

RSA - PYMES

Empresa evaluada

AYANET RRHH, S.L.

CIF:B50767862

Plataforma Logística PLAZA C/Bari 57 Edificio TIC

XXI

50197 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

AYANET RRHH, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Calle Bari 57, Edificio TIC XXI (Plaza) 50.197, Zaragoza, España

03 - Sector. Actividad

Consultoría integral de Recursos Humanos:

- Selección
- Formación
- Consultoría y coaching

04 - Año comienzo actividad.

1985

05 - Número de personas empleadas

8

06 - Persona contacto

Tania Grande Maza

07 - E-mail contacto

tgrande@ayanet.es

08.- Página web

www.ayanet.es

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)

- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)**
- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

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

1.1 Información adicional

- **Económicos:** El método de contratación en AYANET es mediante contrato indefinido a sus emplead@s, ya que se apuesta por el empleo estable y de calidad. Se cumple escrupulosamente con la legalidad en todos los ámbitos. La información financiera se comparte con el equipo periódicamente, existiendo una política retributiva a l@s emplead@s en función de los mismos.
- **Políticos:** Se lleva a cabo una gestión de riesgos mediante un mapa y evaluación de los mismos dentro de un programa estructurado de Compliance.
- **Medioambientales:** Se gestionan los riesgos medioambientales de acuerdo con lo que contempla nuestro manual de gestión de los mismos. Se lleva a cabo una política de reciclaje activa que ha sido convenientemente comunicada en la empresa..
- **Tecnológicos:** Somos pioneros en el uso de herramientas tecnológicas tales como la videoentrevista.
- **Sociales:** Se han firmado alianzas con universidades, centros de estudios, fundaciones, clusters sectoriales, asociaciones,etc. El equipo dispone de una asignación presupuestaria para formación, ya que se apuesta firmemente por las personas.

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

No

2.1. Información adicional

Aunque AYANET puede individualmente enfrentarse a dichos aspectos, es más eficiente y el impacto será más duradero si el enfoque es transversal.

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

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

Nosotros destinamos una porcentaje del beneficio directamente a los empleados.
Otro porcentaje a regalos que hacemos a nuestros clientes en colaboració siempre con DFA
Otro porcentaje, y es nuevo de este 2018, a sacar un estudio acerca de las competencias más analizadas en el mercado aragonés. Es una partida que requiere una inversión en

análisis de datos y estudios demográficos.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

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

5.1. Información adicional

Trabajamos de forma directa con cada uno de los grupos de interés. No solo los conocemos sino que con cada uno de ellos realizamos acciones específicas.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

6.1. Información adicional

Un ejemplo son la realización de evaluaciones de desempeño con los trabajadores, en función del resultado de las mismas individualizado se analiza cuánta partida de nuestro presupuesto dedicamos a formación y/o flexibilidad laboral para formación o actividades personales.

Otro ejemplo son las encuestas de satisfacción a nuestros clientes y proveedores. En función de sus respuestas modificamos nuestra forma de actuar e incluso nuestros objetivos.

Gobierno de la organización

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

7.1. Información adicional

Dentro de nuestro procedimiento de acogida se entrega un manual de normativa, protocolos y procedimientos que posteriormente todo el mundo puede revisar en nuestra Intranet. Estos documentos se revisan cada dos años aproximadamente y se modifican cuando los socios lo consideran oportuno.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

La cultura la hemos implantado entre todos.

La misión, visión y valores la hemos desarrollado juntos y juntos cada año decidimos los objetivos a cumplir. El equipo está involucrado desde la fase de diseño, no solamente se les informa....los objetivos los ponen ellos.

Plan de Responsabilidad Social

9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

Este año se ha elaborado un primer plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Hasta este año hacíamos acciones de RSC pero no estaban procedimentadas, ni existía un plan concreto. Este año estamos desarrollándolo.

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

De momento no tenemos unos objetivos e indicadores definidos. Estamos en el proceso.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

11.1. Información adicional

Disponemos de una encuesta que revisamos anualmente, dónde los clientes nos dan puntuaciones objetivas derivadas de nuestro servicio, así como sugerencias de mejoras. Con los resultados tomamos decisiones e incluso nos replanteamos el servicio

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

12.1. Información adicional

Gracias a nuestras encuestas y a la entrevista que posteriormnte a rellenar la encuesta, tenemos con el cliente, se incluyen modificaciones y mejoras en el servicio, muchas de ellas específicas para cada cliente que posteriormente evaluamos de nuevo.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

Gracias a la información de nuestros clientes, a la información del mercado, del entorno socioeconómico y de lo que hace nuestra competencia, vamos sacando servicios nuevos y/o derivaciones de los actuales. Se prueba y si funciona, se comienzan a comercializar; si no es así no se comercializan. Muchos de ellos los hacemos en colaboración y/o alianzas con colaboradores expertos en una materia concreta. Lean Sturt up
Para determinados servicios utilizamos metodología concreta, para otros no.

Calidad de los productos y servicios

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

15.1. Información adicional

Nosotros tenemos un servicio postventa principalmente en el servicio de seleccion de personal que se caracteriza por un seguimiento del servicio, corrección de desviaciones si las hay; garantía específica por perfil contratado y seguimiento posterior del buen hacer del perfil contratado, así como de su evolución en la compañía

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

16.1. Información adicional

Tanto en seleccion, como en formación y en consultoría; se da toda la información que nuestro cliente requiere. Normalmente honorarios, formas de pago, garantías, etc....personas que van a realizar su proyecto, contenidos concretos, herramientas a utilizar, etc....

