NAVARRA

INNOVARSE

PLANIFICACIÓN

Gobierno de Navarra Nafarroako Gobernua

AGENDA 2030

Empresa: **ASOCIACIÓN NAVARRA DE TALLERES DE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS (ANTRV)**

Persona consultora: **ARANTXA HERNÁNDEZ LACALLE**

Entidad consultora: **CONSULTORÍA IGUAL-AR**

Fecha: **NOVIEMBRE 2024**

INFORME

Índice

Datos de la empresa 3
Objeto 5

PRIMERA PARTE: DIAGNÓSTICO 6

1_Misión y visión 8
Misión 8
Visión 8
2_Grupos de interés 9
3_Dimensiones de la Sostenibilidad 12
_Dimensión económica 13
_Dimensión ambiental 38
_Dimensión social 58
4_Otras prácticas destacables: Base 10 99
5_Conclusiones generales 100
_Valoración global 100
_Buenas prácticas de RSE 102
_Áreas de mejora 107

SEGUNDA PARTE: PLAN DE ACTUACIÓN 116

1_Misión y visión 118
2_Áreas de Mejora 120
3_Cuadro de Actuación 122
4_Cuadro de Seguimiento 131
5_Declaración de intenciones 137
6_Comunicación 139
7_ Implantación 141
Revisión 142

Datos de la empresa

Empresa	ASOCIACIÓN NAVARRA DE TALLERES DE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS	**Personalidad jurídica (SA, SL,…)**	
Domicilio	POLÍGONO INDUSTRIAL PLAZAOLA, MANZANA F, 1-2º B		
CP y Localidad	31195 AIZOÁIN		
Teléfono	949 27 99 11		
Gerente	LUIS URSÚA	**Correo-e**	Gerente@antrv.com
Persona de contacto	SONIA ARDANAZ	**Correo-e**	Proyectos@antrv.com
Actividad de la Empresa	Agrupar a la mayoría de talleres de reparación de vehículos de Navarra.		
Sector empresarial	Talleres de Reparación de Vehículos		
C.N.A.E. (2009)	184990		
CIF	G31084635		

Nº total de personas trabajadoras	16	**H**	Nº	4	**M**	Nº	12	**Nº total de personas con discapacidad**		**H**	Nº		**M**	Nº	
			%	25		%	75				%			%	

Han participado en la definición del Diagnóstico de RSE:	
Nombre	**Departamento**
LUIS URSÚA IBERO	**GERENCIA**
SONIA ARDANAZ MALO	**PROYECTOS**

Breve descripción de la empresa

Es una entidad sin ánimo de lucro que, agrupando a los talleres y concesionarios, tiene como objetivo representar, defender, mejorar y promocionar los intereses profesionales de los asociados, es decir, garantizar la profesionalidad, competitividad y prestigio del sector ante los usuarios y la sociedad en general.

Entre sus actividades principales están

- Captación de empresas asociadas
- Relaciones Institucionales
- Elaboración y control de presupuestos
- Planificación estratégica
- Atención de consultas
- Servicios jurídicos
- Acuerdos de colaboración
- Servicio de Prevención de Riesgos Laborales/Calidad/PRL/MA/LOPD/Industria
- Servicios Fiscales y Contables
- Asesoría Laboral
- Negociación convenio colectivo

- Proyecto de apertura para nuevos Talleres
- Cursos de formación.
- Obtención de las placas identificativas de los talleres (azules con símbolos de los servicios que realizan).
- Gestión de Subvenciones
- Asesoramiento de la normativa a cumplir
- Gestión de Altas en Industria, Medioambiente, Ayuntamiento

Objeto

Este documento se ha elaborado dentro de la Convocatoria de Ayudas de **2024** para el Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial a través de la Dirección General de Política de Empresa, Proyección Internacional y Trabajo del Departamento de Desarrollo Económico y Empresarial del Gobierno de Navarra.

El informe tiene dos partes diferenciadas pero claramente vinculadas: un **Diagnóstico** y un **Plan de Actuación**.

El objeto del **DIAGNÓSTICO** es analizar y mostrar el grado de implantación de la Responsabilidad Social en cada una de las áreas de interés de **ASOCIACIÓN NAVARRA DE TALLERES DE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS**, en adelante **ANTRV**, y su impacto sobre las tres dimensiones de la RSE: económica, social y medioambiental.

La persona consultora se apoyará en los resultados de los Decálogos para reflejar el posicionamiento general de la organización con respecto a la RSE.

El Diagnóstico también pretende establecer un punto de partida hacia el mayor desarrollo de la RSE en **ANTRV** mediante la visualización de su posicionamiento en las diferentes áreas de interés que conforman la organización, y con el objetivo final de trabajar en la obtención de mejores resultados en cada una de las tres dimensiones.

El objeto del **PLAN DE ACTUACIÓN** es plantear una serie de actuaciones en materia en Responsabilidad Social en cada una de las áreas de interés de **ANTRV**, así como definir el seguimiento y control del mismo para garantizar la mejora continua de la gestión de la RSE en la empresa.

El Plan de Actuación es consecuencia directa de las conclusiones del Diagnóstico, proponiendo objetivos y actuaciones en función de los resultados obtenidos, de modo que se avance en el camino hacia la implantación de la responsabilidad social en la empresa. Así, una vez analizados los resultados del diagnóstico, se ha desarrollado este Plan de Actuación, de forma que la RSE se vaya integrando progresivamente tanto en la estrategia empresarial como en su posicionamiento frente a los grupos de interés.

En este informe se recogen la definición del Plan de Actuación de RSE, con actuaciones concretas encaminadas a conseguir una implantación progresiva de la RSE en la planificación y gestión de la empresa.

Los datos con los que se ha llegado a los distintos resultados, fueron tomados durante los meses de **JUNIO, JULIO, AGOSTO, SEPTIEMBRE y OCTUBRE** de **2024**, por lo tanto, los gráficos y los comentarios están referidos a la situación de la empresa hasta ese momento.

PRIMERA PARTE: DIAGNÓSTICO



1_Misión y visión

Misión

La Asociación Navarra de Talleres de Reparación de Vehículos (ANTRV) es una entidad sin ánimo de lucro que, agrupando a los talleres y concesionarios, tiene como objetivo representar, defender, mejorar y promocionar los intereses profesionales de los asociados, es decir, garantizar la profesionalidad, competitividad y prestigio del sector ante los usuarios y la sociedad en general.

Integrada en la misma se encuentra la labor de potenciar el desarrollo profesional de nuestros asociados y empleados, garantizando la igualdad entre todos ellos, la comunicación con nuestros grupos de interés y la prevención y el respeto por el medio ambiente.

Visión

ANTRV pasa por ser el punto de encuentro de todos los talleres y concesionarios de Navarra donde, compartiendo sinergias y experiencias logren, en un entorno igualitario, ofrecer el mejor servicio optimizando sus recursos, además de ser el interlocutor de referencia con las Administraciones Públicas, los consumidores y la sociedad en general en todos aquellos temas relacionados con nuestra actividad o con el sector en general.

Así mismo, abarca el compromiso de ser un referente para nuestros asociados respecto a la protección del medio ambiente y la salud laboral de sus trabajadores, así como potenciar la participación de los mismos y de otros grupos de interés que favorezcan la mejora continua del sector.

2_Grupos de interés

Los Grupos de Interés más relevantes para la actividad empresarial son los siguientes:

Grupos de interés	¿Qué impactos tiene la actividad de la empresa en este grupo de interés?	¿Qué influencia tiene este grupo de interés en la actividad de la empresa?
Asociados	ANTRV es un referente para Talleres y Concesionarios asociados respecto a la protección del medio ambiente y la salud laboral de sus plantillas, así como potenciar la participación de los mismos y de otros grupos de interés que favorezcan la mejora continua del sector.	Talleres y Concesionarios son el motor de la Asociación, a quienes, a través de nuestra experiencia y cultura organizacional ofrecemos un servicio adecuado a cada uno de ellos, optimizando recursos.
Entidades Proveedoras ANTRV	Principalmente económico, aunque se fomenta una buena relación personal y fluida, que ha derivado en una flexibilidad comercial mutua.	La actividad depende, en cierta medida, de sus empresas proveedoras, por lo que considera la relación con las mismas de un modo estratégico.
Plantilla	La actividad supone el sustento básico para el desarrollo individual de la plantilla en el plano económico y laboral.	La fuerza laboral de la plantilla hace posible el funcionamiento, desarrollo y crecimiento de la actividad.
Junta rectora	Estas personas marcan las líneas estratégicas, decisorias, ejecutivas y de control en la organización.	La influencia de ese grupo de interés implica la aportación de reportes financieros periódicos, evaluaciones de riesgos y actualizaciones del progreso de la actividad de la empresa
Otras Asociaciones	Luchar contra la competencia desleal que representan los talleres clandestinos, obtenemos convenios de colaboración con empresas con el objetivo de conseguir beneficios especiales para nuestros talleres, proporcionamos asesoría legal y jurídica, negociamos leyes y normativas que afectan al sector y, en general, intentamos cada día representar y defender los derechos de todos nuestros asociados de la forma más eficiente.	Posibilidad de crear sinergias a la hora de defender intereses comunes.
Confederaciones	Iniciativas de colaboración para garantizar el cumplimiento de la normativa y favorecer la no competencia desleal.	Iniciativas de colaboración para garantizar el cumplimiento de la normativa y favorecer la no competencia desleal.

Grupos de interés	¿Qué impactos tiene la actividad de la empresa en este grupo de interés?	¿Qué influencia tiene este grupo de interés en la actividad de la empresa?
Sindicatos	No hay impacto de la empresa sobre los sindicatos.	No hay impacto sindical sobre la empresa.
Administración	Como proveedora de la administración.	La actividad está sujeta a la acción de la administración autonómica en su constitución, registro, autorización para ejercer, aspectos ambientales, económicos y legales.
Alumnado	Desde el punto de vista de este grupo de interés, les permite estar activos y activas, experimentar y aplicar conceptos en escenarios reales.	Mejora su capacidad para resolver problemas, fomenta la creatividad y aumenta su interés en los temas concernientes a la asociación.
Usuarios/as/ Consumidores/as	Este colectivo es clientela de la actividad, por lo que el buen hacer de la empresa repercute en la satisfacción de consumidores/as finales	Es indirecta, pero importante en la relación de la empresa con la clientela.
Centros de formación reglada y sectorial	Creación de una red de asociaciones sectoriales y territoriales que colaboren con los centros de FP DUAL.	Apoyo en la prospección y captación de empresas a través de la participación de las asociaciones empresariales de Navarra, para trabajar conjuntamente en la incorporación de nuevas empresas que se sumen a las ya participantes en la FP DUAL.
Clientela Directa	La relación es fluida y se pretende ser tan flexibles como las demandas del mismo.	Principal y mayoritariamente económica, así como de imagen y prestigio.
Profesorado	Principalmente económica y de aprendizaje.	El profesorado, a través de sus formaciones, brinda la oportunidad de adquirir conocimientos especializados que enriquecen la práctica docente. Mejora de habilidades pedagógicas: Los educadores y las educadoras desarrollan habilidades adicionales que les permiten abordar las necesidades de sus estudiantes de manera más efectiva.

Una vez priorizados según la influencia que ejercen así como el grado en que se ven afectados por las actividades de la empresa en lo relativo a las tres dimensiones de la RSE: económica, ambiental y social (interna y externa), se obtiene la siguiente Matriz de Influencia-Afección en **ANTRV**.

Grupos de interés	INFLUENCIA			AFECCIÓN			I+A
	DE	DA	DS	DE	DA	DS	
Asociados	5	1	5	5	5	5	26
Entidades Proveedoras ANTRV	5	1	1	5	1	1	14
Plantilla	5	0	5	5	1	5	21
Junta rectora	5	1	5	0	0	5	16
Otras Asociaciones	1	0	1	1	0	1	4
Confederaciones	1	0	5	1	0	1	8
Sindicatos	5	0	5	1	0	5	16
Administración	5	0	5	1	5	1	17
Alumnado	5	0	5	1	0	5	16
Usuarios/as/ Consumidores/as	1	0	5	1	0	1	8
Centros de formación reglada y sectorial	1	0	1	1	0	1	4
Clientela Directa	5	0	1	5	0	1	12
Profesorado	5	1	5	5	1	5	22

Los 3 Grupos de Interés más relevantes para **ANTRV** son los siguientes:

GI_1	ASOCIADOS
GI_2	PROFESORADO
GI_3	PLANTILLA

3_Dimensiones de la Sostenibilidad

El informe muestra los resultados extraídos de la revisión de los Decálogos a través de la herramienta de diagnóstico y en base a la información aportada por **ANTRV**. Estos Decálogos se encuentran referidos a las dimensiones de la sostenibilidad:

- Sostenibilidad Económica
- Sostenibilidad Ambiental
- Sostenibilidad Social
  - ✓ Interna
  - ✓ Externa

El informe refleja el posicionamiento de **ANTRV** en cada uno de los enunciados específicos de las tres dimensiones, y recoge las evidencias que se han encontrado para posicionar a la organización en cada una de los citados enunciados. En cada enunciado se incluye una valoración cualitativa que resume la situación de la empresa en una escala de 0 a 10, así como una serie de indicadores en los que se refleja el comportamiento de la empresa en ese ámbito.

Al final de cada dimensión, se incorpora información de síntesis sobre los resultados globales de **ANTRV** en la dimensión, lo que incluye un gráfico con los valores obtenidos en cada enunciado, todos los indicadores relacionados y conclusiones sobre el grado de implantación de la RSE en **ANTRV**, destacando los puntos fuertes y las oportunidades de mejora identificados en el área en cuestión, y la descripción de las dificultades, apoyos y necesidades detectadas.

_Dimensión económica

E-01. ÉTICA Y TRANSPARENCIA

La empresa tiene establecidos criterios para el buen gobierno de la misma, incluyendo compromisos que integran aspectos sociales, ambientales y éticos. Los criterios se recogen en un Código de Conducta que es público y accesible.

La empresa comunica regularmente, de forma clara y completa, los resultados de su estrategia y operaciones a todos los grupos de interés. Se informa de las decisiones tomadas y del desempeño logrado en términos económicos, sociales y ambientales.

Evidencias

ANTRV ha creado un Canal de denuncias, y han implementado un Compliance, Cumplimiento normativo, que es el conjunto de políticas, procedimientos y acciones que una organización lleva a cabo para asegurar que sus actividades se ajusten a las leyes, regulaciones, normas y estándares éticos aplicables en su ámbito de actuación.

Los criterios están formalmente redactados en un Código de Conducta y fue a iniciativa de la propia Asociación la implementación de dicho documento. Se ha realizado a través de una Asesoría Externa (Subcontratada) y se ha aprobado por la empresa. Los criterios son compatibles y coherentes con la Misión y Visión de la empresa y además, están suficientemente desarrollados tanto los principales aspectos éticos como las tres dimensiones de la sostenibilidad.

Por el momento los criterios no se han dado a conocer a los grupos de interés.

Se ha creado un Comité Interno que es quien vela por el cumplimiento del Código de Conducta elaborado por la Junta el 14 de mayo de 2018 y ratificado en Asamblea el 28 de mayo del mismo año, del que se está haciendo revisión en la actualidad, y que además supervisa su cumplimento. Cuentan con una Asesoría externa.

La actualización periódica del Código de Conducta está por determinar.

La herramienta y canal que utiliza la organización para garantizar la transparencia es el Canal de denuncias citado anteriormente.

La Asociación comunica en la Asamblea General de Empresas asociadas los datos económicos y sociales, aportando los aspectos ambientales cuando hay información a tratar útil para los Talleres.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								X		

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

E-02. PREVENCIÓN DE DELITOS Y MECANISMOS ANTICORRUPCIÓN

Se establecen mecanismos para identificar los riesgos legales, definiendo procedimientos y buenas prácticas para prevenir los incumplimientos, gestionar y reaccionar ante los mismos.

Existen pautas para evitar el mal uso de la información privilegiada y los conflictos de intereses que afectan a todas las personas vinculadas a la organización, y en particular, las que integran el máximo órgano de gobierno.

Evidencias

Es la segunda vez que la Asociación realiza un análisis de riesgos legales. En la actualidad se está elaborando a través de un Mapa de Riesgos, ya que desde la perspectiva de la función de Compliance, se deben identificar las situaciones o los procesos en los que pueden producirse incumplimientos de obligaciones legales, regulatorias o una vulneración de los compromisos adquiridos por la organización.

Igualmente se han definido procedimientos específicos para prevenir delitos, a través de un Plan de Prevención de Riesgos Penales, Política de Cumplimiento Corporativo, Código de Ética de Conducta, un Sistema Interno de Información y un Protocolo de Activación del Procedimiento de Defensa Corporativa.

En 2024 se implantó el CANAL de DENUNCIAS, pudiéndose utilizar de manera anónima por todo aquél que quiera interponer una denuncia de malas prácticas detectadas en la empresa para su posterior estudio.

Renovado COMPLIANCE en 2024, hecho por primera vez y ratificado en mayo de 2018.

Se han llevado a cabo entrevistas individuales con jefes y jefas de departamento y se ha realizado un cuestionario a toda la plantilla.

Se está finalizando la revisión del El Manual de Cumplimiento. Se han establecido recomendaciones o pautas para evitar el mal uso de información privilegiada, y se han confeccionado procedimientos para evitar conflictos de intereses que afectan a todos los puestos de trabajo y a todos los grupos de interés.

Se comunicará debidamente de su existencia a todos los grupos de interés en el momento en que esté aprobado

El Canal de Denuncias sir.ve como portal de denuncia de malas practicas de la empresa, no como vía de información

Estos procedimientos de prevención de delitos, para evitar el mal uso de información privilegiada, y parar conflictos de intereses están incorporados en el Código de Conducta.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

E-03. COMPETITIVIDAD: CALIDAD, PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA

La organización utiliza indicadores de productividad y eficiencia, incluyendo el análisis de costes de producción y servicios. Se establecen metas específicas y se hace un seguimiento de los logros obtenidos, introduciendo acciones de mejora derivadas del análisis de los resultados.

Se dispone de un sistema de gestión que establece la estrategia, los procesos, acciones y tareas que se precisan realizar para lograr la misión de la organización.

El sistema de gestión implementado está certificado.

Evidencias
En la organización no están identificadas las variables claves para realizar un seguimiento de la productividad y la eficiencia, y aunque no tienen establecidos unos indicadores determinados, no dar pérdidas es un indicador puesto que se trata de una entidad sin ánimo de lucro. Aunque no cuentan con indicadores definidos, es Gerencia quien realiza un seguimiento de los objetivos establecidos en la organización. Los resultados de dichos objetivos son trasladados a la Junta Directiva para su conocimiento. Y finalmente su aprobación por la Asamblea si procediera. Los análisis de los resultados sirven para introducir acciones de mejora y hay evidencias de que se están produciendo mejoras significativas. Como ejemplo, el trámite de la subvención MOVES provocó un cuello de botella, por lo que se optó por contratar a una persona para su gestión dentro de la organización. ANTRV tiene identificados sus procesos pero no se han establecido procedimientos formales e instrucciones. Cada departamento tiene cierta libertad para gestionar sus funciones y tienen marcados los objetivos a conseguir. Cuentan con tres Sistemas de Gestión de Calidad en el área de formación: ▪ ISO PROTECCIÓN DE DATOS ▪ ISO MEDIO AMBIENTE ▪ ISO CALIDAD La organización esté certificada en todos los Sistemas de Gestión de Calidad.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
03	Resultados netos	**29.066,19 €**	**2023**	

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

E-04. INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN (I+D+I)

La organización utiliza metodologías y herramientas que favorecen la creatividad e innovación. Se tienen en cuenta las aportaciones de todas las personas, incluyendo el personal trabajador, clientela, proveedores y otras organizaciones del sector.

