

RSA - PYMES

Empresa evaluada

ARAINNOVA

CIF:B99407173

C/Clara Campoamor nº:16, 3ºa
50018 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

ARAINNOVA CONSULTORIA DEL CAMBIO

02 - Dirección - CP - Población

Clara Campoamor 16
50018 ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

Consultoría y Formación

04 - Año comienzo actividad.

2014

05 - Número de personas empleadas

3 personas empleadas y 3 colaboradoras externas de manera habitual.

06 - Persona contacto

MARÍA JOSÉ GALARDÓN

07 - E-mail contacto

mgalardon@arainnova.com

08.- Página web

www.arainnova.com

GENERAL

Tendencias Globales

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

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)

- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)

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

la responsabilidad de devolver a la sociedad, no siempre en metálico, sino más bien en especie, aquel valor que nos ha proporcionado previamente, es además de un deber para las empresas, un deseo para las personas que conformamos esta empresa, y una satisfacción para los profesionales que consiguen sostener con éxito sus negocios, proporcionando empleo, productividad y cohesión social. De forma específica desde 2019 en adelante hemos decidido alinearnos con varios de los ODS con los que más se identifica nuestro proyecto para contribuir al objetivo de la Agenda 2030.

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

Si

2.1. Información adicional

Considero que enfrentarse, no, pero afrontarlos sí.

Hoy en día la consecución de cualquier objetivo requiere de la planificación de pequeñas acciones que sean sostenibles teniendo en cuenta nuestro tamaño, y siempre, considerando a todos los grupos de interés de nuestra empresa.

La suma de los esfuerzos es multiplicadora de los resultados. Las alianzas, en nuestro caso, están siendo la palanca de cambio en nuestra humilde organización

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

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

Además de cumplir con las exigencias legales en relación con los aspectos sociales y ambientales en la planificación de nuestra organización, también consideramos estos factores como elementos esenciales para el éxito sostenible a largo plazo.

Nos esforzamos por ir más allá de los requisitos legales mínimos y buscamos oportunidades para mejorar continuamente nuestro desempeño en aspectos sociales y ambientales. Esta perspectiva orientada hacia el futuro es fundamental en nuestra estrategia empresarial y refleja nuestro compromiso de ser un actor responsable y sostenible en el mundo actual.

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

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

Se consideran todos los aspectos económicos, ambientales y sociales, aunque las circunstancias hacen que no haya un presupuesto anual específico en número de euros. Si bien es cierto que las acciones de voluntariado sustituyen a fórmulas en "metálico". Nuestro presupuesto lo medimos en tiempo dedicado y políticas de prevención y ahorro, más que destinando dinero

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

Con socios y empleados mantenemos reuniones periódicas animando a la interacción permanente. Con clientes utilizamos las entrevistas de seguimiento de trabajos para invitarles a dialogar con confianza, en unos casos, y en otros la invitación a foros de temas de nuestra afinidad para las charlas distendidas. Con proveedores y colaboradores externos hacemos eco de la reciente orientación y alineación con los ODS incorporada a nuestra actividad, para animarles a sumarse a la agenda 2030

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

Entrevistas, encuentros en foros de interés común y encuestas.

Hemos incorporado acciones de difusión de la Agenda 2030 en nuestra actividad cotidiana

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

Revisamos estos documentos en la empresa, dando un giro a la estrategia de la empresa desde la perspectiva de la RS, y alineándola con objetivos de desarrollo sostenible

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

En el plan de acogida se aborda de forma especial el tratamiento de los valores más apreciados en la empresa y la convicción de la estrategia responsable de negocio. Se hace mención de prácticas ejemplo que son y otras que no son deseables

Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

9.1. Información adicional

Nuestro plan de RSC se trabaja en el primer trimestre del año, siguiendo las pautas aprendidas en nuestra formación, y alineándolo con el resto de estrategias de la empresa

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

10.1. Información adicional

Los objetivos y sus indicadores son realistas y prudentes en cada ejercicio. Nos estamos ocupando de impulsar de manera específica la igualdad de oportunidades interna y externamente. Atendemos trabajos de manera específica que redunden en la gestión responsable del talento y la comunicación transparente de las empresas para con sus trabajadores, la retención del talento y el impulso del liderazgo femenino. También la sostenibilidad en la triple cuenta de resultados de nuestros clientes y la propia, así como la de las personas emprendedoras a quienes atendemos.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

11.1. Información adicional

Se suelen hacer entrevistas informales en unos casos y en otros cuestionarios de satisfacción escritos, dependiendo de si es un proyecto de consultoría o un curso

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

Se realizan entrevistas orales y/o encuestas de satisfacción

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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

13.1. Información adicional

Cada proyecto es innovador en sí mismo dado que se trata de consultoría de autor en la mayor parte de las situaciones. Se plantea alternativas novedosas para satisfacer las demandas y necesidades del cliente y él elige cuál de ellas se realiza y cómo. Es un acuerdo de colaboración pactado, en muchas ocasiones creado de forma colaborativa con el propio cliente.