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

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

17.1. Información adicional

En nuestro caso, además de reuniones operativas, todos los años hacemos una entrevista de evaluación de desempeño donde se habla de cómo está el trabajador, de sus puntos

fuertes, de sus áreas de mejora y se implanta un plan de acción. También los planes de formación salen de estas reuniones.

Además de ello, todos los meses nos reunimos y vemos cómo vamos a nivel de empresa y aprovechamos para comentar los proyectos generales de la empresa (de inversiones, etc..) Semanalmente realizamos una reunión ejecutiva donde vemos cómo van los proyectos a clientes y líneas de acción.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

Se realizan acciones de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

18.1. Información adicional.

Nosotros por tamaño de empresa no estamos obligados a cumplir con la ley de igualdad, no obstante todos nuestros empleados entran en la empresa a través de un proceso de selección objetivo, que se evalúa a los 6 meses. En Ayanet RH primamos a los buenos profesionales, independientemente de su edad, sexo, nacionalidad, etc...

Tenemos un plan de carrera dónde viene definida la política salarial de la empresa y cada empleado ve hasta dónde puede llegar en función del cumplimiento de objetivos, de las necesidades de la compañía y de su evaluación de desempeño.

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

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

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

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

En Ayanet RH llevamos apostando por la conciliación como medida saludable desde hace varios años, comenzamos por tener flexibilidad en horarios sin tener que comentar a nadie dónde estás. Por otro lado, las jornadas se adaptan a las necesidades de cada uno. Se apuesta por teletrabajo como medida de conciliación ya la que pueden acceder todos los empleados.

Se da la posibilidad de participar en formación dentro del horario laboral.

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo

proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

20.1. Información adicional.

Tal y como hemos nombrado anteriormente, la formación es específica para cada empleado y sale de las evaluaciones de desempeño.

Tenemos inglés para todo el equipo como área transversal, lo demás es todo específico.

Se facilita desde la compañía el formarse desde un punto de vista de desarrollo personal y competencial.

Seguridad y Salud

PROVEEDORES

Compras responsables

Clasificación y evaluación de proveedores

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal

25.1. Información adicional.

Nosotros desde hace varios años colaboramos diversas entidades para fomentar la formación y la inserción de determinados perfiles en la sociedad.

-Colaboraciones con centros de empleo. Formación Dual. Escuelas de negocio: invirtiendo en la formación de los jóvenes mientras realizar prácticas o PFC en nuestra empresa, etc...

-Colaboramos con la sociedad aragonesa organizando de forma planificada cuatro conferencias al año de la mano de la Cámara de Comercio, donde ponemos a disposición de la sociedad la entrada gratuita a una ponencia de eminencias en su materia que son traídas de diferentes ciudades a nivel nacional.

-Participamos con Lanzadera de Empleo para ayudar a los jóvenes en la inserción laboral

-Ponemos a disposición de empresas y personas nuestro conocimiento del mercado aragones participando en debates, formaciones en Universidades, etc....de forma altruista.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

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

26.1. Información adicional.

Todos los proyectos que ponemos en marcha están alineadas con nuestra estrategia de negocio, en ocasiones se nos presentan proyectos que no habíamos tenido en cuenta pero que casan perfectamente con nuestros valores y nuestra cultura y es entonces cuando los insertamos en la estrategia. Es un círculo que nos gusta dejar abierto.

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

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

27.1. Información adicional

Gracias a las herramientas tanto de comunicación interna como externa (redes sociales, yammer, etc..) hacemos partícipes a nuestros empleados, clientes, proveedores de las iniciativas que ponemos en marcha. Igualmente si alguna persona tiene una iniciativa social, se estudia y se participa si casa con nuestros valores.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

Nuestro Dpto. de Marketing analiza y sigue las iniciativas que a través de las herramientas de comunicación se ponen en marcha. Solemos hacer concursos cuando asistimos a ferias para involucrar a las diferentes partes implicadas como un ejemplo concreto.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Se evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

29.1. Información adicional.

Hemos identificado los aspectos e impactos ambientales de la organización de tal forma que podemos agrupar los aspectos ambientales de AYANET en:

- Generación de residuos
- Consumo de recursos: energía eléctrica, agua de red, gasoil y papel

Existiendo una preocupación desde la fundación de la Compañía por estos aspectos, tanto

a nivel económico tanto por el impacto en el entorno, fue a partir de la autoevaluación realizada para la EFQM del ejercicio 2005 cuando se explicitaron los procedimientos relacionados con el medio ambiente y se documentó todo el proceso en las correspondientes fichas de proceso.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

30.1. Información adicional.

Dentro del plan estratégico de la compañía se fijan unos objetivos cuantitativos y cualitativos en función de los riesgos identificados. A nivel interno se busca concienciar y motivar al mayor número de empleados ya que estos son el "motor del cambio".

Economía circular

Comunicación ambiental

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

Se comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

32.1. Información adicional

A nivel interno, hemos elaborado distintos comunicados para la plantilla mediante nuestra herramienta interna de comunicación corporativa "Comunica-t".

También hemos comunicado al exterior nuestras buenas prácticas, tanto a nivel individualizado en nuestra relación B2B con el cliente, como en redes sociales y en nuestra web.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

- 1 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 2 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 3 - Capacitar a las personas de la empresa
- 4 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 5 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral

- 6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 8 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 9 - Disponer de presupuesto
- 10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

Valoración Global

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

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Creo que nuestro mayor punto fuerte es la calidad de nuestros servicios y el cuidado de nuestros grupos de interés poniendo en el centro al cliente tanto externo como interno. Todo lo anterior unido a un valor ser sostenibles para poder seguir aportando en nuestra sociedad.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Quizá deberíamos trabajar algo más en materia de gestión medioambiental y compliance

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible