

RSA - PYMES

Empresa evaluada

IBERNORDIK - Susana Andrés Omella

CIF:40930783Y

C/Eduardo Hernáz 29 local Izda.

50008 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Ibernordik

Omella Next Step

02 - Dirección - CP - Población

Calle Eduardo S. Hernaz, 29, local izquierda

CP: 50008

Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Ibernordik. Empresa de RRPP, marketing y comercio internacional y organización y representación de ferias y congresos.

Omella Next Step, consultoría estratégica y de internacionalización agroalimentario, turismo.

Organización de ferias y eventos.

04 - Año comienzo actividad.

2010

05 - Número de personas empleadas

1

06 - Persona contacto

Susana Andrés Omella

07 - E-mail contacto

susana.andres@ibernordik.com

08.- Página web

www.ibernordik.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)

Se consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

1.1 Información adicional

Ibernordik, igual que cualquier empresa se ve afectada por factores económicos, políticos, medioambientales, tecnológicos y sociales y los tiene en cuenta a la hora de desarrollar sus previsiones y planes de acción.

Al ser una consultora de RRPP; marketing y comercio internacional, cuyo principal producto es ofrecer servicios de consultoría a empresas que quieran operar en Latinoamérica y el norte de Europa, principalmente en Inglaterra, el tema del BREXIT es un factor socio-económico y político muy a tener en cuenta. El lema de Ibernordik es "Construyendo puentes hacia el norte", razón de todas las alianzas con partners extranjeros. Alianzas que no siempre tienen el fin de obtener beneficios económicos, sino también sociales o de otra índole.

El corto plazo es igual de importante, o más, que el largo plazo, debido a la actividad y el tipo de producto que Ibernordik ofrece.

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

No

2.1. Información adicional

Una sola PYME no tiene poder de influir en temas globales, sin embargo "concordia res parvae crescunt" (las cosas pequeñas florecen en la concordia), del capítulo 10 de la Bellum Iugurthinum, obra del escritor republicano romano Salustio, que viene a significar algo como "la unión hace la fuerza".

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

Está en el corazón de la empresa, reducir en la mayor medida posible el impacto medioambiental,

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

Todos los que formamos Ibernordik sabemos lo importante que es la acción social y ser responsables con el medio ambiente, por eso aportamos nuestro granito de arena al planeta llevando a cabo una política de "Papel 0", que es así como la llamamos, que consiste en reducir a 0 el consumo de papel en nuestra empresa utilizando las vías de comunicación tecnológicas para el envío y recibo de facturas. En cuanto al ámbito social, nuestra CEO apadrina niños en países en vías de desarrollo.

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.

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

5.1. Información adicional

Ibernordik tiene perfectamente identificados sus grupos de interés:

- Empleados: Ibernordik cuenta con empleados con discapacidad física, siendo éstos el 100% de la plantilla, ya que sabemos que el talento y el compromiso de cada persona no entiende de etnias, género, etc.
- Clientes: Ibernordik se esfuerza cada día en conocer a sus clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y maximizar en la medida de lo posible su bienestar. La relación personal que establecemos con ellos nos permite crear un valor más allá del retorno económico.
- Proveedores: Ibernordik busca en sus proveedores el mismo nivel de compromiso con la sociedad y el medio ambiente que la empresa posee. Claramente se tiene en cuenta el precio, pero no es una prioridad.
- Sociedad en general: a través de estas pequeñas actuaciones y muchas otras, Ibernordik fomenta el diálogo para conseguir que todos conozcan nuestra filosofía y se comprometan con el desarrollo sostenible.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

6.1. Información adicional

Ibernordik realiza encuestas a sus clientes de forma periódica para conocer el nivel de satisfacción y sus futuras necesidades.

En cuanto a los demás stakeholders, Ibernordik al ser una empresa tan pequeña, se apuesta por las relaciones interpersonales cercanas y basadas en la confianza, por ejemplo la relación de los empleados con la empresaria.

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 documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar-

que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

7.1. Información adicional

En Ibernordik existe un documento que todos los empleados están obligados a firmar al principio de su relación laboral con la empresa. Dicho documento recoge las cláusulas de confidencialidad, pautas de comportamiento ético y responsable y la filosofía de la empresa.

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, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1. Información adicional

El Código Ético y de Conducta contiene una recopilación de los principios orientadores y de las normas reguladoras del comportamiento de Ibernordik y de las personas que la integran en el marco de su actividad profesional y de las relaciones que, a causa de esa actividad, mantienen entre sí o con terceros. El objetivo es que la actuación no solo se ajuste al marco legal vigente sino también por cumplir con los requisitos de integridad y responsabilidad a nivel individual y profesional.

Plan de Responsabilidad Social

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

9.1. Información adicional

Lanzamiento de una feria para promover el consumo de productos ecológicos y dinamizar la España Rural, intentando combatir la despoblación de la Comarca Campo de Belchite.

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 a nivel general

10.1. Información adicional

En este momento tenemos un plan de Responsabilidad Social generalista, intentamos mostrar nuestro compromiso con la sociedad y el medioambiente con nuestra marca de bolsos sostenibles Omella en nuestra estrategia de producción, venta y comunicación de las acciones.

También hemos lanzamos el 11 de noviembre de 2022 una feria en la zona más despoblada de Aragón -Campo de Belchite- para dinamizar la España Rural, atraer turistas, visitantes y fomentar el consumo responsable de productos ecológicos.

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

Anualmente realizamos una encuesta a los clientes de la empresa. Dicha encuesta se denomina Ventana de Johari, que es una herramienta de psicología cognitiva. Este modelo de análisis ilustra el proceso de comunicación y analiza la dinámica de las relaciones personales

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Utilizamos las nuevas tecnologías de la información y comunicación más actuales en nuestros ordenadores y móviles ya que tenemos un fuerte compromiso con la política cero papel.

