad. Es consciente además de la importancia del apoyo al sector agrícola y agroalimentario de la zona, y cree que puede ayudar incrementando y controlando las compras locales que realiza. La herramienta de que dispone permite igualmente separar en compras aquellas que pertenecen al ámbito local y aquellas que realiza fuera de su zona.



COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES - FIDELIZACIÓN

La herramienta permite también controlar el gasto que realiza trimestralmente cada cliente. Tras este control, tiene previsto realizar un regalo a los mejores clientes del año.

[Escriba texto]

LA CORRALIZA

INTEGRACIÓN PAISAJÍSTICA:



Se han realizado actuaciones para adecuar y arreglar la entrada a las instalaciones.

Se han plantado plantas autóctonas en el entorno afectado por la instalación y se prosigue con el mantenimiento de las mismas.

CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB

Se ha realizado una página web. Como novedad, en esta página web, cada animal de compañía podrá disponer de su propia página, en la que cada dueño, podrá comprobar los servicios que ha recibido su mascota y en qué fecha. Esto servirá para controlar la vida sanitaria de la mascota.

INNOVACIÓN:

La práctica se basa en la puesta en marcha del nuevo servicio de incineración de mascotas.

Del total de la inversión realizada durante el año 2012 se ha destinado el 72,45 % a la puesta en marcha de este innovador servicio.

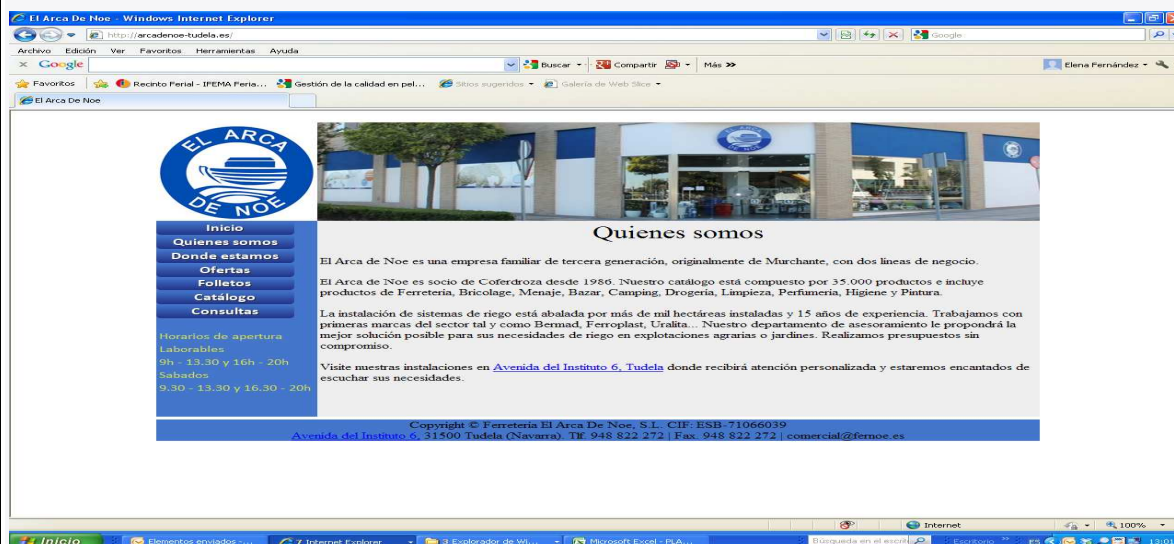
ARCA DE NOE

NUEVAS TECNOLOGIAS INFORMATICAS Y DE COMUNICACION:

Tras reunión mantenida por el personal de Consorcio EDER con El Arca de Noé y revisar la página web creadas, se aportan nuevas ideas para insertar en ella (nuevos apartados, nuevas imágenes...). Se acuerda con la empresa realizar seguimiento de este compromiso y realizar asistencia técnica por parte de Consorcio EDER en lo que requiera sobre la creación y actualización de la web.



La página web es visible desde el mes de octubre 2.012



CLIENTES:

Se han creado tarjetas de fidelización para clientes, con el objetivo de implantar un mecanismo de recogida, análisis y tratamiento de la información de los clientes.

Meta/Objetivo: fidelizar a 1000 clientes

nº de clientes

fidelizados: 400 clientes

Análisis: Se puede realizar un análisis muy completo disgregando los campos que se desee: venta por hora, por producto, por fecha, por cliente, productos más vendidos, etc.



INTERCOOPERACION:

Se han hecho 5 colaboraciones con empresas de la Ribera de Navarra aunque no se ha firmado el convenio de colaboración, son los gremios con los que habitualmente colaboramos para el servicio integral al cliente.

VIVIENDA COMUNITARIA PARA LA 3ª EDAD VIRGEN DE LA NIEVA

GESTIÓN AMBIENTAL DE LA EMPRESA

Se ha elaborado un documento con recomendaciones sobre uso y gestión del agua, consumo de energía y la gestión de los residuos. Este documento, es entregado a los clientes al ingresar en la vivienda junto a las normas de funcionamiento del piso.

RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES

Se ha elaborado una encuesta para valorar la satisfacción de los clientes. Esta encuesta se ha entregado a los 2 clientes fijos que tiene la vivienda y se han estudiado los resultados obtenidos.

GESTIÓN EMPRESARIAL

David está utilizando la herramienta de gestión facilitada por Consorcio EDER y desarrollada expresamente para este compromiso. Se han realizado tres estudios a fechas 31/03/12; 30/06/12 y 30/09/12.

HALCONERAS SANCHO IV

GESTIÓN EMPRESARIAL:

La empresa utiliza la herramienta de Gestión empresarial y recibe la formación para la utilización de la misma.

FORMACIÓN:

Curso

Basque Culinary Center. No ha sido un curso de formación al uso. Se ha procedido a recopilar datos e información por parte de D^aAdrina, vecina de la localidad. Han sido diez horas de formación intensiva.

GESTIÓN DE RESIDUOS:

Los residuos orgánicos generados en el restaurante son valorizados internamente produciendo composta o bien para la alimentación de los animales de la granja.

GESTIÓN DE MATERIALES EMPLEADOS:



Se ha incorporado a la carta del restaurante el vino ecológico novem organic de las Bodegas Iturbide de Peralta.

HOSPEDERIA ALESVES

GESTIÓN EMPRESARIAL

La empresa utiliza la herramienta de Gestión empresarial y recibe la formación para la utilización de la misma. El objetivo es gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.

GESTIÓN DE RESÍDUOS

Se han elaborado dos documentos para la lectura de los clientes :

Documento 1: Recomendaciones de gestión y uso de energía, agua y residuos.

Este documento ha sido revisado y redactado de nuevo a petición de Reyes Serrano realizándose una segunda versión.

Documento 2: Recomendaciones sobre turismo sostenible.

Al igual que el documento anterior, se ha revisado y modificado en una segunda versión.

Estos documentos se dejan en las habitaciones para la lectura por parte de los huéspedes.

Se han aprovechado/reutilizado el 100 % de los residuos generados en la cocina. El 90% de estos residuos se destinan a la alimentación de animales de granja de los empleados. El otro 10% se entrega a personas conocidas que actualmente están en una difícil situación económica.

Los aceites son llevados al punto limpio de la localidad para un correcto reciclaje.

RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES

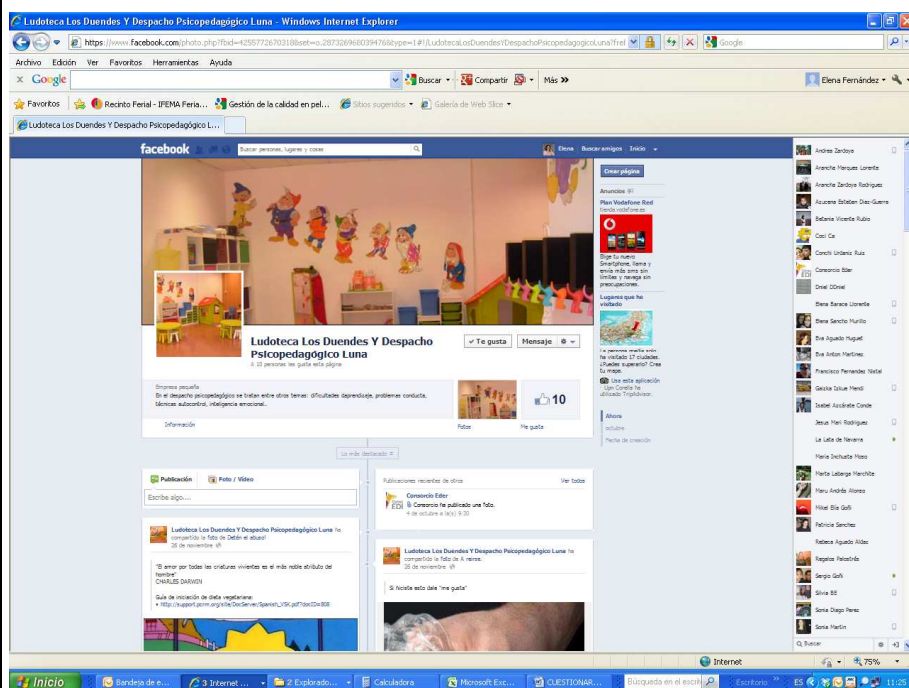
Se han realizado varias encuestas a clientes de la hospedería.

Los resultados aportados por dichas encuestas son satisfactorios, obteniendo valoraciones superiores a 8 sobre 10. Uno de los encuestados propone disponer del servicio también al mediodía. Se está mejorando el cuestionario ante carencias detectadas sobre la restauración.

LUDETECA LOS DUENDES

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Iciar creó a finales de 2011 una página personal en facebook. Inicialmente, comenzó a darse a conocer en esta red social a través de su página personal. Posteriormente, tras las recomendaciones de las técnicas de Consorcio EDER, cambió el formato de la página para pasar a ser una fanpage, en facebook. Iciar ha dedicado un 3,33 % de su tiempo a realizar actualizaciones en su fanpage.