Se apuesta decididamente por la investigación, desarrollo e innovación destinando recursos humanos y económicos de manera específica. Existe una estrategia al respecto que identifica objetivos y medios.

Evidencias
Por la propia casuística de la organización, no contratan o no cuentan entre sus plantillas con perfiles creativos. La cultura de la empresa no resulta compatible, por el momento, con el fomento de la creatividad y la innovación. La empresa no utiliza habitualmente técnicas y metodologías que favorecen un ambiente creativo, y la cultura de la innovación no está implícita su Visión y Misión, ya que no disponen de un plan de I+D+i ni hay personas que se dediquen específicamente a este ámbito. La Asociación está inmersa en un Proyecto, que verá la luz en unos meses, donde se utilizarán gafas de Realidad Virtual para formaciones en materia de PRL, con las que se aprenderá la desconexión de vehículo eléctrico, elección de los EPIS correctos, y detección de escenarios de riesgo en diferentes puntos de un taller y almacén.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				X						

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
o6	Inversión en I+D+i	**o**		

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

E-05. TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INDUSTRIA 4.0

La organización dispone de tecnologías y herramientas digitales para la gestión de la información y la comunicación con clientela y proveedores.

Se ha definido una estrategia que incorpora avances en la automatización y robotización de los procesos productivos para hacerlos más eficientes.

Evidencias
Los medios y métodos que utiliza la empresa para el manejo de grandes volúmenes de datos son los referidos a Programas informáticos de gestión. Desde la organización se ofrecen productos o servicios personalizados como los programas de gestión de taller. La personalización se basa en la propia casuística de cada taller. Algunos procesos están automatizados, como las facturaciones del departamento jurídico o las evaluaciones de daños. En este momento se está trabajando el seguimiento del uso de la firma y/o certificado digital, y así facilitar la firma de documentos por parte de ANTRV, manteniendo control sobre quién y cuándo lo ha firmado. La empresa utiliza algunas tecnologías y herramientas digitales básicas y en algunos puestos clave para la gestión se procura estar al tanto de las novedades tecnológicas, aunque no se realiza un análisis exhaustivo de las necesidades en esta materia. Utiliza un software especializado para la ejecución de tareas administrativas y de gestión como el programa informático de gestión, Eurogex; se está trabajando en la implantación de un CRM. Se utilizan herramientas tecnológicas para favorecer el trabajo colaborativo como el Drive y se utilizan habitualmente, Teams, Zoom, etc. Cuentan con un Antivirus y encriptado de disco duro. Los canales habituales de comunicación con todos sus grupos de interés son el Teléfono, Email y WhatsApp.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
					X					

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

E-06. ADQUISICIÓN RESPONSABLE Y GESTIÓN ÉTICA DE SUBCONTRATAS

La empresa cuenta con un sistema de homologación de proveedores o protocolos de adquisición sostenible, que determinan los criterios de decisión de compra referidos a su cadena de suministros. Estos criterios hacen mención, en particular, a la evaluación social y ambiental de las entidades proveedoras, y en general, a la trazabilidad y ciclo de vida de los productos y servicios adquiridos.

Las relaciones con las entidades proveedoras y subcontratas siguen prácticas responsables que incluyen: la estabilidad de la relación, condiciones de pago negociadas, cumplimiento de los plazos de pago previamente establecidos, una aplicación no abusiva de penalizaciones, y la evaluación de la satisfacción de las entidades proveedoras con todo el proceso.

No se utilizan abusivamente las subcontrataciones de personal por cuenta propia ("falsos autónomos").

La organización ejerce un liderazgo sobre las entidades proveedoras, promoviendo de manera activa y facilitando la adquisición de criterios de responsabilidad social por parte de éstas.

Evidencias

No tienen un procedimiento específico de homologación de entidades proveedoras.

Además de criterios de calidad/precio, no se valoran aspectos ambientales y sociales, pero ponen en valor criterios de RSE, como la confianza y la solvencia profesional; a veces, incluso más que los criterios económicos.

Por el momento, no se tiene en cuenta que las empresas dispongan del sello InnovaRSE o algún otro reconocimiento que acredite sus buenas prácticas en sostenibilidad económica, social o ambiental.

Porcentaje de entidades proveedoras locales: 73,15%

Hay entidades proveedoras con las que se trabaja con mayor frecuencia, como son Axium / profesores /Limpiezas San Fermín /Solutios /Fa Comunicación / JFM / GAUSS / Urzainqui /AIN / CEN /Dinafax (ahora Grupo Solitium).

Los profesores y las profesoras (personas autónomas) ofrecen sus servicios exclusiva o principalmente a la empresa.

En alguna ocasión se establecen por escrito las condiciones de relaciones comerciales con aquellas entidades proveedoras que son habituales, sobre todo con empresas o entidades grandes. Las condiciones de las relaciones comerciales se realizan de forma negociada.

Existe cierto grado de flexibilidad de las condiciones. En caso de que alguna entidad no pueda cumplir los plazos establecidos o no puede asumir todas las condiciones en los términos establecidos, se penaliza, por ejemplo, en la minusvaloración de la aportación, pero no es habitual. En caso de que haya que cancelar un pedido, se atiende a las circunstancias concretas del caso. En alguna ocasión se rescinde por escrito la relación. Suelen ser más flexibles con personas autónomas y micropymes, que con empresas de mayor envergadura.

El tiempo que se tarda por término medio en realizar los pagos a entidades proveedoras es de 7-15 días.

No cuentan con ninguna herramienta para conocer la satisfacción de las entidades proveedoras y en alguna ocasión que han tenido alguna queja, se resuelve mediante

Feedback de tú a tú.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
						X				

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
08	% de proveedores y subcontratas de ámbito local	**73,15%**	**2024**	Suma mas de 100
15	% de entidades proveedoras que cuentan con sellos InnovaRSE u otros análogos	**28,23%**	**2024**	

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

E-07. ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA

La empresa aplica de forma sistemática prácticas profesionales que garantizan la honradez, calidad y transparencia de todos los acuerdos, contratos y especificaciones dirigidas a la clientela. Estas prácticas se recogen de forma explícita en un "código" de prácticas profesionales.

La organización dispone de canales de comunicación para la interacción con la clientela, así como herramientas para la gestión de expectativas y la evaluación de la satisfacción. De manera específica tiene establecido un sistema de atención a la clientela que facilita la recogida de quejas, reclamaciones y sugerencias, el análisis y revisión de las mismas, y la puesta en marcha de mejoras derivadas de las aportaciones realizadas.

Ofrece certificados de garantía que exceden los periodos establecidos por ley, y una atención postventa que incluye apoyo y asesoramiento eficientes, así como mantenimiento y reparaciones a un precio razonable una vez superado el periodo de garantía.

La empresa utiliza mecanismos extrajudiciales de resolución de conflictos cuando lo solicita la clientela (mediación, arbitraje). La organización está adherida al Sistema Arbitral de Consumo.

Evidencias

La organización tiene elaborada una Carta de Servicios colgada en su Página Web, aunque sin que se adquieran compromisos de ningún tipo. Dicho documento se elaboró ante las demandas de posibles asociados (Talleres). Dicha Carta de Servicios se actualiza de forma periódica.

Existen evidencias de prácticas responsables en la relaciones de la organización con su clientela. El servicio es muy personalizado y la clientela es conocedora de ello.

Dispone de un buen sistema de comunicación con la clientela, a través de su página web, teléfono, mail, WhatsApp y de Gerencia, cuando les ofrecen los servicios "carpeta en mano".

Las peticiones quejas, sugerencias, comentarios, etc., se atienden de manera personalizada con el responsable que gestione cada asunto, si es algo más complicado interviene Gerencia.

Se da respuesta a todas las comunicaciones, como máximo se puede tardar en atender una queja 3 días, aunque se les intenta dar una primera atención en el mismo día.

No disponen de herramientas para conocer el grado de satisfacción de la clientela, pero conocen su grado de satisfacción mediante un indicador concreto que es, que no se dan de baja en el servicio.

La mayoría de los servicios se hacen bajo presupuesto, que al firmarse por el taller, se comunica al proveedor

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
							X			

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
16	Nº total de reclamaciones realizadas por clientes y organizaciones de consumidores	**3**	**2023**	

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

E-o8. PUBLICIDAD Y MARKETING RESPONSABLE

La organización evita prácticas de publicidad engañosa o confusa, ofreciendo información clara, completa y veraz, no omitiendo ninguna información esencial. No se utilizan medios de publicidad no deseada y se presta especial cuidado a los mensajes dirigidos a públicos vulnerables, así como a la utilización de textos, audios e imágenes que podrían perpetuar estereotipos o resultar ofensivos.

En las actuaciones de publicidad y marketing, se proporciona información de los impactos económicos, ambientales y sociales de todo el ciclo de vida del servicio o producto ofrecido.

Evidencias
Todas las acciones de publicidad y marketing de la empresa utilizan información veraz y completa. Se ofrece de forma concisa toda la información clave que puede afectar a la decisión de compra o contratación a través de presupuestos detallados. Se presta especial cuidado a la transmisión de imágenes estereotipadas. Aunque están en proceso de elaboración de una nueva página web y se revisarán, tanto los textos escritos como las imágenes. Hasta el momento no se habían planteado qué pueden hacer para enviar mensajes de educación en el consumo, y no se cree que sea relevante informar sobre los impactos porque se estima que no son de magnitud. La organización ha participado en alguna campaña de consumo responsable y cree que es relevante informar sobre los impactos a través del Servicio de Atención que ayuda a sus asociados en la reducción de sus consumos energéticos, así como en la gestión de residuos de las empresas.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
							X			

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

E-09. MARKETING INCLUSIVO Y DISEÑO UNIVERSAL

Se han tenido en cuenta criterios de accesibilidad universal en el diseño de productos y servicios, puntos de venta físicos o virtuales, estrategia de precios y acciones de comunicación, para garantizar el uso cómodo, seguro y lo más autónomo y natural posible de los productos y servicios por parte de un público diverso en cuanto a sus necesidades físicas, cognitivas, sensoriales y orgánicas (personas con discapacidad, personas mayores, personas con necesidades especiales temporales…), ampliando así el mercado potencial y la calidad de dicha oferta.

El personal de la empresa ha recibido formación específica sobre las implicaciones de la accesibilidad y diseño universal en todas las fases y áreas de negocio, y en particular con respecto a la atención a personas con discapacidad y otro tipo de necesidades.

En las acciones de marketing y publicidad se comprueba que se está aportando una imagen inclusiva y de normalización de públicos diversos.

La empresa dispone de sellos, certificados o distinciones que acreditan las buenas prácticas en este ámbito.

Evidencias
La organización no ha tenido en cuenta la accesibilidad de sus servicios. En las acciones de publicidad y marketing, por el momento, no se transmite una imagen de normalización de públicos diversos, ya que no existe esa demanda.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		X								

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
26	Nº de acciones de sensibilización/formación sobre discapacidad destinadas a la plantilla	**0**		
27	Nº de personas formadas para atender a clientes con necesidades específicas.	**0**		

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

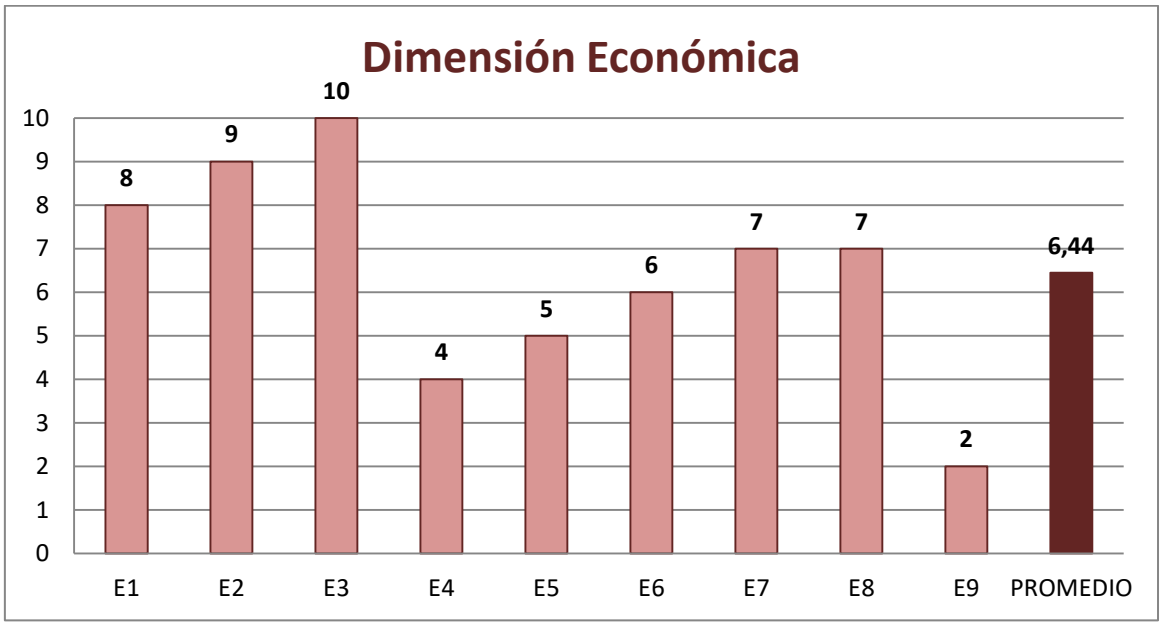
GRÁFICOS DIMENSIÓN ECONÓMICA

A continuación, se representa de forma gráfica los resultados del diagnóstico en su Dimensión Económica:

TABLA DE SÍNTESIS PARA EL DECÁLOGO DE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA

Dimensión Económica	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	Promedio
Percepción cualitativa (0-10)	8	9	10	4	5	6	7	7	2	6,44
Capacidad de mejora (PDCA)										

DIAGRAMA DE BARRAS



INDICADORES ECONÓMICOS

INDICADOR	ASPECTO VINCULADO	CONTRIBUCIÓN A ODS (Agenda Navarra 2030)	UNIDADES AÑO DE OBTENCIÓN DEL DATO.
Resultados netos	E-03	8.10	**29.066,19€** **2023**
Inversión en I+D+i	E-04	9.10 9.13	**0**
% de proveedores y subcontratas de ámbito local	E-06	12.Nav	**73,15%** **2024**
% de entidades proveedoras que cuentan con sellos InnovaRSE u otros análogos	E-06		**28,23%** **2024**
Nº total de reclamaciones realizadas por clientes y organizaciones de consumidores	E-07		**3** **2024**
Nº de acciones de sensibilización / formación sobre discapacidad destinadas a la plantilla	E-09		**0**
Nº de personas formadas para atender a clientes con necesidades específicas.	E-09		**0**

COMENTARIOS A LA DIMENSIÓN ECONÓMICA

En este apartado se ofrece una valoración global de la dimensión y de las dificultades, apoyos y necesidades relacionadas con ella.

Situación (conclusiones más relevantes extraídas de los decálogos, principales fortalezas y debilidades de la empresa en lo relativo a esta dimensión, etc.)

La organización dispone de un Compliance y con el Canal de Denuncias. También han creado un Código de Conducta que es la piedra angular del Compliance, de forma voluntaria a través de una Asesoría externa. Los criterios son compatibles y coherentes con la Misión y Visión y están suficientemente desarrollados tanto los principales aspectos éticos como las tres dimensiones de la sostenibilidad.

Han realizado un análisis de riesgos legales por segunda vez, a través de un Mapa de Riesgos. Hay un Manual de Cumplimiento en fase de creación y difusión a los grupos de interés. En la página web en el apartado de canal ético está su política de canal ético y procedimiento de gestión. La empresa dispone de criterios para evitar el mal uso de la información privilegiada. Se han confeccionado procedimientos para evitar conflictos de intereses que afectan a todos los puestos de trabajo y a todos los grupos de interés.

Aunque no cuentan con indicadores definidos, es Gerencia quien realiza un seguimiento de los objetivos establecidos en la organización. Los resultados de dichos objetivos son trasladados a la Junta Directiva para su conocimiento, a través de un análisis económico-financiero.

La organización tiene identificados sus procesos pero no se han establecido procedimientos formales e instrucciones. Cada departamento tiene cierta libertad para gestionar sus funciones y tienen marcados los objetivos a conseguir. Cuentan con 3 Sistemas de Gestión de Calidad en el área de formación, ISO 9001, ISO 14001, e ISO 27001.

La cultura de la empresa no resulta compatible, por el momento, con el fomento de la creatividad y la innovación. Aunque siempre se muestra colaboradora con el fomento de la innovación y su desarrollo. Ahora se está implantando el proyecto de formación con gafas de realidad virtual, y, además la asociación es un pilar fundamental en la expansión del vehículo eléctrico mediante su participación activa en la tramitación de subvenciones MOVES.

La empresa utiliza algunas tecnologías y herramientas digitales básicas y en algunos puestos clave para la gestión se procura estar al tanto de las novedades tecnológicas, aunque no se realiza un análisis exhaustivo de las necesidades en esta materia. Utiliza un software especializado para la ejecución de tareas administrativas y de gestión como el programa informático de gestión, Eurogex.

Las relaciones con las entidades proveedoras y subcontratas siguen prácticas responsables. No se dispone de Código de Conducta en el que se recoja la política a seguir con las entidades proveedoras, aunque siempre se tiende mantener los proveedores que demuestran tener solvencia empresarial estableciendo relaciones estables y duraderas en el tiempo para poder dar seguridad a los asociados y de esa manera mantenerlos fidelizados.

La empresa tiene una Carta de Servicios, pero en la que, por el momento no se recoge compromisos con la clientela. Para atender quejas, sugerencias o comentarios se realiza vía email y/o teléfono. No se realizan encuestas de satisfacción.

La organización evita prácticas de publicidad engañosa o confusa, ofreciendo información

clara, completa y veraz, no omitiendo ninguna información esencial. No se utilizan medios de publicidad no deseada. No se ha identificado público considerado como vulnerable.

La organización ha participado en una campaña de consumo responsable y sus mensajes van alineados con este propósito.

Dada la naturaleza de la empresa, no diseñan servicios específicos para personas con discapacidad o con otro tipo de necesidades funcionales permanentes o temporales.

Dificultades

Dificultad	**Frase del decálogo relacionada** (Código+temática)[1]
La cultura de la empresa no resulta compatible, por el momento, con el fomento de la creatividad y la innovación.	E-04. INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN (I+D+I)
Falta de procedimentación en la identificación de procesos.	E-03. COMPETITIVIDAD: CALIDAD, PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA
Dada la naturaleza de la empresa, no diseñan servicios específicos para personas con discapacidad o con otro tipo de necesidades funcionales permanentes o temporales.	E-09. MARKETING INCLUSIVO Y DISEÑO UNIVERSAL

Apoyos

Apoyo	**Frase del decálogo relacionada** (Código+temática)
La organización dispone de un Compliance – Código de Conducta público y accesible.	E-01. ÉTICA Y TRANSPARENCIA
La organización dispone de un Canal de Denuncias	E-01. ÉTICA Y TRANSPARENCIA
La organización dispone de un Mapa de Riesgos Legales	E-02. PREVENCIÓN DE DELITOS Y MECANISMOS ANTICORRUPCIÓN
Disponen de 3 Sistemas de Gestión de la Calidad	E-03. COMPETITIVIDAD: CALIDAD, PRODUCTIVIDAD Y

[1] Puede darse el caso que las dificultades, apoyos y necesidades no estén relacionadas directamente con una frase del decálogo o bien que se relacionen con más de una.

