Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

FACTORÍA DE SOLUCIONES, S.L.
CIF:B99000903
C/Mariana Pineda nº:15, 7ºA
50018 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Razón social: Factoría de Soluciones, S. L.
Nombre comercial: Sociedad y Empresa

02 - Dirección - CP - Población

c/ Mariana Pineda 15, 7º A
Zaragoza (50.018)

03 - Sector. Actividad

Consultoría. Prestación de servicios en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial, la investigación social y el diseño, implementación y evaluación de proyectos sociales

04 - Año comienzo actividad.

2004

05 - Número de personas empleadas

1

06 - Persona contacto

Javier Carrasco

07 - E-mail contacto

info@sociedadyempresa.com

08.- Página web

www.sociedadyempresa.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

Las organizaciones empresariales formamos parte, afectan y se ven afectadas, del entorno más cercano en el que se localizan y del entorno global. Todas las teorías científicas y de gestión han incorporado desde hace tiempo esta evidencia. Las organizaciones empresariales ya no somos consideradas como "cajas negras" en las que se introducen inputs (recursos) y generan ouputs (productos o servicios). Las organizaciones empresariales sólo seremos y seguiremos teniendo razón de ser si alineamos nuestros objetivos estratégicos con el mantenimiento de un entorno social y medioambiental de calidad.

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

Si

2.1. Información adicional

Cualquier organización en el ámbito de sus competencias puede abordar, enfrentar y actuar para no sólo minimizar sus impactos negativos (en el ámbito social y medioambiental) sino también impactar de forma positiva. Es imprescindible internalizar todos aquellos costos sociales y medioambientales que en la actualidad no se encuentran internalizados en nuestros procesos.

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

Al ser una micropyme las exigencias legales de cumplimiento en materia de información no financiera no nos afectan. Sin embargo, somos una empresa que entendió desde el inicio de que nuestra actividad tiene un impacto, tanto social como medioambiental. De ahí que, en la medida de nuestras posibilidades, internalizamos este coste. Y para hacerlo de forma adecuada lo integramos en nuestra estrategia.

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

En cada marco de planificación estratégica (trianual) se establecen los objetivos de inversión en proyectos sociales y medioambientales que tengan un carácter estratégico para nuestra empresa. Anualmente se produce una revisión y actualización, en su caso, de nuestros compromisos de colaboración. En estos momentos invertimos un 0,8 % del resultado económico de cada ejercicio anual. El objetivo para el próximo periodo de planificación es llegar al 1%. Esta inversión se destina a tres acciones: la ONG Médicos sin fronteras, la revista de análisis económico Alternativas Económicas y la revista de análisis 5W.

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

La identificación de los grupos de interés más significativos se llevó a cabo tras el análisis realizado en el que se cruzaron los siguientes criterios: tamaño y estructura societaria de la empresa, sector de actividad y sistema de procesos de gestión.

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

Tras analizar las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés y, en su caso, ser integradas se comunican, incluyéndolas en nuestro Informe de Progreso (informe anual que realizamos como socio SIGNATORY de GLOBAL COMPACT).

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

La actuación ética deber ser parte inherente en cualquier actuación profesional. Más si cabe en nuestro ámbito de actuación. Por ello todas nuestras actuaciones se rigen en base los siguientes códigos deontológicos: 1. Código Deontológico de la Profesión de Consultoría en Responsabilidad Social y Sostenibilidad. En el enlace siguiente se encuentra el código deontológico: https://cutt.ly/Et8Uv9Z En el enlace siguiente se encuentra la lista completa de firmantes del código deontológico: https://cutt.ly/it8UY0U 2. Código internacional ICC/ESOMAR para la práctica de la investigación social y de

mercados. En el enlace siguiente se encuentra el código completo: https://cutt.ly/Nt8Ujak 3. Socio Signatory del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

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

Somos una empresa unipersonal, sin empleados. Sin embargo, la totalidad de personas que colaboran en los proyectos que desarrollamos y servicios que implementamos son conocedoras de los compromisos a los que estamos suscritos. De la misma forma, en el momento que requiriéramos la contratación de personas, procederíamos de la misma forma. Dando a conocer nuestros compromisos.

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

Este plan de RSE es comunicado anualmente a través del Informe de Progreso que realizamos anualmente como empresa SIGNATORY de Global Compact.

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

Disponemos de objetivos e indicadores en relación a nuestra inversión anual en apoyo a iniciativas sociales y el tiempo destinado a voluntariado corporativo.

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

A la finalización de cada servicio o proyecto se solicita un certificado de buena ejecución.

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 su implantación

12.1. Información adicional

La identificación de mejoras se lleva a cabo a través de reuniones informativas con nuestros clientes.

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

A través de la recepción de diferentes newsletter y alertas se analizan periódicamente novedades, nuevos servicios y productos, etc. Este análisis se encuentra vinculado con el área de formación por cuanto si se observa una nueva necesidad que requiere de formación complementaria se lleva a cabo.

Calidad de los productos y servicios

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

14.1. Información adicional

Hemos analizado nuestra huella de carbono anual, calculando las emisiones que generamos de scope 1 y 2. A su vez llevamos a cabo acciones de compensación de las emisiones que anualmente no somos capaces de eliminar. Nuestro objetivo es equilibrar nuestro impacto, alcanzando las cero emisiones netas a corto plazo. Esta información se traslada a nuestros clientes en diferentes momentos y comunicaciones a lo largo de nuestra relación comercial.