CLIENTES

Se ha elaborado un cuestionario de satisfacción para clientes.

Se han estudiado el 100 % de los resultados obtenidos en las encuestas de satisfacción.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Iciar está utilizando la herramienta de gestión facilitada por Consorcio EDER y desarrollada expresamente para este compromiso..

El objetivo es gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.

OFISERV

GESTIÓN EMPRESARIAL:

Ofiserv está utilizando la herramienta de gestión facilitada por Consorcio EDER y desarrollada expresamente para este compromiso. Se han realizado 3 estudios a fechas 31/03/12; 30/06/12 y 30/09/12.

GESTIÓN CON LOS CLIENTES:

Se ha realizado una encuesta de satisfacción de los clientes, con objeto de conocer sus opiniones y sugerencias.

INTERCOOPERACION:

Están preparando la participación en el Panda Raid 2.013 con el compromiso de llevar al menos 20 kg de material escolar, deportivo e informático.

Se ha patrocinado un equipo de fútbol sala en la tercera división del campeonato de Tudela. Se ha pagado la inscripción del equipo y las equipaciones de los jugadores.

PARTY LAND

INTERCOOPERACION

Está en contacto con las 3 Asociaciones de Comerciantes de Tudela y está realizando las gestiones oportunas para adherirse a una de estas 3 asociaciones.

PROVEEDORES

Actualmente cuenta con todos sus proveedores locales a excepción de la franquicia.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.

Está utilizando la herramienta de gestión facilitada por Consorcio EDER y desarrollada expresamente para este compromiso, realizado 3 estudios a fechas 31/03/12; 30/06/12 y 30/09/12.

RESTAURANTE RIBOTAS

INNOVACIÓN

CUBOS O REFRESCOS



3'50 €

PASEO PAMPLONA Nº 18
PISCINA RIBOTAS (FRONTON)
TELF. 948 414 683
VIERNES, SABADOS Y FESTIVOS
DE 19:00 A 00:00 H

¡OFERTA!

	+		= 7 €
	+		= 7 €
	+		= 7 €
	+		= 7 €

Introducción de un nuevo servicio/producto innovador para los clientes. Se han editado flyers informando del nuevo servicio. En la actualidad no hay ningún local en Tudela que tenga este servicio.

GESTION SOCIAL: CONCILIACIÓN

Han contratado por un año a una persona con discapacidad física.

INTERCOOPERACIÓN

Se está trabajando con las agencias de viajes de Tudela para ofertar el restaurante para comidas de grupos.

EL RINCÓN DEL BÚ

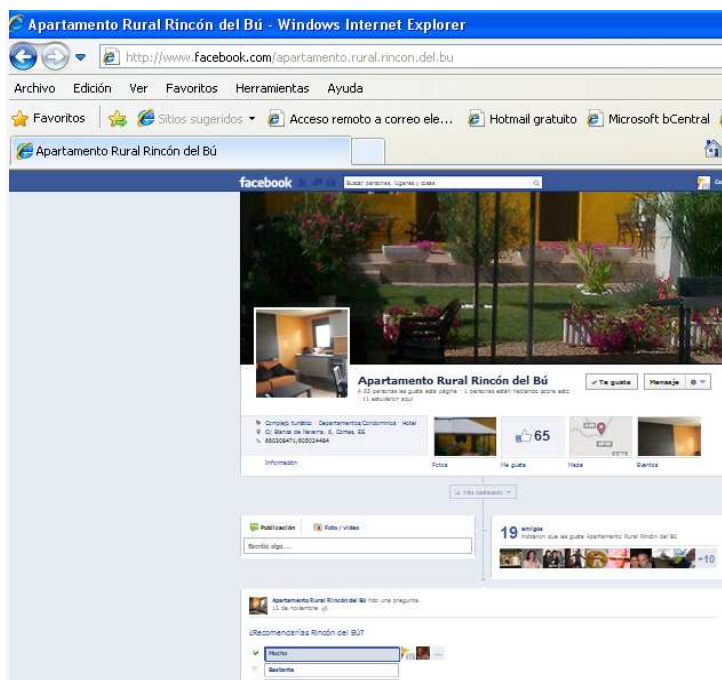
GESTIÓN EMPRESARIAL

Se utiliza una herramienta de gestión en base al programa Excel para controlar la inversión, los gastos e ingresos de la actividad comercial. Una técnica de Consorcio EDER le facilita formación para utilizar esta segunda herramienta. Para solventar los problemas en el uso de la herramienta, Marisa ha realizado un curso de excell en Fundación Dédalo,

NUEVAS TECNOLOGIAS: PAGINA WEB



Se plantea modificar la página web actual y crear una nueva más dinámica y fácil de actualizar que la que dispone en la actualidad. Se prevee comenzar con la nueva página en febrero de 2013



CLIENTES:

Se ha elaborado una encuesta de satisfacción para clientes.

Posteriormente, se aportaron mejoras en el cuestionario y se adecuaron las preguntas a las necesidades detectadas. Por ello se lanzó el cuestionario, de nuevo, a final de año.