Apoyo	Frase del decálogo relacionada (Código+temática)
	EFICIENCIA
La organización está certificada en los Sistemas de Gestión de la Calidad	E-03. COMPETITIVIDAD: CALIDAD, PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA
Utiliza un software especializado para la ejecución de tareas administrativas y de gestión como el programa informático de gestión, Eurogex.	E-05. TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INDUSTRIA 4.0
Existe una Carta de Servicios para la clientela.	E-07. ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA

Necesidades

Necesidad	Frase del decálogo relacionada (Código+temática)
Procedimiento de homologación de entidades proveedoras.	E-06. ADQUISICIÓN RESPONSABLE Y GESTIÓN ÉTICA DE SUBCONTRATAS
Herramienta para conocer la satisfacción de las entidades proveedoras con la relación comercial.	E-06. ADQUISICIÓN RESPONSABLE Y GESTIÓN ÉTICA DE SUBCONTRATAS
Incorporar en la Carta de Servicios compromisos con la clientela.	E-07. ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA
Diseñar un sistema de comunicación bidireccional con la clientela.	E-07. ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA
Herramienta para conocer la satisfacción de la clientela con los servicios de la organización	E-07. ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA

_Dimensión ambiental

A-01. POLÍTICA AMBIENTAL O DECLARACIÓN DE INTENCIONES

La organización cuenta con una Política Ambiental, o una Declaración de Intenciones relativa al Medio Ambiente, con un enfoque precautorio y de responsabilidad ambiental, que está explicitada y es conocida por todos los grupos de interés, incluido el personal de la empresa, la clientela, las entidades proveedoras y otras organizadas aliadas.

Esta Política Ambiental está integrada en la misión de la organización y resulta coherente con su estrategia, principios y valores.

Evidencias

No existe una Política Ambiental que se haya explicitado en ningún documento pero se participa activamente en la comisión CENESG en su vertiente Medioambiental, para el desarrollo e implantación de planes en materia ESG y además forma parte de Navarra Zirkular, además de hacerlo a la Comisión de Medioambiente de CEN, de CETRAA y a través de ella a la de CONFEMETAL

Aunque sí que, en la Misión, Visión y Valores se hace alguna referencia explícita a la prevención y el respeto por el medio ambiente de la organización, donde está implícito el enfoque de la misma con esa dimensión concreta.

Aun habiendo dichas referencias, resultan coherentes la Misión, Visión y Valores de la asociación con su enfoque ambiental, ya que, entre sus funciones, se encuentra la de informar y asesorar a muchos talleres a gestionar sus residuos.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
						X				

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

A-02. CONTROL DE CONSUMOS, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y ENERGÍAS RENOVABLES

La empresa utiliza indicadores para el control del consumo de agua, energía y combustibles.
Existen evidencias de una sistemática en la implantación de acciones de mejora para la reducción de las tres tipologías de consumo.
Se definen objetivos para cada uno de los indicadores y se hace un seguimiento de su grado de consecución.

En particular, se ha realizado una auditoría energética y se han tomado medidas para incrementar la eficiencia energética.

Existen evidencias de que la empresa apuesta por la utilización de energías renovables.

Evidencias
La empresa cuenta, con un registro de todos los consumos; por lo tanto se realiza un seguimiento continuo de agua, energía y combustibles. No se ha realizado una auditoría energética nunca ni se han introducido medidas de eficiencia energética. Un 21,90% de la energía que se consume en ANTRV es renovable: LUZ

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
					X					

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
28	Consumo total de energía, por fuente	• **LUZ: CONSUMO ACTIVA 36.767 KWH / REACTIVA 13.950 KWH** • **GASOIL: 2407,99 L**	**2023**	
30	Porcentaje de energía renovable	**21,90%**	**2023**	
31	Consumo total de agua	**60,760 M3**	**2023**	

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

A-03. PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS

La empresa cuenta con protocolos para la prevención y gestión de residuos, más allá de lo que establece la legislación. Se utilizan indicadores para el control y la mejora en esta materia y se encuentran evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora para la reducción, reciclado y valorización de los residuos.

Se definen objetivos para cada uno de los indicadores y se hace un seguimiento de su grado de consecución.

Evidencias
La empresa no dispone de un procedimiento para el control y mejora de consumos, pero tienen acciones concretas y específicas de gestión de residuos, como el tóner y papeleras reciclables, cumpliendo así, las instrucciones para minimizar los consumibles de oficinas. Para la actividad de otras empresas, como son sus asociadas, en este caso, los Talleres de reparación de vehículos, sí tienen establecida una correcta gestión de residuos, con un procedimiento específico y claro. A los talleres se les da de alta en medioambiente obteniendo así su NIMA correspondiente. Igualmente en el caso de solicitarlo el asociado se les busca la empresa de gestión de residuos que mejor se adapte a sus necesidades. Se les asesora individualmente e informa mediante circulares sobre el correcto almacenamiento y etiquetado de residuos (evitando derrames, protegiéndolos de las circunstancias atmosféricas y evitando anidamiento de insectos y roedores en el almacenamiento de neumáticos) Están en proceso de implantación de mejoras para la reducción, reciclado y valorización de los residuos. En el año 2016, se estableció un Protocolo para la Gestión y Prevención de Residuos, para los asociados. Está en proceso de actualización.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
					X					

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
35*	Cantidad de Residuos Producidos*	**0**		

Indicadores relacionados

*(Sólo obligatorio para empresas que producen residuos industriales)

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

A-04. CICLO DE VIDA, ECO-DISEÑO Y ECONOMÍA CIRCULAR

El diseño de los productos y servicios se realiza analizando los impactos ambientales durante todo el ciclo de vida del producto, desde la cadena de suministro hasta la gestión del residuo al final de su vida útil.

Se busca minimizar los impactos en el diseño, extracción de materias primas, fabricación, almacenamiento, venta, utilización por parte de la clientela y gestión de los residuos; facilitando la reducción, reutilización, reciclado y revaloración a lo largo de toda la cadena de valor, así como la eficiencia energética durante todo el proceso.

Evidencias
NO APLICA

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

A-05. MEDIDAS PARA EL CONTROL DE VERTIDOS, EMISIONES Y RUIDOS

Aunque la actividad de la empresa no está afectada específicamente por la legislación a este respecto, se utilizan indicadores para el control y reducción de vertidos, emisiones y ruidos.

Existen evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora en estos campos.

Evidencias
NO APLICA

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

A-06. MOVILIDAD SOSTENIBLE

La empresa impulsa iniciativas que favorecen la movilidad sostenible del personal trabajador, tales como la organización de videoconferencias y el teletrabajo, o la implementación de la jornada continua. Se han puesto en marcha medidas para promover la utilización del transporte público y/o transporte colectivo.

Evidencias

Por el momento en la organización no se han incluido acciones en los programa de formación de sensibilización y/o capacitación en materia de movilidad sostenible.

La plantilla, para desplazarse al centro de trabajo utiliza principalmente el coche, transporte público, bicicleta, una persona tiene vehículo eléctrico y en ocasiones, a pie. Hay posibilidad de acudir al centro de trabajo en transporte público, pero no se incentiva dicho uso del transporte público.

Se recomienda la utilización de bicicletas y de coches compartidos. Aunque es muy complicado por las frecuencias del transporte público, ante esta dificultad se opta por los coches compartidos

La organización dispone de un vehículo de empresa, que no es eléctrico y que, por el momento, solamente lo puede utilizar Gerencia para gestiones en los propios talleres.

La asociación ha adoptado varias medidas de flexibilidad horaria que pueden repercutir positivamente en la movilidad y la conciliación familiar:

- 2 días horario continuo

- 3 días, la salida del trabajo es a las 15,00h., con media hora para comer.

- Flexibilidad para entrar y salir

No se utiliza de manera frecuente el teletrabajo pero a veces sí, cuando es imposible acudir al centro de trabajo de forma presencial, o para evitar desplazamientos muy seguidos en caso de reuniones fuera de la oficina, este método es accesible a toda la plantilla. Los ordenadores que utilizan en casa son de la empresa y si están en casa se conectan por remoto.

La organización utiliza la videoconferencia como medio habitual para organizar reuniones con otras entidades o entre grupos de trabajo en localizaciones diferentes.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				X						

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
48	% del personal que acude al centro de trabajo en transporte público o transporte colectivo de empresa	**12,5%**	**2023**	

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

A-07. FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA AMBIENTAL

La organización proporciona formación ambiental a todas las personas de la empresa y, en determinados ámbitos, también a su cadena de suministro.

Periódicamente se ponen en marcha acciones informativas y de sensibilización en materia ambiental, y se integran recomendaciones a este respecto en documentos de carácter general como manuales de acogida o manuales de calidad.

Evidencias

Durante el año 2022 la plantilla recibió una formación específica sobre gestión de residuos, Y en 2024 se renueva. Dicha formación se impartió a determinados puestos de trabajo, como los de administración y coordinación de actividades.

Aunque, en aquel momento, se canalizó la participación en diagnóstico de las acciones formativas y se trabajó conjuntamente con las personas interesadas en la identificación de impactos y buenas prácticas ambientales.

- NUEVA FORMACION DE GESTION DE RESIDUOS PARA OCTUBRE 2024:

Objetivo del curso:

Que el alumnado asistente de ANTRV adquiera conocimientos suficientes para identificar, reconocer y entender los aspectos e impactos ambientales de los talleres y sus obligaciones legales, dotándoles de competencia eficaz para potenciar la relación de ANTRV y sus asociados, en lo referente al medioambiente.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
					X					

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
49	Nº de acciones formativas en materia de medio ambiente	**2**	**2023**	
50	Nº de personas formadas en gestión ambiental	**6** **5 mujeres y 1 hombres**	**2023**	

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

A-o8. SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL Y CERTIFICACIÓN AMBIENTAL

La empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental que estructura los procedimientos, funciones y tareas a desarrollar en esta materia.

El sistema se acompaña de un programa ambiental con objetivos y metas específicas, que se definen de acuerdo a los resultados de una evaluación de impactos ambientales previa.

La empresa cuenta con alguna certificación, a nivel nacional o internacional, del sistema de gestión ambiental.

Evidencias
La empresa ha puesto en marcha un Sistema de Gestión Ambiental, la ISO alineada con el Sistema de Calidad, en el que se definen objetivos y están claramente establecidos todos los procedimientos y funciones. Dicho sistema alcanza a todas las áreas y actividades de la empresa, en especial al departamento de Formación, y afecta a toda la empresa. La organización cuenta con dicha certificación del sistema de gestión ambiental en el área de Formación, aunque está en ese departamento, es extensible a todos los demás.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

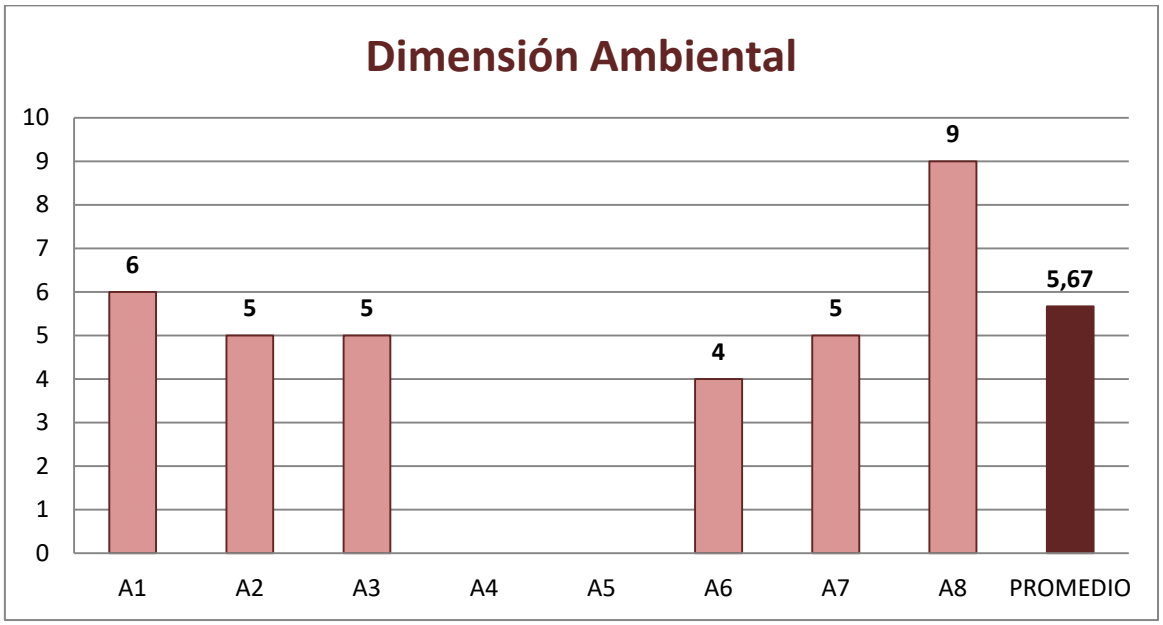
GRÁFICOS DIMENSIÓN AMBIENTAL

A continuación, se representa de forma gráfica los resultados del diagnóstico en su Dimensión Ambiental:

Tabla de síntesis para el decálogo de la dimensión ambiental

Dimensión Ambiental	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	Promedio
Percepción cualitativa (0-10)	6	5	5			4	5	9	5,67
Capacidad de mejora (PDCA)									

DIAGRAMA DE BARRAS



INDICADORES AMBIENTALES

INDICADOR	ASPECTO VINCULADO	CONTRIBUCIÓN A ODS (Agenda Navarra 2030)	UNIDADES Y AÑO DE OBTENCIÓN DEL DATO.
Consumo total de energía, por fuente	A-02	07.20 07.31 07.35	**LUZ: CONSUMO ACTIVA 36.767 KWH / REACTIVA 13.950 KWH** **GASOIL: 2407,99 L** **2023**
Porcentaje de energía renovable	A-02		**21,90%** **2023**
Consumo total de agua	A-02		**60,790 M3** **2023**
Cantidad de Residuos Producidos*	A-03	12.10	**0**
% del personal que acude al centro de trabajo en transporte público o transporte colectivo de empresa	A-06		**12,5%** **2023**
Nº de acciones formativas en materia de medio ambiente	A-07		**2** **2023**
Nº de personas formadas en gestión ambiental	A-07		**6** **5 MUJERES Y 1 HOMBRE** **2023**

*(Sólo obligatorio para empresas que producen residuos industriales)

COMENTARIOS A LA DIMENSIÓN AMBIENTAL

En este apartado se ofrece una valoración global de la dimensión y de las dificultades, apoyos y necesidades relacionadas con ella.

Situación (conclusiones más relevantes extraídas de los decálogos, principales fortalezas y debilidades de la empresa en lo relativo a esta dimensión, etc.)
La organización no cuenta con una Política Ambiental específica. Aunque hay una declaración de intenciones en materia ambiental integrada en la Visión - Misión de la compañía. La organización no utiliza indicadores para el control de consumos. Tienen acciones concretas y específicas de gestión de residuos, como el tóner y papeleras reciclables, cumpliendo así, las instrucciones para minimizar los consumibles de oficinas. Para la actividad de otras empresas (asociadas de Talleres de reparación de vehículos), sí tienen establecida una correcta gestión de residuos, con un procedimiento específico y claro. Están en proceso de implantación de mejoras para la reducción, reciclado y valorización de los residuos. Se encuentran pocas evidencias, pero alguna existe. La empresa no impulsa iniciativas concretas que favorecen la movilidad sostenible del personal trabajador que en ocasiones hace uso del vehículo compartido y la bicicleta. Utiliza herramientas como la organización de videoconferencias y el teletrabajo, o la implementación de la jornada continua. La organización proporciona, en alguna ocasión, formación ambiental a parte de la plantilla. No está integrada en los cursos planificados de formación, aunque su intención es volver a impartirla. La empresa dispone de un Sistema de Gestión Ambiental certificado (ISO). En el año 2016, se estableció un Protocolo para la Gestión y Prevención de Residuos, para los asociados. Está en proceso de actualización.

Dificultades

Dificultad	**Frase del decálogo relacionada** (Código+temática)[2]
La organización no cuenta con una Política Ambiental	A-01. POLÍTICA AMBIENTAL O DECLARACIÓN DE INTENCIONES
Escaso planteamiento de implementar acciones en materia de movilidad sostenible.	A-06. MOVILIDAD SOSTENIBLE

[2] Puede darse el caso que las dificultades, apoyos y necesidades no estén relacionadas directamente con una frase del decálogo o bien que se relacionen con más de una.

Dificultad	Frase del decálogo relacionada (Código+temática)[2]
No cuenta con un registro de consumos	A-02. CONTROL DE CONSUMOS, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y ENERGÍAS RENOVABLES

Apoyos

Apoyo	Frase del decálogo relacionada (Código+temática)
Sistema de Gestión Medioambiental certificado mediante la norma ISO 14001:2015.	A-08. SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL Y CERTIFICACIÓN AMBIENTAL
Protocolo de Prevención y Gestión de Residuos en empresas asociadas	A-03. PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Necesidades

Necesidad	Frase del decálogo relacionada (Código+temática)
Control de consumos	A-02. CONTROL DE CONSUMOS, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y ENERGÍAS RENOVABLES
Establecer un Protocolo de Prevención y Gestión de Residuos para la organización.	A-03. PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS
Acciones formativas para informar y sensibilizar acerca de las posibilidades de movilidad sostenible.	A-06. MOVILIDAD SOSTENIBLE
Formación en materia ambiental para plantilla.	A-07. FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

_Dimensión social

DIMENSIÓN SOCIAL INTERNA

SI-01. INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

La organización sigue prácticas de transparencia informativa interna que garantizan que todo el personal dispone de información concisa, completa y comprensible sobre todos los aspectos que resultan claves para la toma de decisiones, incluyendo la situación económica de la empresa, la política de inversiones o la política de empleo.

Se dispone de canales que garantizan la comunicación en sentido ascendente y descendente, vertical y horizontal. Existen mecanismos de carácter permanente y/o periódico que facilitan el intercambio de información de manera fluida, ágil y constante.

Se fomenta de manera activa la transferencia de conocimiento, proporcionando espacios y herramientas para compartir y desarrollar el aprendizaje corporativo e incentivar la innovación.

Evidencias
Hay una información accesible para todo el personal que son los servicios y tarifas de dichos servicios. La información contable se traslada en una reunión a toda la plantilla antes de la Asamblea General con datos económicos, a través de una circular interna. Existe total transparencia en todos los datos que maneja la organización. Aunque hay que señalar que pueden ver los ingresos pero no los gastos de la entidad. Los canales de comunicación formal y habitual de la organización son las reuniones interdepartamentales quincenales, donde se marcan las líneas y objetivos a conseguir. Tienen especial relevancia los canales informales, ya que, mediante ellos, se fortalece a los jefes y las jefas de departamento y se les da cierta libertad. También realizan dos reuniones generales con toda la plantilla para informar de la evolución de la Asociación y los proyectos a desarrollar. Los departamentos realizan reuniones de seguimiento con Gerencia con cierta periodicidad. No se ha medido el grado de satisfacción del personal con respecto a la comunicación y no cuentan con herramientas para favorecer la transferencia de conocimiento. Están en proceso de elaborar un Plan de Comunicación externo.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
						X				

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SI-02. AUTONOMÍA, EMPODERAMIENTO Y SISTEMAS DE PARTICIPACIÓN

Se garantiza que todas las personas disponen de las capacidades y el nivel de autoridad suficiente que permitan una toma de decisiones autónoma en lo correspondiente a sus tareas y responsabilidades. Se ponen en marcha iniciativas dirigidas a mejorar las competencias y actitudes vinculadas al empoderamiento y el liderazgo participativo a todos los niveles.