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

Una derivada de nuestra política de transparencia es informar sobre las consecuencias y alternativas disponibles ante la puesta en práctica de diferentes actuaciones.

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

Por la especificidad de nuestro ámbito de actuación en la totalidad de servicios ofertados incorporamos información sobre las características y propiedades del servicio.

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

No disponemos de personas contratadas.

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 formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

En la totalidad de equipos de trabajo que conformamos para la realización de los servicios para los que somos contratados tendemos al equilibrio entre hombres y mujeres y la incorporación de profesionales con diferentes capacidades (de tipo físico, intelectual o de procedencia).

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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.

1. De tipo laboral: incorporación del teletrabajo con la medidas restrictivas para el establecimiento de tiempo de conexión y de desconexión.
2. Adecuación del horario laboral al cuidado de familiares y descendencia.

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 formación va ligada a nuestros procesos de innovación e incorporación de nuevos servicios, por lo que es es un aspecto esencial para la mejora continua del servicio que ofrecemos.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

21.1. Información adicional.

Al ser una empresa de servicios profesionales, uno de los objetivos estratégicos es tener una constante actualización de las novedades referidas a nuestro ámbito de actividad. Una necesidad que se traslada al ámbito formativo. Posibilitando y acompañando en el proceso formativo de mejora constante a la estructura profesional.

Seguridad y Salud

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

Aunque por el tamaño de nuestra empresa, micropyme, no estamos obligados por ley. Sin embargo, llevamos a cabo acciones para mantener en niveles óptimos la seguridad y salud de nuestra estructura profesional. Desde revisiones médicas de carácter periódico, hasta favorecer el necesario descanso y desconexión fuera de la jornada de trabajo.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

23.1. Información adicional.

Aunque de manera formal no existe un protocolo de actuación, en todas las adquisiciones que se realizan se valora no sólo el precio de compra, sino también los aspectos sociales y medioambientales del producto/servicio. En ese sentido, el precio no es el factor que determina la adquisición. La decisión final de compra se lleva a cabo teniendo en cuenta

los asuntos sociales y medioambientales vinculados al producto/servicio.

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.

La clasificación de proveedores incorpora características de impacto medioambiental. En concreto: emisiones de CO2 y política de reducción y compensación.

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?

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

25.1. Información adicional.

En la actualidad ese plan de colaboración representa el 0,83%, con el objetivo de que sea el 1% de los ingresos anuales. Este plan de colaboración se complementa con la ejecución de una bolsa de horas de voluntariado corporativo. Hemos establecido como empresa disponer de una bolsa de horas para ayudar a otras organizaciones (cooperativas, entidades sin ánimo de lucro...) en la incorporación e integración de criterios sociales y medioambientales en sus procesos de gestión y estrategias. Además, apoyamos de forma voluntaria a cooperativas para que integren criterios sociales y medioambientales en sus procesos de gestión y estrategias. Bien llevando a cabo formación gratuita, bien orientándoles y acompañándoles en la realización de actuaciones sociales y medioambientales.

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.

La totalidad de proyectos en los que se participa, tanto económicamente, como voluntariamente, se encuentran alineados a la estrategia y objetivos de Sostenibilidad de nuestra empresa.

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

La comunicación en materia de Sostenbiliidad y, por lo tanto las actuaciones que llevamos a cabo en el ámbito social, se difunde a través de los canales habituales que utilizamos para la comunicación con nuestros grupos de interés. La web corporativa y comunicaciones periódicas de carácter online son los principales.

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 comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

28.1. Información adicional

La comunicación en materia de Sostenbiliidad se difunde a través de los canales habituales que utilizamos para la comunicación con nuestros grupos de interés. La web corporativa y comunicaciones periódicas de carácter online son los principales.

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.

Nuestro plan tiene como objetivo disminuir y en su caso compensar la totalidad de emisiones de CO2 que nuestra actividad genera anualmente. En estos momentos, nos encontramos en proceso de medir el volumen de emisiones emitidas durante el año 2019. Además realizamos las siguientes actuaciones: 1) Utilización de medios de transporte colectivo o menos contaminante en los desplazamientos cortos dentro de la ciudad en la que se trabaja. 2) Reciclaje y reutilización de material de oficina.

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.

como empresa socia SIGNATORY de Global Compact, emitimos anualmente un informe de progreso en el que se da cuenta de nuestra estrategia frente al cambio climático.

Economía circular

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

31.1. Información adicional

Forma parte de la estrategia la reducción de residuos, el reciclaje de material, la recuperación y la reutilización de productos, así como la búsqueda y contratación de productores de energía menos contaminante.

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 comunicación en materia de Sostenbiliidad que se incluye el Informe de Progreso (Global Compact) se difunde a través de los canales habituales que utilizamos para la comunicación con nuestros grupos de interés. La web corporativa y comunicaciones periódicas de carácter online son los principales.

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 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
3 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
4 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
5 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
6 - Ofrecer productos y servicios de calidad
7 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
8 - Capacitar a las personas de la empresa

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?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Conocimiento teórico y práctico de los aspectos relacionados con la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Realizar un plan de comunicación con el objetivo de mostrar al conjunto de nuestros grupos de interés nuestro compromiso con la Sostenibilidad.

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 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.