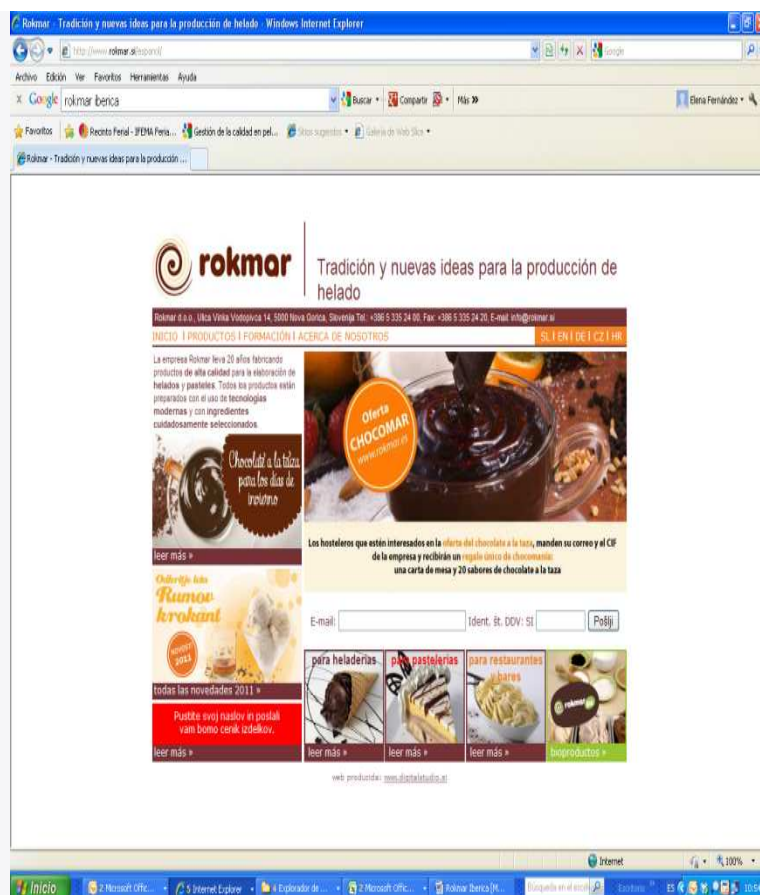
ROCKMAR IBERICA

NUEVAS TECNOLOGIAS INFORMATICAS Y DE COMUNICACION:

Se ha traducido la página web de la empresa matriz en Eslovenia, así como la del catálogo, etiquetado, declaraciones y fichas técnicas y difusión del catálogo por correo electrónico, mailing.

También se ha abordado la creación de perfiles/páginas en cuentas sociales, así como la contratación de anuncios a Google para las entradas "chocolate a la taza monodosis", "chocolate a la taza con sabores" y "chocolate a la taza excelente"

Se ha creado una base de datos clientes, proveedores, servicio técnico





FORMACIÓN:

Maja viajó a Eslovenia a la casa matriz. Durante 7 días recibió formación sobre aspectos relacionados con su negocio. Productos, maquinaria, características de los productos y de la maquinaria, plazos de entrega, sistema de distribución...

CLIENTES:

Se realiza y se aplica un Cuestionario de Satisfacción de Clientes.

RURAL SUITE



INTERCOOPERACIÓN

CURSO HERRAMIENTAS Twitter

El 21 de abril de 2012, RuralSuite organizó el curso gratuito #Ruraltwitter. Este curso contaba con dos partes, el uso de twitter de forma profesional y herramientas imprescindibles de Twitter. También se analizaron las funciones de Pirendo, herramienta que ayuda medir y analizar los resultados de los impactos en twitter

APOYO A COLECTIVOS CON DISCAPACIDAD

Gestiona sus recursos para procurar el desarrollo de actividades e itinerarios adaptados para conseguir su integración y accesibilidad. Dar respuesta a sus demandas desde la diversidad

Colaboración con Amimet - Carrera benéfica

Amimet es una Asociación ubicada en la Merindad de Tudela que da respuesta a las necesidades, demandas y aspiraciones de las personas con discapacidad física de la Ribera de Navarra

Oferta descuentos para colectivos

Desde el 7 de octubre de 2013 y hasta el 31 de diciembre de 2012, RuralSuite ha lanzado una oferta de descuento del 10 % para personas con diversidad funcional reconocida y camas supletorias sin coste para familias numerosas.

Quad Accesibles para personas con discapacidad

En el mes de marzo, RuralSuite, adquirió 8 quads de la empresa Queiles Aventura. Actualmente RuralSuite, oferta rutas en Quad para clientes. 2 de los 8 quad está preparados para ser conducidos por personas con diversidad funcional.

Colaboración en el Proyecto de Hoteles con encanto con accesibilidad del Club Native certificados por la Fundación ONCE.

Native, son un grupo de periodistas de varios países europeos, especialistas del mundo de la hotelería con carácter y del turismo, apasionados de su trabajo y dispuestos a hacer que todos tengan la mayor igualdad de acceso real al disfrute de su hotelería favorita. Empezando por esta web accesible a millones de personas que por motivos físicos o sensoriales no tienen posibilidad de acceder a otros sitios web.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

RuralSuite cuenta con dos plataformas para estudiar la satisfacción de los clientes.

Por un lado, las encuestas que se pueden cumplimentar a través de su página web. Se han estudiado 174 encuestas de satisfacción y la puntuación general es de 8,99 puntos sobre 10.

La otra plataforma que mide la satisfacción de los clientes es booking.com. La puntuación global del hotel es de 9,3 sobre 10.

INTEGRACIÓN PAISAJÍSTICA

Se han realizado diversas actuaciones: Pintado de murales de las paredes del muro por Ismael Loperena, plantación y mantenimiento de especies autóctonas en el entorno y de falso jazmín en la valla que rodea a la finca.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo. Se está utilizando la herramienta de gestión facilitada por Consorcio EDER y desarrollada expresamente para este compromiso

SENS 55

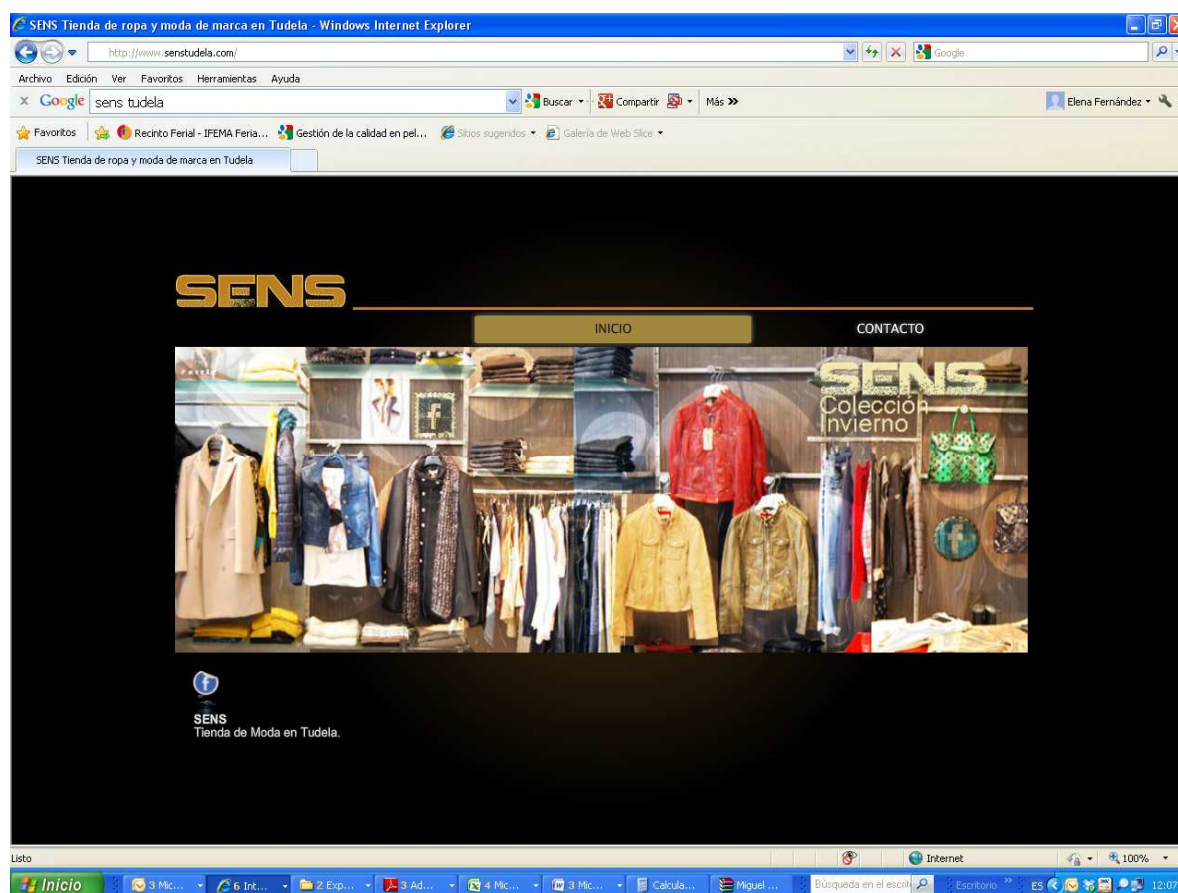
GESTIÓN EMPRESARIAL

Gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo. SENS 55 está utilizando la herramienta de gestión facilitada por Consorcio EDER y desarrollada expresamente para este compromiso