Se promueve la cultura de la participación y el trabajo en equipo de manera sistemática, con una dinámica de trabajo y estructuras organizativas formales o informales (comités, comisiones, grupos de trabajo…) que fomentan el concepto de proyecto compartido en todas las áreas relevantes de la empresa. Esta dinámica se aplica también a la búsqueda sistemática de mejoras en la gestión y organización de la empresa, así como a las áreas transversales de la organización: círculos de salud, grupos de mejora, igualdad, interculturalidad, clima laboral…

El sistema de gobernanza garantiza la participación de todas las personas en la definición de planes estratégicos y planes de gestión, la determinación de objetivos estratégicos y operativos.

Evidencias

Aunque no existe un sistema de participación interno, se posibilita la participación en las decisiones estratégicas de la empresa, a través de la apertura de alguna vía nueva de negocio, y del que se valora las posibilidades de dicho negocio con la plantilla, en función de la clase del mismo.

Todo el personal de la empresa que desee participar en un proceso abierto puede hacerlo, y el canal habitual es un testeo previo con el jefe o la jefa de departamento.

La empresa fomenta la autonomía del personal directivo garantizando una adecuada concordancia entre niveles de autoridad y responsabilidad, facilitando además la capacitación específica para desarrollar sus funciones desde el empoderamiento y el liderazgo.

Se dispone de canales que garantizan la comunicación en sentido ascendente y descendente, vertical y horizontal.

Se ofrece al personal formación específica sobre formación, así como en capacidades relacionadas con el liderazgo participativo, la autonomía y el empoderamiento. En este momento la empresa favorece y financia, si alguna persona quiere realizar un Master o un Postgrado. Toda la platilla puede acceder a esta formación, y en concreto ya la ha recibido parte de la plantilla, de los departamentos de Contable, Laboral y Prevención y Coordinación, Administración e Instalaciones.

Se fomenta el trabajo en equipo en todos los departamentos.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
					X					

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SI-03. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL CLIMA LABORAL

La organización dispone de herramientas para evaluar periódicamente el clima laboral, incluyendo aspectos como implicación, motivación, necesidades, condiciones de seguridad y salud laboral, satisfacción con el sistema de remuneración, etc.

Los resultados son analizados y puestos en común con la totalidad de las personas de la empresa, y existen evidencias de que son utilizados para introducir acciones de mejora en los ámbitos correspondientes.

Los niveles de satisfacción alcanzados en los distintos aspectos valorados son óptimos.

Evidencias
La organización cuenta con herramientas específicas para evaluar el clima laboral, tales como encuestas y entrevistas personales. La última se ha realizado este último año 2024, y se han incorporado todos los temas clave. Se han analizado los resultados y se han comunicado a la plantilla. La satisfacción en general es positiva. Se introducen medidas conforme a los resultados obtenidos; todavía están en proceso de implementar aquellas acciones de mejora extraídas de los resultados de la encuesta.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								X		

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SI-04. ESTABILIDAD LABORAL Y PROTECCIÓN DEL EMPLEO

La empresa sigue una política de contrataciones que considera los beneficios de la creación de empleo directo y no hace un uso abusivo de las contrataciones temporales y externalizaciones, siempre de manera compatible con sus necesidades de flexibilidad y ajustes del mercado.

Ante posibles desvinculaciones, se estudia siempre la viabilidad de alternativas que ofrezcan soluciones satisfactorias para todas las partes, y reduciendo en la medida de lo posible los impactos negativos.

Evidencias

La modalidad de contratación en la organización es el contrato indefinido a tiempo completo en exclusiva. El 100% de la plantilla está contratada bajo esta forma de contrato. No hay temporalidad en la organización ni parcialidad.

Hay tareas que están externalizadas y se contrata a personal externo, como formadores/as y apoyo técnico a los diferentes departamentos que responden a la naturaleza de las tareas y/o a necesidades puntuales y asesoramiento técnico en ciertas materias para compensar una falta de especialización puntual, no como a una estrategia de reducción de costes.

Se destaca la relevancia que tienen los trabajos que son realizados por personas que no son trabajadoras de la empresa, y que forman parte de empresas proveedoras como JFM (Formaciones Medioambientales) ARPA (Canal de denuncias, Compliance), Consultoría IGUALAR (Materia de igualdad), URZAINQUI (Seguros), AXIUM (Informática), SOLUTIOS (Programa de gestión interna)

La organización refleja una plantilla con cierta madurez. El tramo de edad de más de 46 años de la plantilla total supone el 43,75% de la plantilla total, compuesto por 5 mujeres y 2 hombres. El siguiente tramo de edad, entre 36 y 45 años concentra a un 37,5%, y la franja de edad de 26 a 35 años aglutina el 18,75% del personal. No cuentan en la plantilla con personal de entre de 21 a 25 años o menos de 20 años. No es una organización con una plantilla ni muy mayor ni muy joven; aunque hay más concentración de personas de más de 40 años.

No hay rotación en la organización.

Respecto a la antigüedad, en la Asociación, el 75% tiene una relación laboral desde hace más de dos años. El 25% de la plantilla tiene una antigüedad de entre 6 meses y 2 años

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
57	Distribución porcentual de los contratos, por tipo de contrato, tipo de jornada y sexo	**75% DE MUJERES** **25% DE HOMBRES**	2024	**1 MUJER CONTRATO INDEFINIDO A TIEMPO PARCIAL (6,25%)** **EL RESTO CONTRATO INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO (93,75%)**

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SI-05. POLÍTICA DE RETRIBUCIÓN Y EQUIDAD SALARIAL

La empresa cuenta con una política de retribución que sigue criterios justos, transparentes y equitativos. La determinación de los salarios está sujeta a una categorización de puestos de trabajo que se corresponde con las funciones y tareas efectivamente realizadas, así como con la formación y capacitación del personal.

En las remuneraciones se incluye la distribución de beneficios, y ésta tiene vinculación con un sistema objetivo y consensuado de evaluación del desempeño.

Evidencias
Las categorías salarias están nítidamente definidas y están en concordancia con las tareas efectivamente desarrolladas. La política retributiva de la empresa establece como pauta base una horquilla de entre 25.098,06€ y 54.592,58€ para salarios base y complementos reconocidos por convenio **o** la estimada por valoración para el salario estructural teórico (salario base y complementos incluidos en tablas en el convenio de referencia) en base a subidas salariales anuales. En lo referente a los salarios efectivamente percibidos en el global de la empresa, no existe una diferencia, tanto en promedios como en medianas superior al 25%, tanto en salario base como en salario efectivo con complementos y en la retribución total. Con motivo del Plan de Igualdad hay una Auditoría Retributiva hecha, con una valoración de puestos de trabajo previa. Además del salario fijo, los jefes y las jefas de Departamento y alguna persona técnica con mayor responsabilidad reciben, en función del número de empresas que atienden y el volumen de facturación que se realiza, una gratificación extraordinaria.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
							X			

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
63	Proporción entre salarios más altos y salarios más bajos	**2,6 a 1**	**2024**	

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SI-o6. SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

La empresa sigue una política de seguridad y salud en el trabajo orientada a la búsqueda y puesta en marcha de las mejores prácticas en este ámbito, superando las exigencias legales al respecto. Se asignan recursos económicos y humanos específicos para este fin, que permiten o bien la asunción con medios propios de la política de seguridad y salud laboral, o bien la disponibilidad de personal suficientemente capacitado que se encarga de la coordinación con el servicio de prevención ajeno.

Existe una sistemática de revisión y mejora que se controla regularmente con indicadores y metas, reforzada con la planificación de sesiones formativas e informativas, y la disposición de herramientas que favorecen la participación de todas las personas en la mejora continua de las condiciones de los puestos de trabajo.

La organización dispone de un sistema gestión de la salud y la seguridad en el trabajo normalizado y certificado.

Evidencias
En materia de Seguridad y Salud en el Trabajo, la organización da respuesta a las obligaciones en dicha materia, a través de un Sistema de Prevención interno mancomunado. Son dos personas de la plantilla designadas para la actividad preventiva. Estos recursos preventivos disponen de formaciones específicas que superan las exigencias para el tipo de funciones que desarrollan. Existe un compromiso con la Prevención de Riesgos Laborales que se explicita en folletos de protección ante determinados riesgos y en un apartado específico de su página web. Se participa en el proyecto "Delegado territorial de Prevención del Gobierno de Navarra". Se realizan controles médicos periódicos voluntarios cada año. La organización ha realizado un estudio para detectar necesidades relativas a riesgos laborales y salud laboral, del que se desprenden que no hay necesidades específicas más allá de las relativas a cuestiones relacionadas con gestación y lactancia. Cuentan con medidas específicas para la protección de la maternidad, a través de un folleto de protección de la maternidad. Todo el personal trabajador recibe formación específica en materia de Seguridad y Salud.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
							X			

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
67	Índice de incidencia	**0**		

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SI-07. IGUALDAD DE GÉNERO

La empresa ha puesto en marcha medidas dirigidas a la consecución de una igualdad efectiva entre mujeres y hombres, que pretende prevenir y corregir actitudes y conductas discriminatorias. Se promueven acciones de formación y sensibilización en esta materia.

Existen mecanismos que garantizan una representación equilibrada en los órganos decisorios y en los diferentes comités y equipos de trabajo que abordan los aspectos relevantes de la empresa. Hay evidencias de actuaciones dirigidas a la reducción y eliminación de la brecha salarial entre mujeres y hombres, así como una política de contratación y promoción interna equitativa y que evita la segregación por sexo.

Se dispone de protocolos específicos para la prevención de acoso sexual o por razón de sexo, así como para la prevención de agresiones sexuales.

De manera voluntaria, la organización ha elaborado un Diagnóstico y Plan de Igualdad que plantea objetivos concretos y sistematiza todas las medidas y actuaciones en esta materia, e incorpora la perspectiva de género de una manera transversal a todas las áreas de la empresa.

La empresa dispone de sellos o distinciones que acreditan las buenas prácticas en este ámbito.

Evidencias
La organización cuenta con 16 personas en plantilla, de las cuales 12 son mujeres y 4 son hombres. En el año 2023 elaboró el II Plan de Igualdad, de forma voluntaria, con ayuda de una consultora externa especialista en la materia, que contiene 3 ejes estratégicos y 6 áreas de actuación, con 35 medidas específicas para conseguir la igualdad entre mujeres y hombres y corregir las desigualdades detectadas en el Diagnóstico previo de Situación. Un proceso satisfactorio, en el que se ha introducido la perspectiva de género en todas las políticas de empresa y participativo, en el que se han recogido las percepciones de la plantilla y en el que han participado la representación de la misma. La actividad de la empresa se divide en 6 áreas diferenciadas, 4 de las cuales están bajo la jefatura de mujeres. Las mujeres acceden a la formación y promoción en igualdad de condiciones de los hombres. No existen diferencias salariales reseñables, tanto en promedios como en medianas no son superiores al 25%, tanto en salario base como en salario efectivo con complementos y en la retribución total. Se dispone de un Protocolo específico para la prevención de acoso sexual y acoso por razón de sexo y otras conductas contrarias a la libertad sexual y la integridad moral en el ámbito laboral. No se han obtenido sellos o distinciones que reconozcan las buenas prácticas.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

									X	

Indicadores relacionados

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
57	Distribución porcentual de los contratos, por tipo de contrato, tipo de jornada y sexo	**75% DE MUJERES** **25% DE HOMBRES**	**2024**	**1 MUJER CONTRATO INDEFINIDO A TIEMPO PARCIAL (6,25%)** **EL RESTO CONTRATO INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO (93,75%)**
74	Brecha salarial entre mujeres y hombres, por categoría profesional	**1,46%**	**2023**	

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SI-o8. CONCILIACIÓN Y CALIDAD DE VIDA

La empresa tiene establecidas medidas de conciliación de la vida laboral, familiar y personal, que son conocidas por la plantilla y consensuadas entre la dirección y el resto del personal o sus representantes, incidiendo especialmente en aspectos como la corresponsabilidad.

Se estudian de manera individualizada las necesidades personales manifestadas a este respecto, más allá de lo establecido como marco general. Existen evidencias de que habitualmente se da una respuesta positiva a estas necesidades.

La organización dispone de sellos o distinciones que acreditan las buenas prácticas en este ámbito.

Evidencias
En materia de Conciliación y corresponsabilidad, la organización dispone de varios mecanismos para contribuir a la ordenación del tiempo de trabajo y favorecer la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, como son, la flexibilidad de horarios, el teletrabajo y la jornada continua, aunque no disponen de un Plan de Conciliación específico. En el marco del II Plan de Igualdad, que se elaboró de manera participativa en el año 2023, se establecieron varias medidas dirigidas a favorecer la conciliación de la vida laboral, personal y familiar, entre ellas, la edición de un folleto informativo sobre los derechos y medidas de conciliación previstas por la Ley 3/2007 y aquellas previstas por la empresa que superan las establecidas por la Ley y formación específica en material de conciliación, cuidados y corresponsabilidad. Se revisa anualmente la utilidad de estas medidas y, en su caso, la necesidad de introducir otras o modificar las actuales. La plantilla es conocedora de las medidas en materia de conciliación. La organización es flexible y se adapta siempre que sea posible según las circunstancias del momento. Por ejemplo, el teletrabajo se realiza sólo en ocasiones (si estas personas lo han requerido de manera puntual). También existe flexibilidad para entrar y salir de la oficina con un margen de 30 min, o posibilidad de negociaciones personales de horarios adaptados a necesidades puntuales. No se han obtenido sellos o certificaciones que reconozcan buenas prácticas en esta materia.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								X		

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SI-09. DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

La empresa cuenta con una política activa para la incorporación de colectivos con especiales dificultades de inserción y/o en riesgo de exclusión social: minorías étnicas, inmigrantes, personas con discapacidad, personas desempleadas de larga duración, entre otros grupos.

Existen evidencias de contrataciones de personas pertenecientes a estos colectivos, que acceden a puestos de trabajo en igualdad de condiciones con respecto al tipo de contrato, categoría profesional, remuneración, promoción y desarrollo personal. Las ofertas de trabajo a las que pueden aspirar estas personas no se circunscriben a determinados puestos, sino que todos los procesos de selección están abiertos a todas las personas, sujetándose únicamente a criterios objetivos de capacitación y experiencia.

Se realizan subcontrataciones a Centros Especiales de Empleo y Centros de Inserción Laboral.

La empresa colabora con Centros Especiales de Empleo, actuando como Enclave Laboral para favorecer la transición al mercado ordinario de personas con discapacidad.

Evidencias
En la organización no existe una política para la incorporación de colectivos vulnerables o con dificultades de inserción. No tienen personas contratadas bajo estos parámetros. Todos los procesos de selección están abiertos a todas las personas, sujetándose únicamente a criterios objetivos de capacitación y experiencia.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	X									

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
8o	Nº de personas contratadas de colectivos con dificultades de inserción, por tipo de colectivo	**o**		

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SI-10. ACCESIBILIDAD Y ADAPTACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO

La empresa evalúa las necesidades y pone en marcha medidas dirigidas a garantizar la accesibilidad universal en el centro de trabajo, incluyendo la deambulación, el transporte hasta el lugar de trabajo, la organización de acciones formativas adaptadas, y los canales y herramientas de información y comunicación interna utilizados, así como los planes de evacuación y emergencia.

En caso necesario, se han realizado adaptaciones de puesto de trabajo para nuevas contrataciones de personas con discapacidad o de personas de la plantilla con discapacidad adquirida, más allá de lo estipulado por ley con respecto a los ajustes razonables.

La organización dispone de sellos o distinciones que acreditan las buenas prácticas en este ámbito.

Evidencias
El mobiliario y los equipos son adecuados ergonómicamente, y aunque, por el momento no ha sido necesario realizar adaptaciones de puesto de trabajo para personas con discapacidad, los puestos de trabajo están adaptados a dichas circunstancias. Las zonas comunes (incluidos baños o vestuarios) cumplen con la accesibilidad. La organización no dispone de sellos o distinciones que acreditan las buenas prácticas en este ámbito.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
			X							

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SI-11. FORMACIÓN, DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL

La organización evalúa periódicamente las necesidades de formación de su plantilla, que participa activamente en la definición de planes o programas de capacitación y desarrollo profesional. Las acciones formativas contempladas benefician a todas las categorías profesionales y perfiles de la empresa, y abordan materias específicas para el mejor desempeño del puesto de trabajo, así como otras vinculadas a la mejora de las competencias y desarrollo personal de la plantilla.

Se evalúan los resultados de los planes formativos, con especial atención al grado de satisfacción de las personas participantes y la mejora del desempeño logrado.

Se facilita la participación del personal en acciones formativas de programas externos, mediante apoyo financiero y/o liberación de tareas, siempre y cuando tengan vinculación con el puesto de trabajo y la carrera profesional.

La política de reclutamiento y selección de personal prioriza la promoción interna del personal. Existen planes de desarrollo profesional formalizados para favorecer la promoción interna.

Evidencias

En lo que respecta a la formación, la organización no cuenta con un Plan específico de Formación, pero se forma al personal en diferentes cursos.

La formación que recibe la plantilla es un elemento motivador al tener en cuenta sus inquietudes y necesidades para el reciclaje o la promoción, y los cursos que suelen impartirse son cursos técnicos referentes al puesto de trabajo. La oferta de formaciones o cursos se difunde internamente mediante el correo electrónico y es de carácter voluntario.

Se ofertan formaciones transversales como, por ejemplo, primeros auxilios. Cuando se trata de cursos específicos a cada puesto de trabajo se imparten a todo el personal con dicho puesto. La empresa favorece y financia, si alguna persona quiere realizar un Master o un Postgrado relacionado con su puesto de trabajo.

En líneas generales los cursos se realizan dentro del horario laboral, si bien hay veces que depende el curso de que se trate, como pueden ser los cursos del Club de Marketing éstos pueden exceder del horario laboral. En caso de que los cursos se realicen fuera del horario laboral, se considera tiempo de trabajo efectivo.

La asistencia a cursos de formación ha sido equitativa en trabajadoras y trabajadores, teniendo en cuenta que se trata de una plantilla feminizada. Tanto hombres como mujeres asisten, en igualdad de condiciones, a cursos formativos.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
						X				

Indicadores relacionados

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
84	Nº medio de horas de formación/persona, por categoría	**10,72 HORAS DE FORMACIÓN: 9 PERSONAS**	**2024**	**6 MUJERES:** **Coordinación** **Contable y Fiscal** **Administración** **PRL** **Formación** **Instalaciones** **3 HOMBRES:** **Fiscal** **PRL**

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

DIMENSIÓN SOCIAL EXTERNA

SE-01. PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD LOCAL

La empresa tiene identificadas las organizaciones y colectivos locales que podrían verse afectadas de manera positiva o negativa por las actividades de la organización. Se identifican igualmente los impactos económicos, sociales y ambientales que tienen sus inversiones, productos y servicios en el entorno local, en particular en lo referido a la creación de empleo y dinamización económica.