2024 está destinado a impulsar acciones de cambio y progreso que garanticen el desarrollo de nuestros usuarios y la mejora de la calidad de vida de las personas a través de proyectos de co-creación. Para ello, apostamos por la gestión de las distintas inteligencias, un componente pedagógico e innovador en nuestros servicios y la generación de alianzas que faciliten impactos positivos en los clientes.

Las alianzas y adaptación a los clientes por la situación coyuntural de este año ha sido una prioridad en todas nuestras actuaciones. Hemos impulsado en 2024 el desarrollo y participación de varios proyectos conjuntos con clientes o el entorno local que cuenten con un impacto Social y/o ambiental.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

14.1. Información adicional

Nuestro proceso normalizado garantiza que se realice un análisis sistemático de todos los aspectos relacionados con la responsabilidad social en cada etapa del proceso, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del servicio.

Nuestra organización aborda la prestación de servicios con un enfoque integral que combina la calidad, la eficiencia y la responsabilidad social, con el objetivo de generar un impacto positivo tanto para nuestros clientes como para la sociedad en general.

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

La detección de errores de un proyecto se comunican de forma inmediata al cliente y se ejerce en el acto iuna medida correctora o la oportunidad de mejora, si el caso lo requiere. No puede darse de otra forma al tratarse de proyectos a medida

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

La mayoría de nuestros servicios se realizan de forma personalizada a demanda del cliente. Por ello en cada caso se describen con detalle todos los aspectos, su precio y los riesgos. Existe un documento descriptivo y tras la aprobación por parte del cliente, se firma su aceptación por cliente y la empresa. En otras ocasiones se firma directamente un contrato de servicios

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

Se mantienen encuentros permanentes. En este momento el tamaño de la empresa permite tener feedback casi a diario

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)?

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

18.1. Información adicional.

El acceso a cada puesto de trabajo no discrimina de ninguna forma. Se potencia el empleo en igualdad de condiciones. Los salarios se establecen bajo los parámetros del convenio colectivo

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.

Se posibilita combinar trabajo en oficina y en domicilio particular para mejor conciliación del horario personal. En otros casos se favorece la jornada reducida y también la flexibilidad horaria. Se priman los resultados sobre el presencialismo.

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.

La empresa programa cada año formación para sus empleados acorde a una detección de necesidades realizada a cada uno.

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

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

21.1. Información adicional.

Estamos comprometidos con el crecimiento y desarrollo continuo de nuestro talento humano. Para lograrlo, implementamos una serie de iniciativas y prácticas que fomentan el aprendizaje y el desarrollo de habilidades como Programas de Formación Continua, Mentoría y Coaching, Desarrollo de Carrera y Feedback Constructivo, con el objetivo de empoderar a nuestros empleados, brindándoles las herramientas y oportunidades necesarias para alcanzar su máximo potencial y crecer tanto a nivel profesional como personal.

Seguridad y Salud

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

22.1. Información adicional.

Creemos que un entorno laboral seguro y saludable no solo mejora la calidad de vida de

nuestros trabajadores, sino que también contribuye a un mejor desempeño y un ambiente de trabajo más positivo en general.

PROVEEDORES

Compras responsables

23.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

23.1. Información adicional.

Nuestros criterios de compra responsable reflejan nuestro compromiso con la promoción de un ecosistema de proveedores sostenibles y éticos que cumplan con nuestros requisitos ambientales y sociales.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

24.1. Información adicional.

Nuestro objetivo es no solo seleccionar proveedores que cumplan con estos criterios, sino también trabajar en estrecha colaboración con ellos para impulsar mejoras y promover prácticas más responsables en conjunto.

Creemos que esta colaboración mutuamente beneficiosa también contribuye a la creación de un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente en general.

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.