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

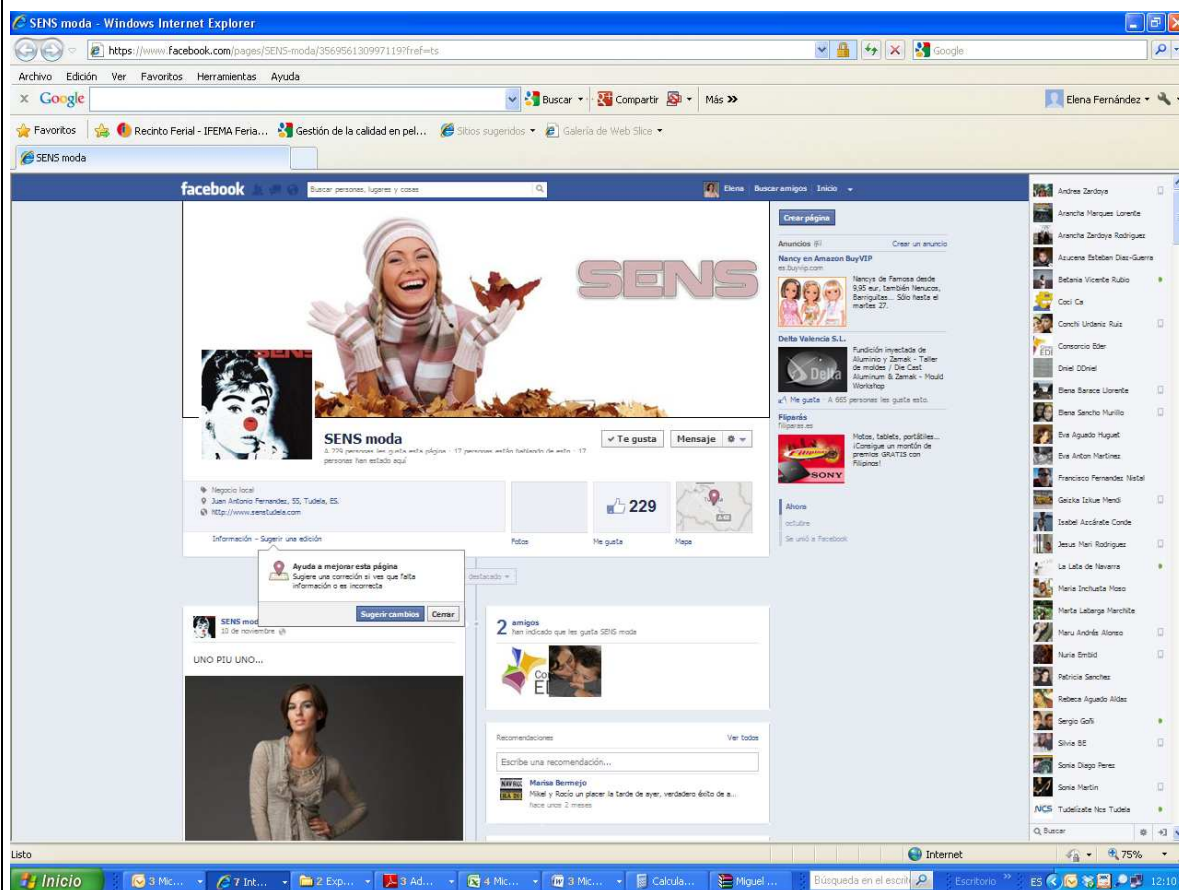
Durante el año 2.012 se ha desarrollado la página web. Aunque actualmente todavía no está terminada y se sigue trabajando en el desarrollo de la misma, ya se puede acceder a ella en el siguiente enlace:

<http://www.sensstudela.com/#!>



Creación Página de Facebook

A inicios de año, Sens abrió su fanpage de facebook. Esta página es actualizada varias veces por semana. Actualmente la página cuenta con 229 fans. En la página de facebook, Sens muestra las novedades y tendencias de la moda.



CLIENTES

Se ha confeccionado una TARJETA de FIDELIZACIÓN del CLIENTE.

SUPERMERCADO DIA

INTERCOOPERACIÓN CON ENTIDADES LOCALES:

Se entregan el 80 % de los productos cuya fecha de caducidad está próxima a vencer al convento de la Carmelitas Descalzas. El otro 20 % de distribuye entre otros colectivos, familiares, amigos, vecinos, otros....

Se lleva un registro con el número de entregas mensuales realizadas.

GESTIÓN DE RESIDUOS:

Se recogen y envían a reciclar el 100 % de los residuos de papel y cartón generados por la actividad.

Se recogen y envían a reciclar el 100 % de los residuos plásticos generados por la actividad.

Se entregan el 100 % de alimentos con daños, a un amigo de la familia para alimentar a los animales domésticos que tiene (gallinas y perros).

FORMACIÓN

Todos los trabajadores acceden a la formación de manera anual

Este año han realizado formación sobre atención al cliente/consumidor. El objetivo del curso es el conocimiento general de la Atención al Cliente: procesos y herramientas. Preparar al alumno para desenvolverse adecuadamente en las tareas administrativas, organizacionales, jurídicas y comunicativas propias de la Atención al cliente. El curso ha sido realizado por todo el personal de la empresa.

Con 385 horas dedicadas y un coste total de la formación de los 5 trabajadores de 2.000 euros.