La organización mantiene una comunicación fluida y de colaboración con otros agentes económicos, sociales y educativos de la comunidad local. Se promueve la consulta y participación de los grupos representativos al determinar las prioridades de la organización, en aquellas actuaciones por las que pudieran verse afectados positiva o negativamente.

La empresa colabora con entidades educativas para facilitar el aprendizaje dual, la incorporación al mercado de trabajo y la investigación académica.

Lidera proyectos propios, y/o se implica en proyectos promovidos por otras organizaciones, que tienen como propósito el desarrollo económico, social y cultural de la zona.

Evidencias
La organización ya había realizado con anterioridad un análisis estructurado de los grupos de interés con motivo de la realización de la metodología InnovaRSE unos años antes, aunque no se consideraron los impactos en sus relaciones. Los canales de comunicación externa que utiliza la empresa con estos grupos son; email, WhatsApp, página web, circulares, etc. No colabora con otras organizaciones de la comunidad. Nunca ha desarrollado ningún proyecto que tenga como finalidad el desarrollo local.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	X									

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
90	Nº de asociaciones, redes, grupos de trabajo, comisiones… de tipo sectorial y/o local en las que participa la organización	**12**	**2024**	**La mayoría son estatales/sectoriales salvo dos que son locales**

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SE-02. ALIANZAS SECTORIALES Y COMPETENCIA JUSTA

La empresa utiliza fórmulas de cooperación y alianzas con otras empresas del sector. Participa de manera estable en asociaciones y foros que tienen como propósito el fortalecimiento de las relaciones y el desarrollo conjunto de proyectos sobre intereses, necesidades y problemáticas comunes.

La organización asume prácticas de competencia leal y justa, evitando la utilización de información indebida y la difusión de información tendenciosa sobre la competencia. Se exploran alternativas de arbitraje y mediación como vía para resolver posibles conflictos.

Evidencias

La empresa participa y es socia activa de diversas asociaciones:

- CEN: con quien se participa en el proyecto de DTP. Participa en las comisiones de CENESG, CEN TALENTO, CENXEUROPA , Comisión Laboral de Negociación Colectiva y Comisión de Trabajo Autónomo. Se colabora con CEN y GN en la creación del Plan de Empleo de Navarra, siendo parte del comité de PRL.

- FACONAUTO, donde el gerente de la asociación y su Presidente son Consejeros delegados y anualmente se celebra en Pamplona el congreso regional.

- GANVAM-.

- CETRAA donde el Gerente de ANTRV, es Secretario General.

- NAVARRA ZIRKULAR.

Participa de manera activa llevando a cabo proyectos de mejora de condiciones, aportando información empresarial, y compartiendo intereses y problemáticas comunes. Presentación de Denuncia frente al Parlamento Europeo en nombre de CETRAA, uniendo fuerzas con Fagenauto, GANVAM, FACONAUTO y CEPEC.

Acuden de forma regular a foros y encuentros del sector al que pertenecen, automoción.

Se colabora activamente con otras asociaciones como ACEN (Asociación de Carpinteros y Ebanistas de Navarra) y ACP (Asociación Constructores y Promotores), y en su día, con ADEMAN (Asociación de Empresarios de la Madera de Navarra), en el proyecto de DTP de Gobierno de Navarra, se desarrolló un proyecto de innovación de Movilidad Eléctrica con ACAN y ENERCLUSTER.

La empresa ha trabajado en común con otras empresas de la competencia en reuniones con Gobierno de Navarra.

ANTRV además de participar en el Desarrollo del Plan de Empleo de Navarra, como en el de Autónomo; acaba de firmar un convenio con GN con el que pretende desarrollar actividades conjuntas para disminuir la siniestralidad en la empresa del sector, va a liderar uno de los grupos de trabajo del Plan de Movilidad recientemente presentado para los años 25-26 y se mantiene trabajando estrechamente con el GN para el reparto de fondos destinados a incentivar la compra de vehículo eléctrico.

ANTRV está colaborando activamente en la presentación de propuestas en el borrador de la nueva Ley de Industria Navarra

ANTRV, junto con la Inspección de Trabajo y en colaboración con la CEN, se organizará una jornada de sensibilización en materia de riesgos Laborales.

Por otro lado, ANTRV, tiene firmados acuerdos de cesión de espacios de formación con el

Ayto de Estella y de Pamplona

A nivel Europa, participa de las iniciativas legislativas sectoriales a través de CECRA a la que pertenece a CETRAA.

No hace referencia a las empresas de la competencia en sus acciones de publicidad y marketing, ni ha tenido ningún conflicto.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								X		

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
90	Nº de asociaciones, redes, grupos de trabajo, comisiones… de tipo sectorial y/o local en las que participa la organización	**12**	**2024**	**La mayoría son estatales/sectoriales salvo dos que son locales**

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SE-03. RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

La empresa colabora con las diferentes Administraciones Públicas en el establecimiento de las políticas públicas y programas de desarrollo local, regional y sectorial liderados por éstas. Contribuye en las fases de diagnóstico, definición y evaluación de planes y programas cuando así se le solicita.

La organización participa en el desarrollo de proyectos de colaboración público-privada, y se integra en alianzas y foros permanentes para el desarrollo sostenible del territorio en el que opera.

Evidencias
ANTRV además de participar en el Desarrollo del Plan de Empleo de Navarra, como en el de Autónomo; acaba de firmar un convenio con GN con el que pretende desarrollar actividades conjuntas para disminuir la siniestralidad en la empresa del sector, va a liderar uno de los grupos de trabajo del Plan de Movilidad recientemente presentado para los años 25-26 y se mantiene trabajando estrechamente con el GN para el reparto de fondos destinados a incentivar la compra de vehículo eléctrico. Por otro lado, ANTRV, tiene firmados acuerdos de cesión de espacios de formación con los Ayuntamientos de Estella y de Pamplona.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
						X				

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
90	Nº de asociaciones, redes, grupos de trabajo, comisiones… de tipo sectorial y/o local en las que participa la organización	**12**	**2024**	**La mayoría son estatales salvo dos que son locales**

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

SE-04. PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO Y LA ACCIÓN SOCIAL

La organización se implica en el desarrollo de acciones sociales y solidarias, colaborando con ONG y otras asociaciones en el impulso, definición, puesta en marcha o financiación de proyectos con estos fines.

La empresa promueve el voluntariado corporativo, liderando proyectos propios e incentivando la participación del personal en acciones de voluntariado social y ambiental. Se presta apoyo económico y se aplican medidas de flexibilidad al personal que lo solicita para desarrollar o colaborar en programas y actividades de voluntariado no organizadas por la empresa.

Evidencias
Actualmente la empresa no dispone de un programa de voluntariado, ni promueve el voluntariado corporativo, por no existir una causa común a todos los Asociados. No se Patrocinan ni promueven proyectos de carácter único para que no se sienta ningún asociado discriminado, sí que se participa en acciones sociales de carácter genérico como envío de dotaciones a Ucrania, o, todavía en fase de estudio, envío de camiones al Sáhara.

Valoración de percepción cualitativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
					X					

CÓDIGO	INDICADOR	VALOR OBTENIDO	AÑO DE REFERENCIA	OBSERVACIONES
90	Nº de asociaciones, redes, grupos de trabajo, comisiones… de tipo sectorial y/o local en las que participa la organización	**12**	**2024**	**La mayoría son estatales/sectoriales salvo dos que son locales**

Indicadores relacionados

Valoración de la capacidad de mejora

P	D	C	A

GRÁFICOS DIMENSIÓN SOCIAL

A continuación, se representa de forma gráfica los resultados del diagnóstico en su Dimensión Social:

TABLA DE SÍNTESIS PARA EL DECÁLOGO DE LA DIMENSIÓN SOCIAL INTERNA

Dimensión Social Interna	SI1	SI2	SI3	SI4	SI5	SI6	SI7	SI8	SI9	SI10	SI11	Promedio
Percepción cualitativa (0-10)	6	5	8	9	7	7	9	8	1	3	6	6,27
Capacidad de mejora (PDCA)												

DIAGRAMA DE BARRAS

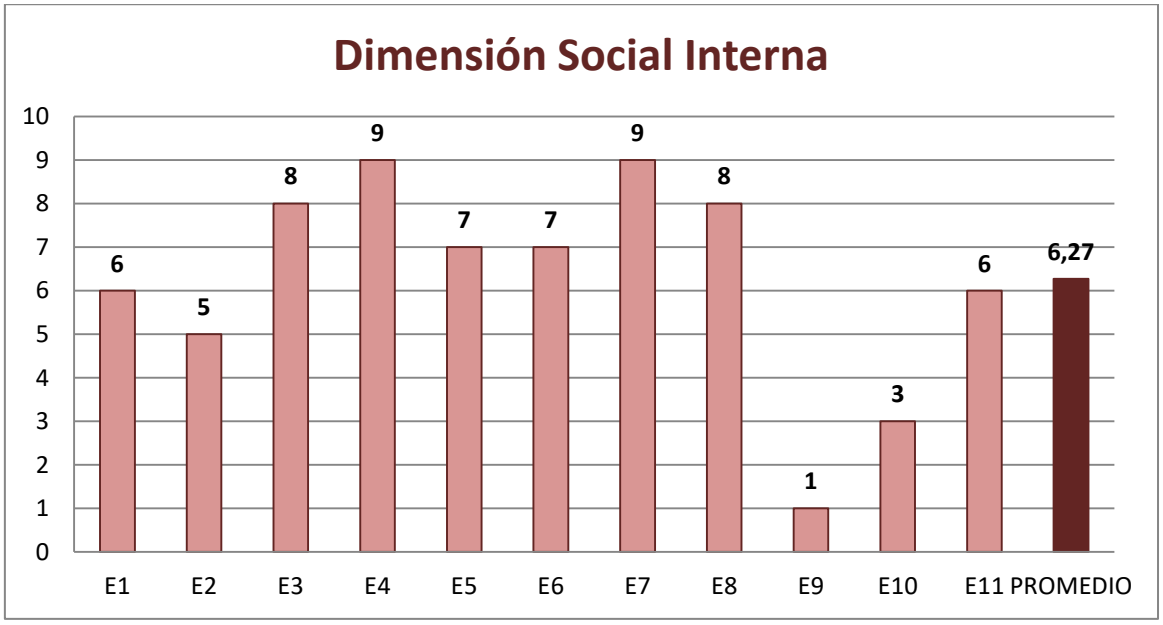
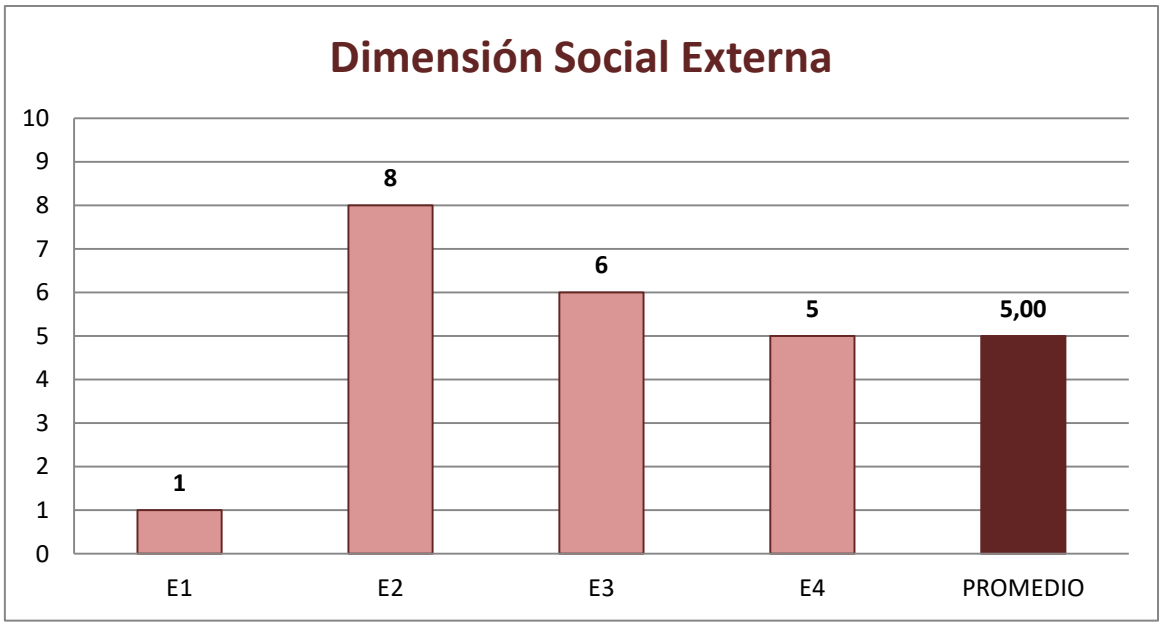


TABLA DE SÍNTESIS PARA EL DECÁLOGO DE LA DIMENSIÓN SOCIAL EXTERNA

Dimensión Social Interna	SE1	SE2	SE3	SE4	Promedio
Percepción cualitativa (0-10)	1	8	6	5	5,00
Capacidad de mejora (PDCA)					

DIAGRAMA DE BARRAS



INDICADORES SOCIALES

INDICADOR	ASPECTO VINCULADO	CONTRIBUCIÓN A ODS (Agenda Navarra 2030)	UNIDADES Y AÑO DE OBTENCIÓN DEL DATO.
Distribución porcentual de los contratos, por tipo de contrato, tipo de jornada y sexo	SI-04/SI-07	4.31 8.20 8.30 8.31 8.35	**75% DE MUJERES** **25% DE HOMBRES** **1 MUJER CONTRATO INDEFINIDO A TIEMPO PARCIAL (6,25%)** **EL RESTO CONTRATO INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO (93,75%)** **2024**
Proporción entre salarios más altos y salarios más bajos	SI-05	10.11	**2,6 a 1** **2023**
Índice de incidencia	SI-06	08.60 03.14	**0**
Brecha salarial entre mujeres y hombres, por categoría profesional	SI-07	5.03Nav 05.10 05.12 05.33	**1,46%** **2023**
Nº de personas contratadas de colectivos con dificultades de inserción, por tipo de colectivo	SI-09		**0**
Nº medio de horas de formación/ persona, por categoría	SI-11	4.40	**10,72 HORAS DE FORMACIÓN:** **9 PERSONAS** **6 MUJERES:** **Coordinación** **Contable y Fiscal** **Administración** **PRL** **Formación** **Instalaciones** **3 HOMBRES:** **Fiscal** **PRL** **2024**

Nº de asociaciones, redes, grupos de trabajo, comisiones… de tipo sectorial y/o local en las que participa la organización	SE-01 SE-02 SE-03		**12** **2024**

CATEGORÍA PROFESIONAL		PLANTILLA		PERSONAS CON DISCAPACIDAD SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA		> 45 AÑOS SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA		DE PROGRAMAS DE INTEGRACIÓN SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
GERENCIA	H	1	6,25%						
	M								
JEFATURA ADMINISTRACIÓN	H	2	12,5%						
	M	4	25%						
OFICIAL/A 1ª ADMINISTRACIÓN	H	1	6,25%						
	M	3	18,75%						
OFICIAL/A 2ª ADMINISTRACIÓN	H								
	M	4	25%						
OFICIAL/A 3ª ADMINISTRACIÓN	H								
	M	1	6,25%						
Total H		4	25%						
Total M		12	75%						
TOTAL		16	100%						

COMENTARIOS A LA DIMENSIÓN SOCIAL

En este apartado se ofrece una valoración global de la dimensión y de las dificultades, apoyos y necesidades relacionadas con ella.

Situación (conclusiones más relevantes extraídas de los decálogos, principales fortalezas y debilidades de la empresa en lo relativo a esta dimensión, etc.)

La organización tiene prácticas de transparencia informativa interna que garantizan que la plantilla disponga de información. Aunque no dispone de canales que garantizan la comunicación en sentido ascendente y descendente, vertical y horizontal, si tienen mecanismos de carácter permanente, como reuniones interdepartamentales y generales que facilitan el intercambio de información, pero falta promover la cultura de la participación y el trabajo en equipo de manera sistemática.

La empresa tiene un II Plan de Igualdad entre mujeres y hombres con vigencia 2024-2028. Un proceso satisfactorio, en el que se ha introducido la perspectiva de género en todas las políticas de empresa y participativo. Se dispone de protocolos específicos para la prevención de acoso sexual y acoso por razón de sexo y otras conductas contrarias a la libertad sexual y la integridad moral en el ámbito laboral.

En el marco del II Plan de Igualdad, que se diseñó de manera participativa, se establecieron varias medidas dirigidas a favorecer la conciliación de la vida laboral, personal y familiar, entre ellas, la edición de un folleto informativo sobre los derechos y medidas de conciliación previstas por la Ley 3/2007 y aquellas previstas por la empresa que superan las establecidas por la Ley. La empresa es flexible y se adapta siempre que sea posible según las circunstancias del momento. No se han obtenido sellos o certificaciones que reconozcan buenas prácticas en esta materia.

Se ha confeccionado un Plan de Comunicación con perspectiva de género que se ha realizado como medida del II Plan de Igualdad, y están en proceso de elaborar un Plan de Comunicación externo. Por el momento, tienen canales de comunicación como la página web, el email y las circulares.

Se garantiza que todas las personas disponen de las capacidades y el nivel de autoridad suficiente que permitan una toma de decisiones autónoma en lo correspondiente a sus tareas y responsabilidades.

La organización dispone de herramientas para evaluar periódicamente el clima laboral. Durante este año se ha realizado una encuesta individual en materia de satisfacción en el puesto de trabajo. El año pasado se realizó un cuestionario en materia de igualdad a toda la plantilla. Los resultados son analizados y puestos en común con el personal encargado de la empresa, y existen evidencias de que son utilizados para introducir acciones de mejora en los ámbitos correspondientes.

La organización tiene un 100% de contratación indefinida y no hace un uso abusivo de las externalizaciones, siempre de manera compatible con sus necesidades de flexibilidad y ajustes del mercado. No hay rotación. La antigüedad media en la empresa es de 5 años, y las contrataciones realizadas en los últimos 5 años han sido de 10 mujeres frente a 2 hombres.

La organización cuenta con una Política Retributiva transparente. Con motivo del II Plan de Igualdad se elaboró una Auditoría Retributiva, con una valoración de puestos de trabajo previa. La determinación de los salarios está sujeta a una categorización de puestos de trabajo que se corresponde con las funciones y tareas efectivamente realizadas, así como

con la formación y capacitación del personal. No hay brecha salarial.

En materia de Seguridad y Salud en el Trabajo, la organización da respuesta a las obligaciones en dicha materia, a través de un Sistema de Prevención interno mancomunado.

Son dos personas de la plantilla designadas para la actividad preventiva y todo el personal trabajador recibe formación específica en materia de Seguridad y Salud.

En lo que respecta a la formación, la organización no cuenta con un Plan específico de Formación, pero sí con acciones formativas específicas de las que se benefician todas las categorías profesionales y perfiles de la empresa, y abordan materias específicas para el mejor desempeño del puesto de trabajo. Sus resultados no son evaluados. Se facilita la participación del personal en acciones formativas de programas externos.

Se contempla a los diferentes agentes de la comunidad en la que la empresa desarrolla su actividad mediante la identificación de los grupos de interés, pero no se tienen identificados los impactos positivos y negativos que la actividad de la empresa puede generar en ellos. No colabora con otras entidades de la comunidad.

La empresa participa y es socia de diversas asociaciones, CEN, FACONAUTO, GANVAM Y CETRAA y recientemente de NAVARRA ZIRKULAR, donde participa de manera activa llevando a cabo proyectos de mejora de condiciones, aportando información empresarial, y compartiendo intereses y problemáticas comunes.

Acuden de forma regular a foros y encuentros del sector al que pertenecen, automoción y ha trabajado en común con otras empresas de la competencia en reuniones con Gobierno de Navarra.

La organización ha participado en el desarrollo del Plan de Empleo de Navarra y acaba de firmar un convenio con GN con el que pretende desarrollar actividades conjuntas para disminuir la siniestralidad en la empresa navarra. También está liderando uno de los grupos de trabajo del Plan de Movilidad recientemente presentado para los años 25-26 y se mantiene trabajando estrechamente con el GN para el reparto de fondos destinados a incentivar la compra de vehículo eléctrico.

ANTRV está colaborando activamente en la presentación de propuestas en el borrador de la nueva Ley de Industria Navarra

Participa en acciones sociales de carácter genérico como envío de dotaciones a Ucrania, o, todavía en fase de estudio, envío de camiones al Sáhara.

Dificultades

Dificultad	Frase del decálogo relacionada (Código+temática)[3]
La comunicación no es lo fluida que debería ser.	SI-01. INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO
La empresa no tiene en cuenta a las entidades que trabajan específicamente con algún tipo de colectivo con necesidades específicas.	SI-09. DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Apoyos

Apoyo	Frase del decálogo relacionada (Código+temática)
Plan de Comunicación con perspectiva de género.	SI-01. INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO
Se ha realizado en este año una encuesta de clima laboral en materia de satisfacción en el puesto de trabajo.	SI-03. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL CLIMA LABORAL
Descripción de puestos de trabajo, Valoración de puestos y Auditoría Retributiva	SI-05. POLÍTICA DE RETRIBUCIÓN Y EQUIDAD SALARIAL
La organización cuenta con su II Plan de Igualdad entre Mujeres y Hombres (2024-2028)	SI-07. IGUALDAD DE GÉNERO
La organización dentro de su II Plan de Igualdad entre Mujeres y Hombres ha establecido medidas en materia de conciliación y calidad de vida.	SI-08. CONCILIACIÓN Y CALIDAD DE VIDA
Alianzas sectoriales	SE-02. ALIANZAS SECTORIALES Y COMPETENCIA JUSTA
Participación en el Plan de Empleo de Navarra	SE-03. RELACIONES CON LAS

[3] Puede darse el caso que las dificultades, apoyos y necesidades no estén relacionadas directamente con una frase del decálogo o bien que se relacionen con más de una.

Apoyo	Frase del decálogo relacionada (Código+temática)
	ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Necesidades

Necesidad	Frase del decálogo relacionada (Código+temática)
Protocolizar los canales de comunicación.	SI-01. INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO
Promover la cultura de la participación y el trabajo en equipo de manera sistemática.	SI-02. AUTONOMÍA, EMPODERAMIENTO Y SISTEMAS DE PARTICIPACIÓN
Disponer de sellos o distinciones que acrediten las buenas prácticas en este ámbito	SI-07. IGUALDAD DE GÉNERO
Disponer de sellos o distinciones que acrediten las buenas prácticas en este ámbito.	SI-08. CONCILIACIÓN Y CALIDAD DE VIDA
Identificar los impactos positivos y negativos que tiene la actividad de la empresa en sus grupos de interés.	SE-01. PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD LOCAL

4_Otras prácticas destacables: Base 10

5_Conclusiones generales

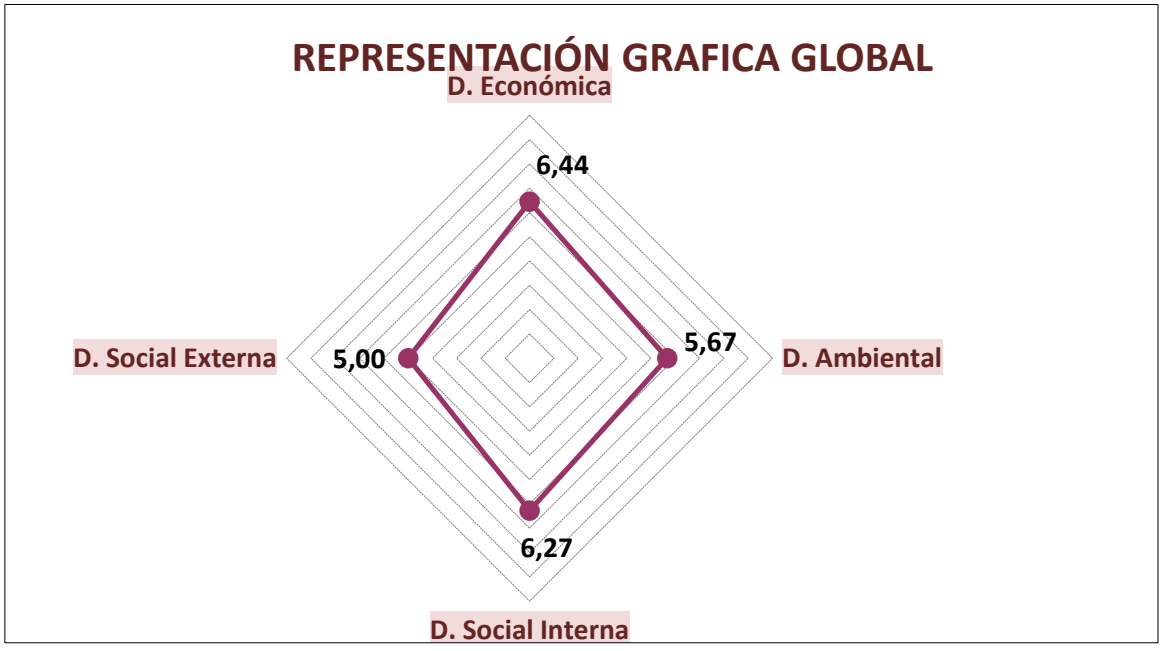
Además de los comentarios a los gráficos referidos de cada dimensión, se visualiza el gráfico global de la organización y se describen brevemente unas conclusiones generales donde, además de destacar los puntos fuertes y las oportunidades de mejora identificados en cada área, se valora la posición relativa de la empresa respecto a las tres dimensiones. Así, se identifica el grado de implantación de prácticas de gestión en el ámbito de la RSE por parte de EMPRESA.

_Valoración global

EMPRESA. RESULTADOS DIAGNÓSTICO RSE. VALORACIÓN GLOBAL												
Enunciado	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**Media**
D. Económica	8	9	10	4	5	6	7	7	2			**6,44**
D. Ambiental	6	5	5			4	5	9				**5,67**
D. Social Interna	6	5	8	9	7	7	9	8	1	3	6	**6,27**
D. Social Externa	1	8	6	5								**5,00**

REPRESENTACIÓN GRÁFICA GLOBAL

Se muestra la totalidad de los resultados del diagnóstico mediante un gráfico de tela de araña.



COMENTARIOS GENERALES SOBRE EL EQUILIBRIO DE LAS 3 DIMENSIONES

ANTRV es consciente de que el desarrollo sostenible es imprescindible, hoy en día, en la gestión y estrategia empresarial, y requiere de un equilibro entre las tres dimensiones que, en este momento, no van en el camino de la simetría de la sostenibilidad, y los resultados globales requieren seguir trabajando en la organización.

Tiene una voluntad expresa y máxima por seguir integrando en su gestión las políticas de RSE y comunicar sus acciones a los distintos grupos de interés.

La dimensión económica es la que arroja mejores resultados. Es una organización que tiene integrada la igualdad entre mujeres y hombres. También tienen integrada la capacidad de generar valor de forma responsable para sus grupos de interés, asegurando la prestación del servicio con rentabilidad, calidad y eficiencia, promoviendo una actuación ética y transparente, y gestionando sus riesgos de forma responsable. La gestión de estos asuntos se orienta a mantener la visión de largo plazo y a continuar con la generación de valor para nuestros grupos de interés, de tal forma que los resultados económicos sean saludables y estén en armonía con las dinámicas de relacionamiento con los entornos sociales y ambientales.

La dimensión interna es la segunda dimensión con resultados más positivos; incide en una adecuada gestión del talento humano, partiendo de un manejo de las buenas prácticas productivas que integran; y, aunque facilitan ambientes laborales adecuados, deben capacitar a sus grupos de interés, tanto en el campo laboral como en el crecimiento personal, entre otros aspectos.

Respecto a las dimensiones ambiental y social externa, son las que obtienen un resultado más bajo, quizás debido a la casuística de la organización. A pesar de ser una organización pequeña, debería asumir los compromisos de una forma más estandarizada.

La dimensión ambiental debe ser trabajada más, ya que, aunque se evidencia un manejo respetuoso del entorno y la conservación del medioambiente, debe cumplir, no solamente con la legislación y la normativa vigente al respecto, sino también debe asumir compromisos que impacten de manera concreta con la realidad en la que cohabitan.

La dimensión social externa también debe ser trabajada más en profundidad, ya que es la dimensión que más resultados negativos arroja, junto con la ambiental, y debe incidir en una adecuada gestión de los grupos de interés más allá de las fronteras de la empresa, de manera que incluya socios/as comerciales y entidades proveedores, clientela, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente.

En definitiva, ANTRV entiende que el desarrollo sostenible es imprescindible, hoy en día, en la gestión y estrategia empresarial, y requiere de un equilibro entre las tres dimensiones que, en este momento, no se encuentra en armonía. Por todo ello, es necesario implementar acciones que consigan un sistema de mejora continua integrado de gestión y que siga incluyendo las dimensiones de la RSE de una forma equilibrada, consensuada y sustentable.

_Buenas prácticas de RSE

A continuación, se recogen de forma esquemática las buenas prácticas de gestión que según los criterios de acción socialmente responsable se han ido detectando y evidenciando durante las diferentes áreas de todo este informe.

Se consideran buenas prácticas a las actuaciones ya realizadas, demostrables, voluntarias, que estén más allá del cumplimiento legal y tengan una dimensión estratégica en la empresa.

Las buenas prácticas de ANTRV en RSE son[4]:

Dimensión	**Económica**	X	**Enunciado con el que se relaciona la Buena Práctica**	**E-01. ÉTICA Y TRANSPARENCIA**
	Ambiental			
	Social Interna			
	Social Externa			
Título de la Buena Práctica (nombre corto que permita identificarla)				
COMPLIANCE/CÓDIGO DE CONDUCTA/CANAL DE DENUNCIAS				
Descripción de la Buena Práctica (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
La organización ha establecido criterios para el buen gobierno de la misma, a iniciativa de Gerencia, incluyendo compromisos que integran aspectos sociales, ambientales y éticos.				
¿Por qué se considera una Buena Práctica?				
Porque los criterios de buena gobernanza guían el comportamiento de las personas dentro de una organización y establece los valores y principios que defiende la misma.				
Grupos de Interés sobre los que incide				
JUNTA RECTORA, PLANTILLA, PROFESORADO, CLIENTELA, ENTIDADES PROVEEDORAS, ADMINISTRACIÓN				

Dimensión	**Económica**	X	**Enunciado con el que se relaciona la Buena Práctica**	**E-02. PREVENCIÓN DE DELITOS Y MECANISMOS ANTICORRUPCIÓN**
	Ambiental			
	Social Interna			
	Social Externa			
Título de la Buena Práctica (nombre corto que permita identificarla)				
ANÁLISIS DE RIESGOS DE INCUMPLIMENTOS LEGALES				
Descripción de la Buena Práctica (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
Se ha confeccionado un procedimiento para evitar conflictos de intereses que se encuentra en el Manual de Cumplimiento donde vienen recogidas, las incompatibilidades y conflictos de intereses. .				

[4] *Se utilizarán tantos cuadros como buenas prácticas se hayan identificado en el diagnóstico.*

¿Por qué se considera una Buena Práctica?
Porque es un procedimiento ya establecido para evitar el mal uso de información privilegiada, y parar conflictos de intereses están incorporados en el Código de Conducta.
Grupos de Interés sobre los que incide
JUNTA RECTORA, PLANTILLA, ADMINISTRACIÓN

Dimensión	**Económica**	X	**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**E-03. COMPETITIVIDAD: CALIDAD, PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA**
	Ambiental			
	Social Interna			
	Social Externa			

Título de la Buena Práctica (nombre corto que permita identificarla)
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
Descripción de la Buena Práctica (BREVE explicación de la situación en esta materia)
La organización esté certificada en todos los Sistemas de Gestión de Calidad en el Área de Formación: • ISO 27001:2015 SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN • ISO 9001:2015 SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD • ISO 14001:2015-SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL
¿Por qué se considera una Buena Práctica?
Los sistemas de gestión de calidad permiten consolidar los procesos organizacionales en una sola vía, alineando los sistemas de gestión de calidad a la estrategia que permitan cumplir con las necesidades y expectativas de todos los grupos de interés.
Grupos de Interés sobre los que incide
JUNTA RECTORA, PLANTILLA, PROFESORADO, CLIENTELA, ENTIDADES PROVEEDORAS, ADMINISTRACIÓN

Dimensión	**Económica**	X	**Enunciado con el que se relaciona la Buena Práctica**	**E-07. ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA**
	Ambiental			
	Social Interna			
	Social Externa			

Título de la Buena Práctica (nombre corto que permita identificarla)
CARTA DE SERVICIOS
Descripción de la Buena Práctica (BREVE explicación de la situación en esta materia)
Se ha elaborado una Carta de Servicios con la participación de trabajadores y trabajadoras. La difusión de dicha Carta de Servicios se realiza, a través de la página web y se entrega y explica en mano.

¿Por qué se considera una Buena Práctica?
Porque se consideran todas las necesidades y demandas de la clientela y en la que se exponen sus compromisos al respecto.
Grupos de Interés sobre los que incide
CLIENTELA

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona la Buena Práctica**	**SI-03. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL CLIMA LABORAL**
	Ambiental			
	Social Interna	X		
	Social Externa			
Título de la Buena Práctica (nombre corto que permita identificarla)				
ENCUESTA DE CLIMA LABORAL				
Descripción de la Buena Práctica (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
Se han realizado, en los últimos meses, dos encuestas, una en materia de igualdad y otra de satisfacción en el puesto de trabajo. En ellas se valora, grado de satisfacción del horario, salario, protección y seguridad, condiciones de higiene, instalaciones, proceso de trabajo, comunicación, grado de información recibido, ambiente laboral, fomento de la igualdad en la empresa, formación recibida, conciliación de la vida laboral-familiar, etc.				
¿Por qué se considera una Buena Práctica?				
Hay evidencias de que las conclusiones de los resultados se han traducido en medidas.				
Grupos de Interés sobre los que incide				
PLANTILLA				

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona la Buena Práctica**	**SI-04. ESTABILIDAD LABORAL Y PROTECCION DEL EMPLEO**
	Ambiental			
	Social Interna	X		
	Social Externa			
Título de la Buena Práctica (nombre corto que permita identificarla)				
CONTRATACIÓN INDEFINIDA 100%				
Descripción de la Buena Práctica (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
La modalidad de contratación en ANTRV es el contrato indefinido a tiempo completo en exclusiva. El 100% de la plantilla está contratada bajo esta forma de contrato. No hay temporalidad en la organización ni parcialidad.				
¿Por qué se considera una Buena Práctica?				
La organización apuesta por la estabilidad en el empleo, a través de la contratación indefinida.				

Grupos de Interés sobre los que incide
PLANTILLA

Dimensión	Económica		Enunciado con el que se relaciona la Buena Práctica	SI-07. IGUALDAD DE GÉNERO
	Ambiental			
	Social Interna	X		
	Social Externa			

Título de la Buena Práctica (nombre corto que permita identificarla)
II PLAN DE IGUALDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES
Descripción de la Buena Práctica (BREVE explicación de la situación en esta materia)
ANTRV ha negociado su II Plan de Igualdad, de forma voluntaria, ya que no tiene obligación legal. Cuentan con 16 personas en plantilla de las cuales, 13 son mujeres.
¿Por qué se considera una Buena Práctica?
Lo hacen de manera voluntaria considerando la igualdad de género como uno de sus principales valores en su estrategia empresarial. La implantación de su II Plan de Igualdad ha supuesto realizar una Auditoría Retributiva, donde está implícita una valoración de los puestos de trabajo.
Grupos de Interés sobre los que incide
PLANTILLA, ADMINISTRACIÓN

Dimensión	Económica		Enunciado con el que se relaciona la Buena Práctica	SE-02. ALIANZAS SECTORIALES Y COMPETENCIA JUSTA
	Ambiental			
	Social Interna			
	Social Externa	X		

Título de la Buena Práctica (nombre corto que permita identificarla)
ALIANZAS SECTORIALES
Descripción de la Buena Práctica (BREVE explicación de la situación en esta materia)
ANTRV participa y es socia de diversas asociaciones, CEN, FACONAUTO, GANVAM Y CETRAA y recientemente de NAVARRA ZIRKULAR. Participa de manera activa llevando a cabo proyectos de mejora de condiciones, aportando información empresarial, y compartiendo intereses y problemáticas comunes.
¿Por qué se considera una Buena Práctica?
Las alianzas sectoriales y la búsqueda de fórmulas de cooperación con otras empresas del sector tienen evidentes beneficios para la organización, ya que trabajan en red y tienen una constante coordinación con entidades del mismo ámbito.

Grupos de Interés sobre los que incide
JUNTA RECTORA, ASOCIADOS

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona la Buena Práctica**	**SE-04. PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO Y LA ACCIÓN SOCIAL**
	Ambiental			
	Social Interna			
	Social Externa	X		

Título de la Buena Práctica (nombre corto que permita identificarla)
PATROCINIO O DONACIONES
Descripción de la Buena Práctica (BREVE explicación de la situación en esta materia)
Valorar colaborar puntualmente con entidades sociales (patrocinios, donaciones, etc.).
¿Por qué se considera una Buena Práctica?
Mediante la colaboración con entidades sociales a través de patrocinios o donaciones se favorece el desarrollo de la actividad de estas. La organización a su vez consigue visibilidad ante el compromiso como retorno.
Grupos de Interés sobre los que incide
ENTORNO

_Áreas de mejora

A continuación, se recogen de forma esquemática las áreas de mejora que, según los criterios de acción socialmente responsable, se han ido detectando y evidenciando a lo largo de este informe.

Se consideran Áreas de Mejora los aspectos que han sido detectados en el Diagnóstico como ámbitos más débiles, en los que se precisa mejorar de forma prioritaria, normalmente asociados a una baja puntuación en la escala de valoración del enunciado al que corresponden.

