

RSA - PYMES

Empresa evaluada

BRAINY INTELIGENCIA SEMÁNTICA, S.L.

CIF:B99480303

C/Jerónimo Zurita nº:18, Entresuelo Izqda.
50001 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Consultora tecnológica especializada en semántica, que desarrolla soluciones de Big Data, Machine Learning e Inteligencia Artificial.

02 - Dirección - CP - Población

C/ Jerónimo Zurita, 18, entlo izda - 50001 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

TIC

04 - Año comienzo actividad.

2016

05 - Número de personas empleadas

11

06 - Persona contacto

Rafael Marín Patiño

07 - E-mail contacto

rmarin@brainy.technology

08.- Página web

www.brainy.technology

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

Al ser una empresa que desarrolla tecnologías de la información, big data, machine learning e inteligencia artificial tenemos en cuenta y estudiamos todos los posibles impactos a corto y largo plazo del ámbito tecnológico y medioambiental. En el ámbito político como toda empresa podemos vernos afectados por los posibles cambios regulatorios, además en el aspecto social la empresa demuestra responsabilidad con sus trabajadores, priorizando siempre la conciliación entre la vida personal y la profesional.

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

Si

2.1. Información adicional

Consideramos que ser una PYME no es un impedimento para aportar y enfrentarse a los temas anteriores.

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

No existe ningún proceso formal; pero todos los años se revisa en la estrategia.

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

Actualmente no existe un porcentaje o presupuesto específico que se destine a obras sociales o medioambientales, sin embargo cuando la empresa ha tenido la oportunidad ha realizado donaciones.

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

Sí, tenemos identificado todos nuestros grupos de interés, entre ellos :

- Empleados (trabajadores)
- Proveedores (suministros y servicios)
- Medios de comunicación (redes sociales, prensa digital)

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

El principal mecanismo para detectar las necesidades de nuestros stakeholders es el contacto directo mediante el impulso del diálogo,

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 a disposición de todas las personas de la organización

7.1. Información adicional

Existen códigos de conducta, protocolos y normas que se comunican de manera escrita y verbal. En nuestra organización todos nuestros integrantes conocen desde su incorporación las pautas de actuación a seguir de manera interna en la empresa, además de las normas.

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

La comunicación interna es a base de reuniones entre trabajadores y dirección. Desde el comienzo de la relación se transmiten sus valores, planes futuros y objetivos corporativos entre ellos..

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Actualmente nos encontramos desarrollando nuestro plan de Responsabilidad Social, un proceso desde el que nuestra empresa quiere comenzar a comprometerse activamente con

el desarrollo económico, social y medio medioambiental que este Plan promueve. Deseamos caracterizarnos por nuestra transparencia en los sistemas de gestión y la implantación de programas más sociales.

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

Actualmente no existe un Plan de Responsabilidad Social pero nos encontramos en el punto de partida, en él establecemos indicadores y objetivos entre los que se encuentran las repuestas a las crecientes demandas sociales, actuando en beneficio de la integración de nuestros empleados y el respeto con la realidad social y medioambiental.

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

Para evaluar la satisfacción de nuestros clientes obtenemos la información con el contacto directo. El cliente es esencial para nosotros, por lo que prácticamente a diario estamos en contacto con ellos recibiendo feedback constante sobre nuestras labores en el desarrollo de los proyectos. Una vez finalizados los proyectos, también mantenemos contacto de cara a conocer su nivel de satisfacción con nuestros servicios..

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

Identificamos las mejoras en el servicio al cliente mediante tipos de indicadores como : incidencias recibidas. fidelidad de clientes, cartera de clientes y cumplimiento de plazos. En base a estos indicadores generamos acciones directas de mejora a realizar para resolver así las necesidades e incidencias de nuestros clientes con el servicio.

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

La empresa se adapta a las necesidades, invirtiendo parte de su presupuesto de innovación y desarrollo, Como en todo proceso relacional con nuestros clientes detallamos con la mayor claridad y transparencia la innovación y tecnología usadas en nuestros servicios,

Calidad de los productos y servicios

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

Analizamos que nuestros servicios se encuentren dentro de unos parámetros razonables, por ejemplo, la huella de carbono en el despliegue de nuestras soluciones de inteligencia artificial.

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 satisfacción del cliente es primordial, por lo que nuestra transparencia es esencial. Contamos con servicio de atención al cliente el cual se realiza telefónicamente y por e-mail, el cliente es informado y en ese mismo momento si es posible, se brinda una solución de manera inmediata..

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

Proporcionamos todo tipo de información detallada, clara y honesta en nuestras propuestas y ofertas comerciales, tanto en las políticas de precio, como en los contratos, condiciones de pago y entrega. Además informamos sobre las características y riesgos adheridos a nuestros productos.