LIMPIEZAS YOMAR

GESTION DE MATERIALES EMPLEADOS

Debido a la actividad que presta Limpiezas Yomar, prestación de servicios integrales de limpieza y mantenimiento, Limpiezas Yomar, está obligada al uso de determinados productos que pueden ser perjudiciales para el medioambiente. Es por este motivo, por el que Limpiezas Yomar ha decidido buscar productos con etiquetado ambiental que suplan a aquellos productos con un mayor impacto en el medioambiente.

Limpiezas Yomar utiliza 44 productos diferentes. El objetivo, era utilizar al menos un 50 % de los productos con etiquetado ambiental.

Tras el estudio inicial de todos los productos utilizados, se han incorporado 5 nuevos productos con etiquetado ambiental, que han sustituido a otros sin etiquetado ambiental y se ha logrado que el 100,00 % de productos utilizados en el desarrollo normal de la actividad empresarial tengan etiquetado ambiental.

Tras el estudio inicial de todos los productos utilizados, se han incorporado 5 nuevos productos con etiquetado ambiental, que han sustituido a otros sin etiquetado ambiental y se ha logrado que el 100 % de productos utilizados en el desarrollo normal de la actividad empresarial tengan etiquetado ambiental.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.

Limpiezas Yomar está utilizando la herramienta de gestión facilitada por Consorcio EDER y desarrollada expresamente para este indicador. Se han realizado 3 estudios a fechas 31/03/12; 30/06/12 y 30/09/12.

GESTIÓN CON LOS CLIENTES:

Se ha realizado una encuesta de satisfacción de los clientes, con objeto de conocer sus opiniones y sugerencias.

ZAMARGUILEA

AUDITORÍA MEDIOAMBIENTAL – GESTIÓN AMBIENTAL DE LA EMPRESA

Desarrollo una auditoría ambiental que ha dado lugar a un dossier formativo que sirve a la empresa como guía sobre la gestión ambiental de su actividad. Una auditoría ambiental de la actividad con apoyo de personal externo especializado y diseño una jornada formativa sobre la gestión ambiental de la actividad.

GESTIÓN DE MATERIALES

La empresa promueve en el diseño de jardines las especies y sistemas que posibilitan un mayor ahorro de agua. En la gestión de compras se prioriza las compras a granel o la utilización de envases retornables.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Se está utilizando la herramienta de gestión facilitada por Consorcio EDER y desarrollada expresamente para este compromiso. El objetivo es gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.

CASA RURAL GIGANTES DE NAVARRA

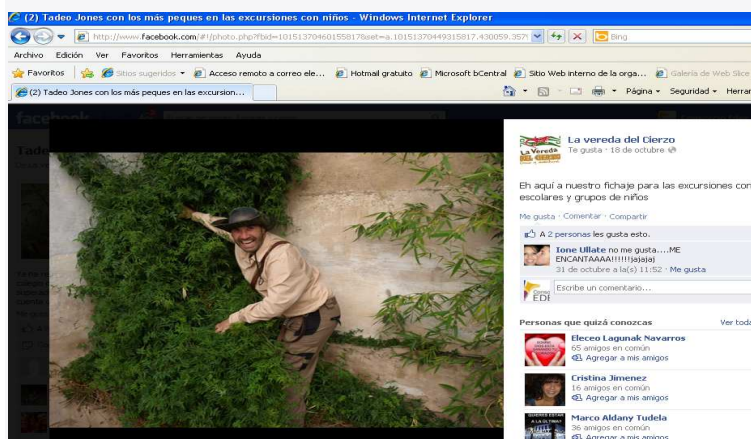
GESTION ECONOMICA:

David está utilizando la herramienta de gestión facilitada por Consorcio EDER y desarrollada expresamente para este indicador. Se han realizado tres estudios de seguimiento a fechas 31/03/12; 30/06/12 y 30/09/12.

INTERCOOPERACION CON ENTIDADES LOCALES:

En enero participaron en el #desiertotrip2012. Consistía en subir la duna de Erg Chebbi con una persona con movilidad reducida y llevar material escolar y juguetes a los niños/as nómadas de marruecos. En la actualidad se está preparando la edición de 2.013, que está prevista para finales de enero o principios de febrero de 2.013. Para la edición de 2.013, se espera superar el material entregado en la edición de 2.012.

Visita a las Bardenas Reales con los alumnos de 4 y 5 años del Colegio Público San Bartolomé de Ribaforada. La visita guiada fue interpretada por el famoso aventurero Tadeo Jones, quien explicó a los niños la flora y fauna del parque.



Visita guiada a Bardenas Reales en 4x4 con personas con discapacidad psíquica.

RELACION CON LOS CLIENTES:

David realiza las encuestas de satisfacción de sus clientes por medio de la web <http://turismonennavarra.net/>. La herramienta que utiliza para todos los clientes, para enviar y recibir la encuestas es Ruralgest, con la que además realiza la gestión, reservas, análisis de satisfacción, envío de mails, etc.. Obtiene buenos resultados de satisfacción.

REGALOS PALOTRÉS

GESTIÓN EMPRESARIAL

La empresa está utilizando la herramienta de gestión facilitada por Consorcio EDER y desarrollada expresamente para este compromiso. El objetivo es gestionar la actividad implantando mecanismos que le permitan analizar cuantitativamente los resultados y su evolución y planificar estratégicamente a corto y medio plazo.

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Inicialmente, Pilar Malo, emprendedora de este proyecto, utilizaba su perfil personal en facebook para realizar acciones de difusión de su empresa "Regalos Palotrés".

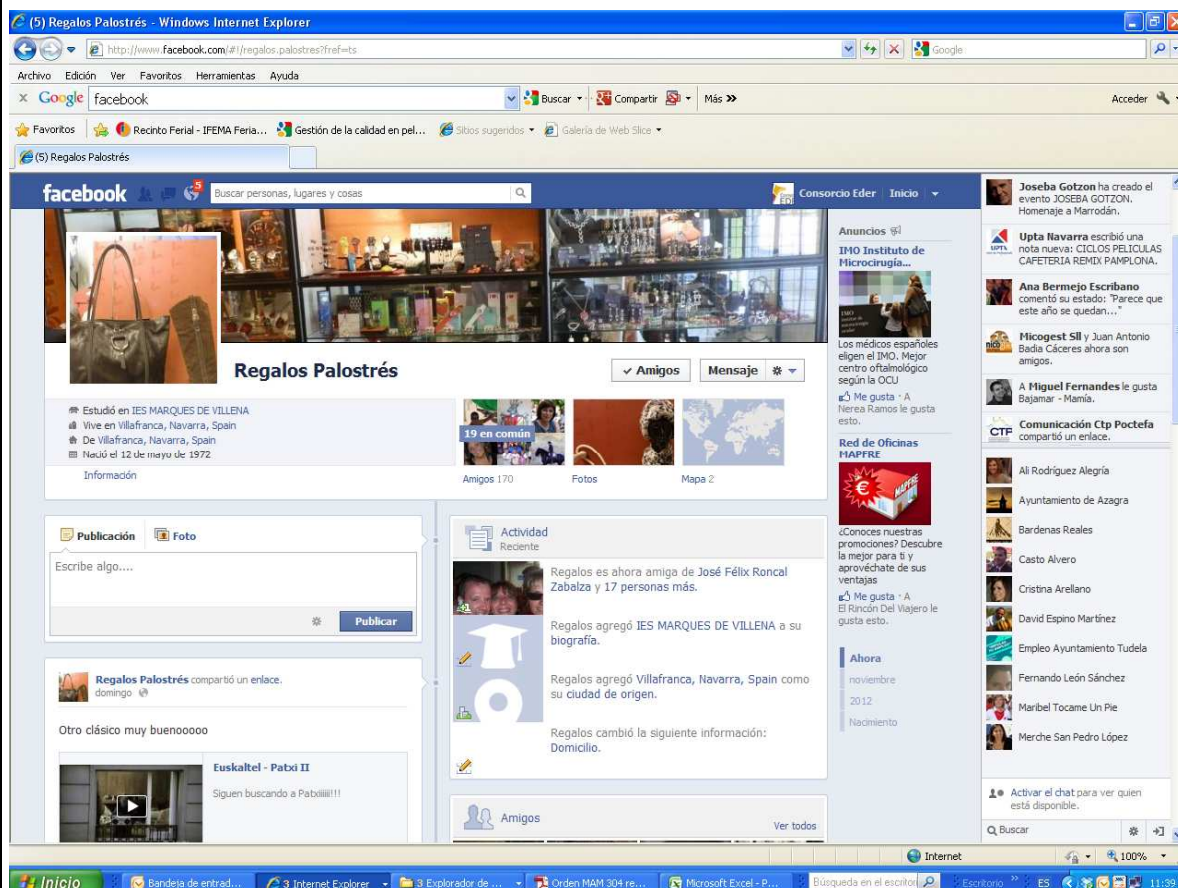
Tras las recomendaciones del personal de Consorcio EDER, Pilar abrió una fanpage en facebook, 13 de noviembre de 2012, de su negocio donde promociona los productos que tiene en la tienda a través de álbumes de fotos.

Perfil personal de Pilar Malo, en el que informaba de las novedades de la tienda.



CLIENTES:

Perfil profesional de "Regalos Palostrés", en el que actualmente realiza la difusión de sus productos.



Pilar dedica una media de 3,5 horas semanales a actualizar su fanpage en facebook y contestar a sus seguidores.

Pilar trabaja una media de 48 h semanales.

Porcentaje dedicado a NTIC: 7,29%

La página fue creada el 13 de noviembre de 2012. A fecha 10 de diciembre, 4 semanas más tardes, tiene 173 amigos, ha creado 6 álbums de fotos, 26 fotos en total, y ha recibido 35 "me gusta" y 3 comentarios. Por este medio, la relación entre Pilar y sus clientes es más directa y fluida, además del contacto personal existente en la tienda.



Guía de buenas prácticas en responsabilidad territorial



**Gobierno
de Navarra**

Feader: Fondo europeo Agrícola de desarrollo rural. Europa invierte en las zonas rurales