Las áreas de mejora de **ANTRV** en RSE son[5]:

Dimensión	**Económica**	X	**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**E-06. ADQUISICIÓN RESPONSABLE Y GESTIÓN ÉTICA DE SUBCONTRATAS**
	Ambiental			
	Social Interna			
	Social Externa			
Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)				
PROTOCOLO DE ADQUISICIÓN SOSTENIBLE PARA ENTIDADES PROVEEDORAS				
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
Diseñar un sistema de homologación de entidades proveedoras para garantizar que las entidades proveedoras siguen los mismos comportamientos éticos, económicos, ambientales y sociales relacionados con la RSE que la organización está aplicando o va a aplicar.				
¿Por qué se considera una Área de Mejora?				
La coherencia es un valor nuclear en la conformación de la reputación corporativa, y examinar el grado de cumplimiento de las entidades proveedoras con respecto a una serie de criterios es una práctica responsable con las entidades con las que trabaja.				
Grupos de Interés sobre los que incide				
ENTIDADES PROVEEDORAS				

Dimensión	**Económica**	X	**Enunciado con el que se relaciona la Buena Práctica**	**E-07. ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA**
	Ambiental			
	Social Interna			
	Social Externa			
Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)				
SISTEMATIZAR LA CARTA DE SERVICIOS				

[5] *Se utilizarán tantos cuadros como áreas de mejora se hayan identificado en el diagnóstico.*

Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)
Se ha elaborado una Carta de Servicios con la participación de la plantilla. La difusión de dicha Carta de Servicios está en la página web se entrega y explica en mano. El objetivo a futuro es incorporar de forma sistemática prácticas profesionales que garantizan la honradez, calidad y transparencia de todos los acuerdos, contratos y especificaciones dirigidas a la clientela. Estas prácticas se recogen de forma explícita en un "código" de prácticas profesionales.
¿Por qué se considera una Área de Mejora?
Porque se consideran todas las necesidades de la clientela y las demandas de asociados y asociadas, puesto que se exponen sus compromisos al respecto de la sostenibilidad de la organización.
Grupos de Interés sobre los que incide
CLIENTELA

Dimensión	**Económica**	X	**Enunciado con el que se relaciona la Buena Práctica**	**E-07. ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA**
	Ambiental			
	Social Interna			
	Social Externa			

Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)
SATISFACCIÓN DE LA CLIENTELA
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)
La satisfacción de la clientela es la medición de la respuesta que tiene aquella con respecto a un servicio específico que ofrece la organización. Los resultados son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer a detalle lo que necesitan.
¿Por qué se considera una Área de Mejora?
Porque medir el nivel de satisfacción de la clientela puede traer grandes beneficios o desventajas para la organización.
Grupos de Interés sobre los que incide
CLIENTELA

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**A-01. POLÍTICA AMBIENTAL O DECLARACIÓN DE INTENCIONES**
	Ambiental	X		
	Social Interna			
	Social Externa			

Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)
POLÍTICA AMBIENTAL O DECLARACIÓN DE INTENCIONES
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)
Creación de un documento transversal en el que se establezcan de forma resumida los objetivos,

estrategias e implicaciones que la organización asume en relación con el cuidado del entorno natural y sus recursos, para promover la sostenibilidad y la mejora de su relación con el entorno ambiental.
¿Por qué se considera una Área de Mejora?
Es una de las demostraciones más visibles de la implicación de la entidad en la eficaz gestión ambiental.
Grupos de Interés sobre los que incide
ADMINISTRACIÓN, ENTIDADES PROVEEDORAS, PLANTILLA Y ENTORNO.

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**A-02. CONTROL DE CONSUMOS, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y ENERGÍAS RENOVABLES**
	Ambiental	**X**		
	Social Interna			
	Social Externa			

Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)
CONTROL DE CONSUMOS
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)
Control a través de diferentes herramientas informáticas para extraer todos los datos relativos a dichos consumos y realizar análisis predictivos y auditorías y seguimientos de los mismos.
¿Por qué se considera una Área de Mejora?
Para poder controlar y optimizar el consumo es necesario medirlo. Priorizar la monitorización favorecerá que cualquier otra actuación en el ámbito energético sea más precisa, útil y rentable.
Grupos de Interés sobre los que incide
JUNTA RECTORA, PLANTILLA

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**A-03. PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS**
	Ambiental	**X**		
	Social Interna			
	Social Externa			

Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)
ACTUALIZACIÓN PROTOCOLO PARA LA PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)
Actualización del protocolo ya establecido sobre los posibles métodos de eliminación de residuos a nivel interno, mediante una política efectiva de prevención y tratamiento de residuos generados.
¿Por qué se considera una Área de Mejora?
La disminución de los residuos generados es un medio idóneo para reducir sus impactos asociados y los costos de su manejo, a fin de minimizar los potenciales daños que causan a las personas y al medio

ambiente.
Grupos de Interés sobre los que incide
PLANTILLA, ASOCIADOS

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**A-06. MOVILIDAD SOSTENIBLE**
	Ambiental	X		
	Social Interna			
	Social Externa			
Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)				
FORMACIÓN EN MOVILIDAD SOSTENIBLE				
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
Sensibilizar y formar en acciones orientadas a conseguir el uso racional de los medios de transporte tanto particulares como públicos.				
¿Por qué se considera una Área de Mejora?				
El objetivo último es cubrir y conseguir las necesidades de transporte con el mínimo impacto ambiental.				
Grupos de Interés sobre los que incide				
PLANTILLA				

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**A-07. FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA AMBIENTAL**
	Ambiental	X		
	Social Interna			
	Social Externa			
Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)				
FORMACIÓN EN SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL				
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
Ofrecer las herramientas necesarias a la plantilla para tomar decisiones informadas y medidas responsables, en materia y sostenibilidad ambiental.				
¿Por qué se considera una Área de Mejora?				
La educación ambiental aumenta la concienciación y el conocimiento de la organización sobre temáticas o problemas ambientales.				
Grupos de Interés sobre los que incide				
PLANTILLA				

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**SI-01. INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO**
	Ambiental			
	Social Interna	X		
	Social Externa			
Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)				
PLAN DE COMUNICACIÓN				
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
Diseñar un plan de comunicación que explicite al detalle objetivos, acciones, mensajes, herramientas y canales de comunicación, previo diagnóstico de su comunicación interna, tanto formal como informal.				
¿Por qué se considera una Área de Mejora?				
Es fundamental favorecer la comunicación interna de la empresa, ya que es el sustrato con el que se genera el sentimiento de pertenencia a la organización, y constituye la base para la participación e implicación del personal.				
Grupos de Interés sobre los que incide				
EPC (ENGINEERING PROJECT AND CONSTRUCTION)				

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**SI-02. AUTONOMÍA, EMPODERAMIENTO Y SISTEMAS DE PARTICIPACIÓN**
	Ambiental			
	Social Interna	X		
	Social Externa			
Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)				
SISTEMA DE PARTICIPACIÓN EN LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL				
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
Creación de canales relativamente permanentes (comités, círculos de salud, grupos de mejora…) o para abordar temas específicos y puntuales (comisiones de trabajo..) También pueden crearse otros canales más convencionales: buzones de sugerencias y similares.				
¿Por qué se considera una Área de Mejora?				
Para que un sistema de participación en la gestión tenga éxito, es necesario que se cumplan una serie de prerrequisitos, para ayudar a toda la plantilla a participar en igualdad de condiciones. La información y comunicación son pilares fundamentales en los que se asienta la participación.				
Grupos de Interés sobre los que incide				
ADMINISTRACION Y PLANTILLA				

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el**	**SI-07. IGUALDAD DE GÉNERO**
	Ambiental			

	Social Interna	X	**Área de Mejora**	
	Social Externa			
Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)				
SELLOS O DISTINCIONES EN IGUALDAD				
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
Disponer de sellos o distinciones que acrediten las buenas prácticas en el ámbito de la igualdad.				
¿Por qué se considera una Área de Mejora?				
Mejora de la imagen corporativa (tanto para la clientela como para el personal trabajador), aumento de oportunidades de negocio y colaboraciones, atracción y retención del talento, cumplimiento normativo, mejora del ambiente laboral.				
Grupos de Interés sobre los que incide				
PLANTILLA				

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**SI-08. CONCILIACIÓN Y CALIDAD DE VIDA**
	Ambiental			
	Social Interna	X		
	Social Externa			
Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)				
FOLLETO MEDIDAS CONCILIACIÓN				
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)				
Informar a la plantilla sobre las medidas de conciliación existentes en la legislación y analizar medidas individuales. El objetivo sería recoger por escrito lo que tienen y/o establecer un Plan de conciliación con medidas concretas que superen los establecidos normativamente.				
¿Por qué se considera una Área de Mejora?				
La conciliación de la vida personal, laboral y familiar es 100% a decisión de la persona trabajadora. La sistematización de medidas de conciliación evita que se tenga la percepción de que su concesión tiene un carácter discrecional.				
Grupos de Interés sobre los que incide				
PLANTILLA				

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**SI-10. ACCESIBILIDAD Y ADAPTACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO**
	Ambiental			
	Social Interna	X		
	Social Externa			

Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO PARA CUMPLIR LA ACCESIBILIDAD
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)
Descripciones de los puestos de trabajo con requerimientos físicos, psíquicos y sensoriales que se precisan para su desempeño.
¿Por qué se considera una Área de Mejora?
Porque de esta manera se eliminan barreras e incorporan soluciones que favorecen a la plantilla (con o sin discapacidad), especialmente en el ámbito de la seguridad de los trabajadores y las trabajadoras.
Grupos de Interés sobre los que incide
PLANTILLA

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**SI-11. FORMACIÓN, DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL**
	Ambiental			
	Social Interna	X		
	Social Externa			

Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)
PLAN DE FORMACIÓN
Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)
Elaborar un Plan de Formación, individual y grupal de forma anual.
¿Por qué se considera una Área de Mejora?
Realizar entrevistas individuales con el personal una vez al año, en las que se solicite a cada persona que identifique sus necesidades de formación y se facilite información de las áreas que son necesarias para ampliar la formación como entidad y de forma individual. Aunque quincenalmente se pregunta y se determinan las necesidades formativas, sería positivo establecerlas en un Plan de Formación Anual y evaluarlo de forma periódica.
Grupos de Interés sobre los que incide
ADMINISTRACIÓN, PLANTILLA

Dimensión	**Económica**		**Enunciado con el que se relaciona el Área de Mejora**	**SE-01. PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD LOCAL**
	Ambiental			
	Social Interna			
	Social Externa	X		

Título de la Área de Mejora (nombre corto que permita identificarla)
COLABORACIÓN CON LA COMUNIDAD LOCAL

Descripción de la Área de Mejora (BREVE explicación de la situación en esta materia)
Identificación de los impactos positivos y negativos que la actividad de la organización genera en el ámbito local, y en particular con cada uno de los grupos de interés locales, mediante la colaboración mutua y la rendición de cuentas.
¿Por qué se considera una Área de Mejora?
La organización podría colaborar con otras organizaciones de la comunidad bajo convenios de colaboración, integración en plataformas por un mismo fin, etc.
Grupos de Interés sobre los que incide
CONFEDERACIONES, SINDICATOS, CENTROS DE FORMACIÓN REGLADA Y SECTORIAL, OTRAS ASOCIACIONES

INFORME

OTROS COMENTARIOS DE INTERÉS

SEGUNDA PARTE: PLAN DE ACTUACIÓN



1_Misión y visión

En la elaboración del Plan de Actuación se ha realizado una revisión de la misión y la visión de la empresa.

Misión

Para revisar la misión se ha tenido en cuenta la correlación existente entre la misión inicialmente definida por la empresa y las buenas prácticas detectadas en el Diagnóstico de RSE:

Gracias a este análisis se ha reformulado la misión de **ANTRV**, con el fin de que ésta se ajuste mejor a la realidad de la entidad y a su posicionamiento en el momento actual. Y, sobre todo, se ha llegado a una reformulación que permite evidenciar y explicitar los puntos fuertes de **ANTRV** en materia de responsabilidad social.

Así, la nueva misión de **ANTRV** es la siguiente:

Misión
La Asociación Navarra de Talleres de Reparación de Vehículos (ANTRV) es una entidad sin ánimo de lucro que, agrupando a los talleres y concesionarios, tiene como objetivo representar, defender, mejorar y promocionar los intereses profesionales de los asociados, garantizando la profesionalidad, competitividad y prestigio del sector ante usuarios y usuarias y la sociedad en general. Integrada en la misma se encuentra la labor de potenciar el desarrollo profesional de nuestros asociados y nuestra plantilla, garantizando la igualdad, la comunicación con nuestros grupos de interés y la prevención y el respeto por el medio ambiente, cuidando al máximo el compromiso adquirido con nuestra clientela.

Para revisar la visión se han tenido en cuenta las áreas de mejora detectadas en el Diagnóstico y la visión inicial plasmada en el mismo.

Una vez realizado este análisis, se ha reformulado la visión de **ANTRV**, con el fin de que ésta se ajuste mejor a la realidad de la entidad y a su posicionamiento en el momento actual. Así, la reformulación de la visión permite incluir algunas de las áreas de mejora en las que la empresa va a procurar hacer un esfuerzo mayor en el futuro.

La nueva visión de **ANTRV** es la siguiente:

Visión
ANTRV es el punto de encuentro de todos los talleres y concesionarios de Navarra donde, compartiendo sinergias y experiencias, logren en un entorno igualitario, ofrecer el mejor servicio optimizando sus recursos, además de ser el interlocutor de referencia con las Administraciones Públicas, los consumidores y la sociedad en general en todos aquellos temas relacionados con nuestra actividad o con el sector en general. Nuestro objetivo final es ser un referente para nuestros asociados respecto a la protección del medio ambiente, la igualdad social, la salud laboral de sus plantillas, así como potenciar la participación de aquellas y de otros grupos de interés que favorezcan la mejora continua del sector, fomentando valores como la sostenibilidad, la responsabilidad, la justicia y la transparencia.

COMENTARIOS DE LA PERSONA CONSULTORA

ANTRV ya contaba con una misión, visión y valores, integradas en su estrategia empresarial, que recogían por qué y para qué existe la Asociación, cruciales para la alcanzar los objetivos de la misma.

Lo que se ha incluido en la Misión y Visión, una vez realizado el Diagnóstico, son los valores relacionados directamente con la Responsabilidad Social Empresarial; de la misma forma, se han relacionado las buenas prácticas con la propia misión de la Asociación, y las áreas de mejora detectadas con la visión de la misma; y a su vez, se ha corregido el lenguaje desde la perspectiva de género.

2_Áreas de Mejora

Las Áreas de Mejora identificadas en el Diagnóstico han sido la base de partida para definir el Cuadro de Actuación sobre el que se sustentan las acciones de mejora.

Las Áreas de Mejora de **ANTRV** han sido priorizadas según criterios de urgencia, viabilidad, garantía de éxito e importancia, para cada dimensión. Se ha considerado igualmente la relevancia para los Grupos de Interés considerados prioritarios.

Efectuados estos análisis, se han seleccionado las siguientes Áreas de Mejora sobre las que se van a desarrollar el Plan de Actuación de RSE.

ÁREAS DE MEJORA DEL PLAN DE ACTUACIÓN				
Dimensión	*Código*	*Área de mejora*	*Descripción, observaciones o información relevante*	*Enunciado del decálogo con que se relaciona*
ECONÓMICA	E-06.	PROTOCOLO DE ADQUISICIÓN SOSTENIBLE PARA EMPRESAS PROVEEDORAS	Diseñar un sistema de homologación de entidades proveedoras para garantizar que las entidades proveedoras siguen los mismos comportamientos éticos, económicos, ambientales y sociales relacionados con la RSE que la organización está aplicando o va a aplicar.	ADQUISICIÓN RESPONSABLE Y GESTIÓN ÉTICA DE SUBCONTRATAS
ECONÓMICA	E-07.	SISTEMATIZAR UNA CARTA DE SERVICIOS	Incorporar de forma sistemática prácticas profesionales que garantizan la honradez, calidad y transparencia de todos los acuerdos, contratos y especificaciones dirigidas a la clientela. Estas prácticas se recogen de forma explícita en un "código" de prácticas profesionales.	ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA
ECONÓMICA	E-07.	SATISFACCIÓN DE LA CLIENTELA	Medir la satisfacción de la clientela es la evaluación de la respuesta que tiene aquella con respecto a un servicio específico que ofrece la organización. Los resultados son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer a detalle lo que necesitan	ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA

ÁREAS DE MEJORA DEL PLAN DE ACTUACIÓN				
Dimensión	*Código*	*Área de mejora*	*Descripción, observaciones o información relevante*	*Enunciado del decálogo con que se relaciona*
AMBIENTAL	A-02.	CONTROL DE CONSUMOS	Controlar a través de diferentes herramientas informáticas para extraer todos los datos relativos a dichos consumos y realizar análisis predictivos y auditorías y seguimientos de los mismos	CONTROL DE CONSUMOS, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y ENERGÍAS RENOVABLES
AMBIENTAL	A-03.	ACTUALIZACIÓN DEL PROTOCOLO PARA LA PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS	Actualizar el protocolo ya establecido sobre los posibles métodos de eliminación de residuos a nivel interno, mediante una política efectiva de prevención y tratamiento de residuos generados.	PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS
SOCIAL INTERNA	SI-01.	PLAN DE COMUNICACIÓN	Diseñar un plan de comunicación que explicite al detalle objetivos, acciones, mensajes, herramientas y canales de comunicación, previo diagnóstico de su comunicación interna, tanto formal como informal	INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO
SOCIAL INTERNA	SI-07.	SELLOS O DISTINCIONES EN IGUALDAD	Obtención de sellos o distinciones que acrediten las buenas prácticas en el ámbito de la igualdad.	IGUALDAD DE GÉNERO

COMENTARIOS A LAS ÁREAS DE MEJORA PLANTEADAS

3_Cuadro de Actuación

El Plan de Actuación planteado se deberá desarrollar por parte de **ANTRV** en los próximos años.

En este apartado se definen los objetivos a alcanzar, se detallan las acciones de mejora que se deberán emprender para abordar dichos objetivos y las personas responsables de su ejecución.

Para cada Área de Mejora se ha definido el siguiente cuadro de actuación, seguimiento y control:

Nota para la persona consultora: se incluyen a continuación cuadros para incorporar hasta 6 Áreas de Mejora. Puede recogerse en estos cuadros directamente la información o sustituirse pegando las plantillas facilitadas en formatos Word y Excel.