Normalmente las acciones proactivas se realizan a través de asociaciones a las que estamos adheridos, como Mujeres empresarias, o mediante acciones de voluntariado personal de los socios/as o empleados/as (somos un equipo pequeño). Compartimos con

colaboradores y aliados los objetivos de desarrollo sostenible a los que nos alineamos: ODS4, ODS5, ODS8, ODS11, ODS12, ODS17. Hemos conseguido integrar en nuestro negocio estrategias de acción directamente ligadas a los ODS

Hemos integrado el desarrollo de las mujeres con proyectos emprendedores, a través del asesoramiento y las mentorías a profesionales que necesitan reinventarse para dar salida a su autoempleo. Marca personal, motivación y liderazgo, autoconfianza, gestión del cambio, innovación y creatividad, consolidación de equipos, movilidad sostenible... han sido objeto de nuestro foco.

Tenemos presente la importancia de la participación ciudadana, por lo que hemos participado en procesos que se convocan que tienen que ver con la igualdad de género y la visibilización de las mujeres en el ámbito público.

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 y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

A través de las asociaciones a las que nos adscribimos. Nos sumamos a su planning

La iniciativa y voluntariado a través de talleres ha sido una acción continuada durante todo el año. Hemos apoyado a las mujeres, en particular a las mujeres en entornos rurales a través del empoderamiento y motivación de las mujeres por el emprendimiento. Transversalizamos la perspectiva de género y la diversidad en todas nuestras actuaciones.

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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

Se comparte en redes sociales y se realizan trabajos de desarrollo y divulgación de los ODS.

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

La palabra es nuestro mejor aliado en la divulgación de mensajes y como embajadores convencidos de la RSC. Se nos ha reconocido públicamente proyectos de innovación social en el ámbito de la movilidad y del trabajo con mujeres en el medio rural. Nuestras acciones se dirigen a la mejora de la cualificación y desarrollo de Smart Citizens.

la alineación de los ODS con la estrategia de las organizaciones ha sido un elemento destacado en nuestra agenda

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 separar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

29.1. Información adicional.

Invitamos al ahorro energético y de consumo de papel sin acciones proactivas. No registramos ni evaluamos, por ahora.

Hemos impulsado la comunicación y divulgación de la movilidad urbana responsable entre la ciudadanía para favorecer su implicación y la generación de nuevas ideas, acciones o proyectos que llevar a cabo.

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.

30.1. Información adicional.

Se potencia el uso de transporte público mediante el abono de tarifas de bus y servicio público a los trabajadores y colaboradores y se comparte el transporte privado

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

La organización ha comenzado a integrar los conceptos de la economía circular en sus operaciones y cuenta con objetivos y un plan de acciones para su desarrollo.

31.1. Información adicional

Continuaremos trabajando para avanzar en la implementación de prácticas más circulares

en todos los aspectos de nuestras operaciones, con el objetivo de maximizar el valor de los recursos y minimizar el impacto ambiental.

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 a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

La plantilla las conoce porque es partícipe de su elaboración y desarrollo. A otros grupos de interés lo comunicamos vía mail o documentos tipo de la empresa, facturas, informes, folios tipo,...

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

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?

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La firme convicción de la Dirección de que es posible ejercer la actividad empresarial considerando la triple cuenta de resultados, siendo un micropyme, y que como micropyme somos capaces de contagiar a otras para que se unan al equipo de las empresas socialmente responsables. Titulamos como Experto en RS en la UNIZAR, para afrontar nuestro propio cambio desde la RS y acompañar a otros, facilitándoles el suyo, aportando criterio, método y herramientas socialmente responsables. Hemos conseguido alinear

nuestro negocio con 5 ODS y divulgamos de manera habitual todas las dimensiones posibles de aplicación de la RS como estrategia de mejora permanente de autónomos y pymes, especialmente de mujeres en el medio urbano y rural.

Estamos impulsando el desarrollo y participación en proyectos conjuntos con clientes o el entorno local que cuenten con un impacto Social y/o ambiental. Realizamos investigación voluntaria sobre nuevas formas de innovación social en entornos mayoritariamente tecnológicos

Pretendemos mejorar estrategias y canales a través de los que clientes, o personas pertenecientes a los grupos de interés, puedan comunicar su opinión, de forma continua, respecto a los servicios prestados, o a posibles incumplimientos. Tarea pendiente: la publicación de nuestro código ético

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Nos ponemos dos deberes: redactar la memoria de sostenibilidad y desarrollar indicadores de impacto en varias áreas que midan la sostenibilidad de las micropymes, incluida la nuestra el próximo ejercicio

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si

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

- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.