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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

Ibernordik ofrece servicios adaptados a las necesidades de cada cliente, por tanto existe una relación muy cercana con él, no tenemos la necesidad de elaborar ese tipo de informes, en cuanto a consultoría se refiere.

Si hablamos de la otra actividad de Ibernordik, que es diseñar, producir y distribuir bolsos de alta gama y sostenibles, si que se han realizado investigaciones de mercado de manera informal.

Calidad de los productos y servicios

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

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

14.1. Información adicional

Dotamos a los servicios de menor coste ambiental, viajes sostenibles, etc

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

Damos un servicio basado en la confianza y la cercanía, haciendo sentir a nuestro cliente parte del proyecto en todo momento.

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

Tenemos la obligación de informar a nuestros clientes en virtud del principio de transparencia. Por ello, nuestro objetivo es orientar al cliente acerca de las propiedades del producto así como de nuestras mejores prácticas, para crear una relación profesional transparente.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

Ibernordik, al ser una empresa muy pequeña que se basa en la cercanía empresario-empleado, realiza reuniones periódicas, en las que no solo se evalúan la satisfacción del empleado, sino que también se discute sobre la conciliación laboral, existiendo la posibilidad de trabajar desde casa, tener unos horarios flexibles, etc. Una vez más, interviene el término flexibilidad, término que define la relación con los empleados.

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.

Ibernordik se caracteriza por su política de inclusión social, ya que cuenta con personas que tienen discapacidad. Se apuesta por la valía de las personas, y no por su condición física o sus circunstancias personales. El capital humano es el más importante factor y por el que cada día trabajamos y nos empleamos a fondo.

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.

la conciliación laboral, es algo que caracteriza a nuestra empresa, que pone en primer lugar el bienestar de las personas que la forman. Prueba de que la conciliación es clave para Ibernordik, es la comunicación continua con los empleados y la confianza que generamos en ellos para que nos comuniquen sus distintas situaciones personales, y en la medida de lo posible intentar ayudarles de una manera profesional con la cercanía que nos define.

Formación y desarrollo profesional**20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?**

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla. Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización.

20.1. Información adicional.

En Ibernordik tenemos una relación estrecha con nuestros empleados, y las necesidades de formación se comunican directamente a la dirección de la empresa, y en la medida de lo posible se intentan cubrir por parte de la empresa.

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas.

21.1. Información adicional.

Les damos las herramientas necesarias para acceder a plataformas on line, trabajar desde casa, etc, como portátil y móvil.

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.

Los puestos de trabajo están adaptados ergonómicamente, por ejemplo, utilizamos atriles

y soportes de pantalals movibles para poder alternar el trabajo de pie o sentados. También dotamos de pantallas de ordenador más grandes que los portátiles para salud visual,

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.

Como filosofía de empresa, nos nutrimos primeramente de proveedores loales, a ser posible también sensibilizados con políticas medioambientales y/o los ODS.

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.

Intentamos trabajar con empresas Bcorp, como nuestra entidad bancaria o con empresas sostenibles, como muestra proveedora de luz. Para proveedores más esporádicos, los elegimos en función de su cercanía para menor impacto última milla y que cumplan requisitos éticos.

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 sin planificación específica

25.1. Información adicional.

Nuestra CEO colabora de manera voluntaria en los siguientes proyectos:
Delegada de la cámara hispano-danesa en Cataluña, Aragón, La Rioja y Navarra
Centro riojano Madrid - colaboradora Climate reality project, Amnistía internacional

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 planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Se intenta contratar a personas de grupos menos favorecidos; mujeres, mayores de 50 años, emigrantes.

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

Ibernordik pone a disposición información sobre su empresa así como de Omella como por ejemplo del área de actuación, la visión, misión, cómo trabajamos o la presentación de nuestro equipo.

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?

Se informa únicamente cuando se demanda

28.1. Información adicional

Nuestras prácticas son ampliamente conocidas por las personas empleadas y también están disponibles en nuestros portales web.

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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

29.1. Información adicional.

En nuestra empresa se tienen muy en cuenta los impactos medioambientales generados por la actividad de nuestra empresa. Destacamos nuestra política de "Papel 0", ya que intentamos no trabajar con documentos impresos llevando a cabo toda nuestra facturación de manera electrónica. Vivimos en la era de las telecomunicaciones e intentamos aprovechar esta oportunidad de la mejor forma que podemos. En cuanto a la segunda actividad de la empresa, que es la producción de bolsos sostenibles....

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?

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

30.1. Información adicional.

para la comunicación de este tipo de estrategias estamos dando nuestros primeros pasos para ello. Nos hallamos en el desarrollo de este plan.

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

Está dentro de la misión de la empresa, es primordial estar en consonancia solo con los tres pilares que sostienen la regla de las tres erres de la sostenibilidad.: reducir, reutilizar y reciclar sino llegar hasta las siete R : rediseñar, reducir, reutilizar, reparar, renovar, recuperar y reciclar. con el objetivo de preservar el medio ambiente y, al mismo tiempo, fomentar la 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 comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Tenemos previsto implementar un plan estratégico donde la comunicación ambiental y social sea uno de los ejes

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 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 2 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 3 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 4 - Capacitar a las personas de la empresa
- 5 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 7 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral

- 8 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
- 10 - Disponer de presupuesto

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?

Es una marca sostenible que apuesta por el cuidado del medioambiente y la sostenibilidad

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Mejora a la hora de la comunicación ambiental y desarrollo de proyectos en el marco de los ODS.

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, ¿Cuales son?

- ODS 3. Salud y bienestar.
- 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 13. Acción por el clima.