ÁREA DE MEJORA 1			
DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE MEJORA			
CÓDIGO ÁREA	**TÍTULO ÁREA DE MEJORA**	**DIMENSIÓN**	**ENUNCIADO VINCULADO**
AM-E01	**PROTOCOLO DE ADQUISICIÓN SOSTENIBLE PARA EMPRESAS PROVEEDORAS**	**ECONÓMICA**	**E-06. ADQUISICIÓN RESPONSABLE Y GESTIÓN ÉTICA DE SUBCONTRATAS**
OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA			
1.	**Crear un sistema de homologación de empresas proveedoras a través de un Protocolo de adquisición sostenible.**		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
1.1.	**Analizar qué las prácticas de las empresas proveedoras son compatibles con la política de RSE de ANTRV.**		
1.2.	**Establecer las condiciones que ANTRV ofrece a sus empresas proveedoras.**		
PERSONA RESPONSABLE DEL ÁREA DE MEJORA			
LUIS URSÚA			

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTUACIONES				
Objetivo Específico	**Acción de mejora**	**Persona responsable**	**Recursos necesarios**	**Plazos**
1.1.	1.1.1. Elaboración de un sistema de homologación mediante el que se examine el grado de cumplimiento de las entidades proveedoras con respecto a una serie de criterios.	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2025
	1.1.2. Priorización de proveedoras locales.	LUIS URSÚA		2025 – 2026 - 2027
1.2.	1.2.1. Incorporación al Código de Conducta del modo de proceder de ANTRV con sus empresas proveedoras.	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2025
	1.2.2. Establecimiento del compromiso de ANTRV con sus entidades proveedoras.	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2025
	1.2.3. Comunicación del Código de Conducta a las empresas proveedoras.	LUIS URSÚA		2025 – 2026 - 2027
	1.2.4. Comunicación del Protocolo a las entidades proveedoras para su conocimiento en cuanto a los criterios a los que se someten.	LUIS URSÚA		2025 – 2026 - 2027

ÁREA DE MEJORA 2			
DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE MEJORA			
CÓDIGO ÁREA	**TÍTULO ÁREA DE MEJORA**	**DIMENSIÓN**	**ENUNCIADO VINCULADO**
AM-E02	**SISTEMATIZAR UNA CARTA DE SERVICIOS**	**ECONÓMICA**	**E-07. ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA**
OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA			
2.	**Incorporar de forma sistemática prácticas profesionales que garantizan la honradez, calidad y transparencia de todos los acuerdos, contratos y especificaciones dirigidas a la clientela**		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
2.1.	**Disponer de una relación de los diferentes servicios que la empresa pone en el mercado a disposición de la potencial clientela y resto de grupos de interés**		
2.2.	**Comunicar a los grupos de interés.**		
PERSONA RESPONSABLE DEL ÁREA DE MEJORA			
LUIS URSÚA			

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTUACIONES				
Objetivo Específico	**Acción de mejora**	**Persona responsable**	**Recursos necesarios**	**Plazos**
2.1.	2.1.1. Identificación de los servicios ofertados.	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2026
	2.1.2. Recogida de forma explícita en el documento "Carta de Servicios", de los servicios ofertados así como del compromiso de calidad de ANTRV.	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2026
	2.1.3. Actualización de forma periódica la "Carta de Servicios".	LUIS URSÚA		2025 – 2026 - 2027
2.2.	2.2.1. Fomento de la recogida de aportaciones de los grupos de interés a la "Carta de Servicios".	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2026
	2.2.2. Comunicación de la "Carta de Servicios" a los grupos de interés.	LUIS URSÚA		2025 – 2026 - 2027

ÁREA DE MEJORA 3			
DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE MEJORA			
CÓDIGO ÁREA	**TÍTULO ÁREA DE MEJORA**	**DIMENSIÓN**	**ENUNCIADO VINCULADO**
AM-E03	**SATISFACCIÓN DE LA CLIENTELA**	**ECONÓMICA**	**E-07. ORIENTACIÓN A LA CLIENTELA**
OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA			
3.	**Conocer y gestionar la satisfacción de la clientela**		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
3.1.	**Disponer de herramientas para la gestión de expectativas y la evaluación de la satisfacción con la clientela**		
PERSONA RESPONSABLE DEL ÁREA DE MEJORA			
LUIS URSÚA			

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTUACIONES				
Objetivo Específico	**Acción de mejora**	**Persona responsable**	**Recursos necesarios**	**Plazos**
3.1.	3.1.1. Diseño y elaboración de una encuesta de satisfacción dirigida a la clientela	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2025
	3.1.2. Envío anual de la encuesta a la clientela	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2025 /2026
	3.1.3. Recogida de resultados y aportaciones	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2025/2026
	3.1.4. Plan de acción-mejora de satisfacción clientela	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2025/2026

ÁREA DE MEJORA 4			
DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE MEJORA			
CÓDIGO ÁREA	**TÍTULO ÁREA DE MEJORA**	**DIMENSIÓN**	**ENUNCIADO VINCULADO**
AM-A01	**CONTROL DE CONSUMOS**	**AMBIENTAL**	**A-02. CONTROL DE CONSUMOS, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y ENERGÍAS RENOVABLES**

OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA	
4.	**Conocer la distribución de consumos y costes energéticos de la empresa, identificando y cuantificando las posibilidades de ahorro con medidas de eficiencia energética y energías renovables.**
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
4.1.	**Registrar las fuentes de consumo**
4.2.	**Fijar indicadores óptimos para el seguimiento de los consumos**
4.3.	**Establecer objetivos para cada indicador**
4.4.	**Aplicar medidas correctoras o de mejora**
4.5.	**Evaluar periódicamente los consumos**
PERSONA RESPONSABLE DEL ÁREA DE MEJORA	
LUIS URSÚA	

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTUACIONES

Objetivo Específico	Acción de mejora	Persona responsable	Recursos necesarios	Plazos
4.1.	4.1.1. Identificación de las fuentes de consumo (agua, energía, combustibles).	LUIS URSÚA		2º Y 3º TRIMESTRE 2025
	4.1.2. Creación un registro de los consumos.	LUIS URSÚA		2º Y 3º TRIMESTRE 2025
4.2.	4.2.1. Establecimiento de indicadores para cada uno de los consumos	LUIS URSÚA		2º Y 3º TRIMESTRE 2025
4.3.	4.3.1.Formulación de objetivos específicos para cada indicador con horizontes temporales definidos	LUIS URSÚA		2º Y 3º TRIMESTRE 2025
4.4.	4.4.1. Introducción de acciones de mejora	LUIS URSÚA		2º Y 3º TRIMESTRE 2025
4.5.	4.5.1. Evaluación de la existencia de disminución en los consumos	LUIS URSÚA		1º TRIMESTRE 2026/2027

ÁREA DE MEJORA 5			
DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE MEJORA			
CÓDIGO ÁREA	**TÍTULO ÁREA DE MEJORA**	**DIMENSIÓN**	**ENUNCIADO VINCULADO**
AM-A02	**ACTUALIZACIÓN DEL PROTOCOLO PARA LA PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS**	**AMBIENTAL**	**A-03. PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS**
OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA			
5.	**Actualizar el método de eliminación de residuos creado a nivel interno, mediante una política efectiva de prevención y tratamiento de residuos generados.**		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
5.1.	**Actualizar y editar el Protocolo para la prevención y gestión de residuos.**		
5.2.	**Comunicar el Protocolo a los grupos de interés.**		
PERSONA RESPONSABLE DEL ÁREA DE MEJORA			
LUIS URSÚA			

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTUACIONES				
Objetivo Específico	**Acción de mejora**	**Persona responsable**	**Recursos necesarios**	**Plazos**
5.1.	5.1.1. Revisión y adaptación del Protocolo para la prevención y gestión de residuos.	LUIS URSÚA		2º Y 3º TRIMESTRE 2025
	5.1.2. Edición del Protocolo para la prevención y gestión de residuos.	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2025
5.2.	5.2.1. Comunicación del Protocolo a los grupos de interés	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2026
	5.2.2 Desarrollo de una campaña informativa que destaque la importancia de prácticas sostenibles, informando a los asociados sobre el impacto positivo de sus acciones en el entorno.	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2026

ÁREA DE MEJORA 6			
DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE MEJORA			
CÓDIGO ÁREA	**TÍTULO ÁREA DE MEJORA**	**DIMENSIÓN**	**ENUNCIADO VINCULADO**
AM-SI01	**PLAN DE COMUNICACIÓN**	**SOCIAL INTERNA**	**SI-01. INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO**
OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA			
6.	**Diseñar un Plan de Comunicación Interna**		
OBJETIVO ESPECÍFICOS			
6.1.	**Elaborar el Plan de Comunicación con objetivos y acciones, herramientas y canales de comunicación interna**		
6.2.	**Generar la participación e implicación de toda la plantilla**		
6.3.	**Realizar un seguimiento del Plan de Comunicación**		
PERSONA RESPONSABLE DEL ÁREA DE MEJORA			
LUIS URSÚA			

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTUACIONES				
Objetivo Específico	**Acción de mejora**	**Persona responsable**	**Recursos necesarios**	**Plazos**
6.1.	6.1.1. Análisis y diagnóstico de los canales de comunicación de la empresa	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2026
	6.1.2. Fijación de objetivos y acciones del Plan de Comunicación	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2026
	6.1.3. Establecimiento de las herramientas y/o canales pertinentes que van a integrar el Plan de Comunicación	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2026
	6.1.4. Elaboración del Plan de Comunicación Interna	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2026
6.2.	6.2.1. Impulso de la participación de la plantilla en la elaboración del Plan de Comunicación	LUIS URSÚA		1º Y 2º TRIMESTRE 2026
	6.2.2. Difusión del Plan de Comunicación entre la plantilla	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2026
6.3.	6.3.1. Realización de un seguimiento del Plan de Comunicación	LUIS URSÚA		4º TRIMESTRE 2026
	6.3.2. Actualización, si procede, del Plan de Comunicación	LUIS URSÚA		1º TRIMESTRE 2027

ÁREA DE MEJORA 7			
DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE MEJORA			
CÓDIGO ÁREA	**TÍTULO ÁREA DE MEJORA**	**DIMENSIÓN**	**ENUNCIADO VINCULADO**
AM-SI03	**SELLOS O DISTINCIONES EN IGUALDAD**	**SOCIAL INTERNA**	**SI-07. IGUALDAD DE GÉNERO**
OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA			
6.	**Revalorizar la imagen corporativa en materia de igualdad de género**		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
6.1.	**Certificarse en materia de Igualdad de Oportunidades**		
6.2.	**Certificarse en materia de conciliación de la vida laboral, personal y familiar de ANTRV**		
PERSONA RESPONSABLE DEL ÁREA DE MEJORA			
LUIS URSÚA			

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTUACIONES				
Objetivo Específico	**Acción de mejora**	**Persona responsable**	**Recursos necesarios**	**Plazos**
6.1.	6.1.1. Obtención del sello «Igualdad en la Empresa» DIE	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2026 – 1º TRIMESTRE 2027
	6.1.2. Difusión a los grupos de interés	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2026 – 1º TRIMESTRE 2027
6.2.	6.1.1. Obtención del sello Reconcilia	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2026 – 1º TRIMESTRE 2027
	6.1.2. Difusión a los grupos de interés	LUIS URSÚA		3º Y 4º TRIMESTRE 2026 – 1º TRIMESTRE 2027

COMENTARIOS DE LA PERSONA CONSULTORA

4_Cuadro de Seguimiento

En este apartado pretende facilitar un adecuado seguimiento y control de cada una de las acciones de mejora planteadas. Para ello, se han definido unos indicadores de seguimiento que permiten revisar la evolución y el cumplimiento de los mismos.

Una vez finalizado el plazo para cada acción, **ANTRV** deberá revisar el valor del indicador asociado a cada objetivo, y determinar el grado de ejecución de cada acción.

Para cada Área de Mejora se ha definido el siguiente cuadro de seguimiento:

Nota para la persona consultora: se incluyen a continuación cuadros para incorporar el seguimiento correspondiente a hasta 6 Áreas de Mejora. Puede recogerse en estos cuadros directamente la información o sustituirse pegando las plantillas facilitadas en formatos Word y Excel.

ÁREA DE MEJORA 1

OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA									
1.	Crear un sistema de homologación de empresas proveedoras a través de un Protocolo de adquisición sostenible.	INDICADORES ASOCIADOS							
OBJETIVOS ESPECÍFICOS		Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
1.1.	Analizar que las prácticas de las empresas proveedoras son compatibles con la política de RSE de ANTRV.	Nº de prácticas de las empresas proveedoras	Nº		1/04/2025		1/03/2027		
1.2.	Establecer las condiciones que ANTRV ofrece a sus empresas proveedoras.	Documento (ud)	1	0	1/04/2025	1	1/03/2027		

ÁREA DE MEJORA 2

OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA									
2.	Incorporar de forma sistemática prácticas profesionales que garantizan la honradez, calidad y transparencia de todos los acuerdos, contratos y especificaciones dirigidas a la clientela.	INDICADORES ASOCIADOS							
OBJETIVOS ESPECÍFICOS		Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
2.1.	Disponer de una relación de los diferentes servicios que la empresa pone en el mercado a disposición de la potencial clientela y resto de grupos de interés.	Documento	1	0	1/04/2026	1	1/04/2027		
2.2.	Comunicar a los grupos de interés.	Nº de Comunicaciones	Nº		1/01/2026		1/04/2027		

ÁREA DE MEJORA 3

OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA									
3.	Conocer y gestionar la satisfacción de la clientela.	INDICADORES ASOCIADOS							
OBJETIVOS ESPECÍFICOS		Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
3.1.	Disponer de herramientas para la gestión de expectativas y la evaluación de la satisfacción con la clientela.	Encuesta (ud)	1	0	1/07/2025	1	31/12/2026		

ÁREA DE MEJORA 4

OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA									
4.	Conocer la distribución de consumos y costes energéticos de la empresa, identificando y cuantificando las posibilidades de ahorro con medidas de eficiencia energética y energías renovables.	INDICADORES ASOCIADOS							
OBJETIVOS ESPECÍFICOS		Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
4.1.	Registrar las fuentes de consumo.	Registro (ud)	1	0	1/04/2025	1	30/09/2025		
4.2.	Fijar indicadores óptimos para el seguimiento de los consumos.	Documento (ud)	1	0	1/01/2025	1	30/09/2025		
4.3.	Establecer objetivos para cada indicador.	Documento (ud)	1	0	1/01/2025	1	30/09/2025		
4.4.	Aplicar medidas correctoras o de mejora.	Nº Medidas	Nº		1/01/2025	1	30/09/2025		
4.5.	Evaluar periódicamente los consumos.	Documento (ud)	1	0	1/07/2025	1	1/04/2027		

ÁREA DE MEJORA 5

OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA									
5.	Actualizar el método de eliminación de residuos creado a nivel interno, mediante una política efectiva de prevención y tratamiento de residuos generados.	INDICADORES ASOCIADOS							
OBJETIVOS ESPECÍFICOS		Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
5.1.	Actualizar y editar el Protocolo para la prevención y gestión de residuos.	Documento (ud)	1	0	1/06/2025		31/12/2025		
5.2.	Comunicar el Protocolo a los grupos de interés.	Nº de Comunicaciones	Nº		1/04/2026		31/12/2026		

ÁREA DE MEJORA 6

OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA									
6.	Diseñar un Plan de Comunicación Interna.	INDICADORES ASOCIADOS							
OBJETIVO ESPECÍFICOS		Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
6.1.	Elaborar el Plan de Comunicación con objetivos y acciones, herramientas y canales de comunicación interna.	Documento (ud)	1	0	1/01/2026	1	30/06/2026		
6.2.	Generar la participación e implicación de toda la plantilla.	Nº Reuniones	Nº		1/01/2026		31/12/2026		
6.3.	Realizar un seguimiento del Plan de Comunicación.	Documento (ud)	1	0	1/10/2026	1	31/03/2027		

ÁREA DE MEJORA 7

OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA DE MEJORA									
6.	Revalorizar la imagen corporativa en materia de igualdad de género.	INDICADORES ASOCIADOS							
OBJETIVO ESPECÍFICOS		Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
6.1.	Certificarse en materia de Igualdad de Oportunidades.	Documento (ud)	1	0	1/07/2026	1	31/03/2027		
6.2.	Certificarse en materia de conciliación de la vida laboral, personal y familiar de ANTRV.	Documento (ud)	1	0	1/07/2026	1	31/03/2027		

COMENTARIOS DE LA PERSONA CONSULTORA

5_Declaración de intenciones

Con la realización de este Plan de Actuación, **ANTRV** evidencia su clara apuesta por la integración, de manera estratégica, consciente y global, de la Responsabilidad Social Empresarial como uno de los pilares de su gestión.

Con ese fin, el equipo directivo de **ANTRV** ha definido la siguiente Declaración de Intenciones en materia de RSE:

Declaración de Intenciones en materia de Responsabilidad Social

La empresa **ANTRV** ha iniciado un importante proceso de reflexión destinado a implantar progresivamente los criterios de responsabilidad social en su estrategia, su planificación y su gestión. Así, desea incorporarse a un movimiento de carácter global en el que participan activamente miles de organizaciones públicas y privadas y millones de personas, persiguiendo avanzar juntos en el camino de la sostenibilidad.

Este camino será largo y complejo y exige nuevas formas de hacer y la adopción de claros principios éticos y un comportamiento responsable, así como una mayor vinculación de la empresa con la comunidad en la que desarrolla sus actividades.

Entendemos que la responsabilidad social empresarial debe contemplar criterios de sostenibilidad en su triple dimensión económica, ambiental y social y para lograrlo hemos iniciado un proceso a largo plazo que deberá conducirnos progresivamente hacia la meta deseada.

En el marco de este proceso hemos podido identificar algunas de las buenas prácticas ya existentes en la empresa, en particular:

- **COMPLIANCE/CÓDIGO DE CONDUCTA**
- **ANÁLISIS DE RIESGOS DE INCUMPLIMENTOS LEGALES**
- **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD**
- **CARTA DE SERVICIOS**
- **ENCUESTA DE CLIMA LABORAL**
- **CONTRATACIÓN INDEFINIDA 100%**
- **II PLAN DE IGUALDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES**
- **ALIANZAS SECTORIALES**
- **PATROCINIO O DONACIONES**

Además, hemos detectado también algunas áreas y ámbitos de trabajo en los que la empresa está decidida a mejorar antes de 2027, en concreto:

- **PROTOCOLO DE ADQUISICIÓN SOSTENIBLE PARA ENTIDADES PROVEEDORAS**
- **SISTEMATIZAR LA CARTA DE SERVICIOS**
- **SATISFACCIÓN DE LA CLIENTELA**
- **CONTROL DE CONSUMOS**

INFORME

- **ACTUALIZACIÓN DEL PROTOCOLO PARA LA PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS**
- **PLAN DE COMUNICACIÓN**
- **SELLOS O DISTINCIONES DE IGUALDAD**

Asumimos nuestro decidido compromiso con este proceso, y como parte del mismo nos comprometemos a informar periódicamente al personal trabajador, clientela, entidades proveedoras y otros grupos y colectivos interesados en las actividades de esta empresa y en su repercusión económica, ambiental y social.

Además, serán bienvenidas todas las sugerencias, propuestas e ideas que, en este sentido puedan ayudarnos a alcanzar la meta deseada.

6_Comunicación

Dentro del Plan de Actuación se plantea una estrategia de comunicación con el fin de garantizar la transparencia y la comunicación activa con todos los grupos de interés de **ANTRV.**

Las acciones de comunicación definidas son las siguientes:

ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Código	Descripción	Canal/instrumento	Persona responsable	Plazo	Indicador	Valor esperado
AC-01	Presentación a la plantilla del Diagnóstico de RSE (InnovaRSE)	Reunión /asamblea	LUIS URSÚA	Mayo 2025	Acta Personas asistentes	1
AC-02	Publicación del Plan de Actuación (comunicación externa)	Página web	LUIS URSÚA	Junio 2025	Verificar publicación web	1
AC-03	Publicación del Plan de Actuación (comunicación interna)	Reunión/Asamblea	LUIS URSÚA	Junio 2025	Acta personas asistentes	1
AC-04	Presentación del Plan de Actuación a la plantilla (comunicación interna)	Reunión/Asamblea	LUIS URSÚA	Mayo 2025	Acta personas asistentes	1
AC-05	Comunicar implementación Plan de Actuación (comunicación externa)	Página web	LUIS URSÚA	Enero 2026	Verificar publicación web	1
AC-06	Comunicar implementación Plan de Actuación (comunicación interna)	Reunión/Asamblea	LUIS URSÚA	Enero 2026	Acta personas asistentes	1

COMENTARIOS DE LA PERSONA CONSULTORA

7_ Implantación

ANTRV se plantea los siguientes plazos para la implantación del Plan de Actuación:

Fecha inicio: **MAYO 2025**

Fecha prevista para su finalización: MAYO **2027**

Duración total (en meses): **24 MESES**

Revisión

Este documento ha sido revisado por:

- **LUIS URSÚA**
- **SONIA ARDANAZ**
- **ARANTXA HERNÁNDEZ**

Y cuenta con la aprobación de la Dirección de la empresa.