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

Contamos de manera interna con un ERP donde todos los empleados pueden valorar diferentes aspectos relacionados con su satisfacción en el proceso de su trabajo, como la gestión y el cumplimiento de los objetivos. En las reuniones semanales y periódicas se incluyen puntos y aspectos que forman el equilibrio satisfactorio entre el trabajador y la empresa, a base de una comunicación flexible y cómoda por parte de todo el organigrama

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.

Se realizan iniciativas que promueven la igualdad de oportunidades, a modo de ejemplo: se comunican los puestos de trabajo vacantes, se promueve la promoción interna, existe una política de retribución salarial. También se garantiza el respeto e igualdad de oportunidades y la no discriminación, valorando las necesidades formativas del personal, implicando a los trabajadores en proyectos de mejora y adoptando medidas para la conciliación de la vida laboral y familiar. La jornada laboral se desarrolla de manera presencial y no presencial (teletrabajo); haciendo uso en ambas metodologías de los equipos de trabajo que pone la empresa a disposición de los empleados.

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.

Flexibilidad de horarios de entrada y salida en el trabajo, pausas de descanso para la comida, cafe, etc.

Adecuación de los horarios a los ritmos cotidianos de los trabajadores.

Teletrabajo, haciendo uso de los equipos de trabajo que la empresa le proporciona.

Realización de formación interna dentro de las organización en horario laboral.

Reuniones dentro del tiempo de trabajo y no en los límites de descanso.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas

empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

La empresa valora y satisface las necesidades formativas de todo el personal, en concreto de los empleados creando un hilo conductor entre los objetivos personales y profesionales de este y de la empresa .

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

Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación básica relacionada con el desempeño del puesto de trabajo y la actividad de la organización

21.1. Información adicional.

Cada una de nuestras incorporaciones es tutorizada en el momento que se une a nuestra organización.

Seguridad y Salud

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

22.1. Información adicional.

Se siguen todas las indicaciones de nuestra mutua de prevención

PROVEEDORES

Compras responsables

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

23.1. Información adicional.

Procuramos tener en cuenta la procedencia de los servicios o bienes adquiridos.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

Procuramos contar con colaboradores locales siempre y cuando sea posible.

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.

La empresa tiene clientes que trabajan activamente para lograr un cambio mediante proyectos de índole social o medioambiental, es por esto que trabajamos indirectamente proporcionando nuestra metodología y tecnología como herramienta para aportar al cambio.

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.

Los proyectos implantados en la empresa conllevan una alineación entre la estrategia y los objetivos de la misma. Entre la implicación de esos proyectos como estrategia social consideramos que nuestra misión es involucrarnos en la mejora de calidad de nuestro servicio.

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 comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

27.1. Información adicional

Creamos grupos de trabajo donde fomentamos el diálogo con los trabajadores. Mediante los canales de comunicación existentes garantizamos la comunicación entre todas las partes interesadas a través de acciones que contribuyen a la transparencia con el entorno.

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

Disponemos de un plan de comunicación donde se plasma la forma en la que nos vamos a

comunicar con nuestra comunidad local. Esta comunicación se dirige de manera interna, a los empleados y de manera externa a nuestro público de interés. Además nos es útil para obtener una visión general de las acciones que se van a llevar a cabo.

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.

Al tratarse de una empresa de servicios tecnológicos, en mayor o menor medida producimos una alteración en el medioambiente, identificamos el impacto ambiental tecnológico. El cual depende de los siguientes factores:

- El porcentaje de la población que tiene acceso a la tecnología.
- El uso de la tecnología a nivel de consumo.
- La calidad medioambiental de la tecnología utilizada.

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 a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

Nuestra estrategia tiene como pilar fundamental el minimizar el impacto ambiental, un aspecto que consideramos primordial en el concepto de responsabilidad social que queremos lograr. Como actividad empresarial con impactos en su mayor o menor medida, el primer paso de nuestra estrategia sería identificar y evaluar el grado del mismo impacto y establecer medidas posteriores.

Economía circular

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

No se han desarrollado iniciativas o proyectos orientados a la economía circular

31.1. Información adicional

En este momento no analizamos 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 comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

Para llevar a cabo esta comunicación fomentamos y sistematizamos canales de diálogo con los grupos de interés, asegurándonos así de que conozcan nuestra motivación e implicación en la mejora continua de la empresa.

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

6

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Recursos tecnológicos propios.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Mejora continua en el desarrollo de nuestros productos y servicios.

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 pero no ha establecido ningún compromiso 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 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.