

RSA - PYMES

Empresa evaluada

ACTIVA2 CONSULTORÍA, S.L.
CIF:B99284390
C/Boggiero 44, Local
50003 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Activa2 Consultoría, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

C/ Boggiero, 44
50003 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Consultoría y Formación empresariales

04 - Año comienzo actividad.

2010

05 - Número de personas empleadas

1 (S.L.U.) Sociedad Limitada Unipersonal

06 - Persona contacto

Carlos Martínez Soler

07 - E-mail contacto

cmsoler64@gmail.com

08.- Página web

www.activa1.com

GENERAL

Tendencias Globales

- 1.- Considera que su empresa tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como por ejemplo:
- Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...
 - Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas,)
 - Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,)
 - Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales)

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

Se consideran importantes y se tienen en cuenta a través de la definición de propuestas a corto plazo

1.1 Información adicional

Si bien trabajando para nuestros clientes realizamos exhaustivos análisis PEST / DAFO como fase previa de su planificación estratégica, internamente en nuestra S.L.U. se hacen de manera mucho más somera e informal, que aún así nos aportan información de tendencias sectoriales y empresariales, antes las cuales reaccionamos positivamente con actuaciones como p.e.:

-Este Sello RSA, distintivo que se empieza a valorar en concursos públicos a los que nos presentamos, o como forma de predicar con el ejemplo ante un cliente histórico e institucional como es el IAF, promotor de esta encomiable iniciativa en RSE

-Demanda creciente en el mercado del servicio de coaching directivo, para lo cual se decidió apostar por recibir formación directiva y obtener en 2018 la certificación COACH de la ICF (International Coaching Federation)

- ...

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

Si

2.1. Información adicional

Si perfectamente y no solo pymes, p.e. Activa2 es una mera S.L.U. (Sociedad Limitada Unipersonal, con una sola persona en su estructura) que venía realizando acciones sueltas en RSE de manera aislada y que ahora gracias al plan RSA aglutina en un solo marco

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

3.- Al planificar la actividad de su empresa, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Se diferencian sin existir metodología específica

3.1. Información adicional

Como ya se ha señalado en el punto 1.1. se realizan (dada la dimensión de S.L.U.) someros análisis PEST / DAFO en el corto (especialmente, reaccionando a tendencias del sector / mercado con agilidad, dado el carácter unipersonal)) y alguno puntualmente a largo plazo

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

-La única aportación económica (anecdótica, dado el tamaño de una SLU con un autónomo en estructura) que se destina / presupuesta específicamente, es a la ONG MdM (Médicos

del Mundo), por razones de afinidad personal del administrador único de la S.L.U. y a la par socio contribuidor de tal ONG; hecho este que se comunica a la sociedad abiertamente en el LinkedIn profesional (véase aptdo. 5d.28.1)

-Otras aportaciones no monetarias que superan con creces la previamente señalada, alineadas a la propia actividad profesional / misión de la SLU, serían la prestación, "gratis et amore", de servicios profesionales de asesoría empresarial a asociaciones de fomento emprendedor como p.e. Generando Futuro (www.generandofuturo.es) en calidad de socio y de coordinador de la línea de estrategia de negocio, o la incubadora Zaragoza Activa, del Ayto. de Zaragoza (véanse detalladas ambas líneas de cooperación / apoyo a la actividad emprendedora en el punto final 7.c.35)

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su empresa 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 interes con los que interactuamos en la actividad de la empresa

5.1. Información adicional

Nuestros Grupos de Interés son:

- Cientes (actuales, que mantener y desarrollar)
- Mercado (clientes potenciales)
- Sociedad (comunidad inmediata, RRSS, ...)
- Administraciones Públicas Estatales, Autonómicas y Locales con las que nos relacionamos en trámites administrativos para nuestra actividad (Hacienda, Seguridad Social, Aytos., ...)
- La propiedad y estructura (unipersonal) de la propia S.L.U.
- Colaboradores (proveedores de servicios profesionales y/o de gestión) para prestar nuestra actividad (Gestoría, Free-Lances, ...)

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés y se analizan de forma individualizada

6.1. Información adicional

Las vías de conocimiento de las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés son:

- Reuniones informales de negocio en las que se aprovecha a extraer información de su percepción / valoración sobre la empresa (especialmente clientes / colaboradores)
- Encuestas de percepción / valoración (de los clientes) a la finalización de cada curso (=objeto social) realizado
- Analítica web / seguimiento de RRSS (LinkedIn especialmente como foro empresarial sectorial por excelencia; o Facebook Profesional), con foco pormenorizado en cada post (temáticas que más interesan, colectivos profesional que más consultan, empresas seguidoras, zonas geográficas de procedencia de las mismas, ?) en cuanto a Sociedad

Gobierno de la empresa

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

Existe un documento con normas o pautas de actuación

7.1. Información adicional

Si bien dada la dimensión de S.L.U. las pautas de conducta (código mental) se tienen claras tras más de tres décadas de experiencia profesional en el sector / mercado / sociedad, con pautas sectoriales que seguimos... ciertamente habremos de redactar formalmente un "código de conducta" o de normas de actuación externa ante los grupos de interés, que recoja la citada pauta de comprotamiento corporativo

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

Sí, si bien exclusivamente a los más implicados

8.1. Información adicional

Dada la estructura de S.L.U. (Sociedad Limitada Unipersonal) residen únicamente en el socio - administrador

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Este Plan RSA auspiciado por el IAF es la primera actuación formal estratégica que enmarca acciones hasta ahora llevadas a cabo de manera esporádica en materia de RSE

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

10.1. Información adicional

-Un primer objetivo al hilo de este Plan RSA auspiciado desde el IAF, es enmarcar en el mismo cuantas acciones en materia de RSE hasta ahora se realizaban sueltas, sin un marco de referencia

-Un 2º objetivo este año es renovar el Sello RSA como distintivo de autónomo / micro-empresa / pyme Socialmente Responsable en Aragón, zona geográfica principal de actividad empresarial de Activa2 Consultoría

-Un 3º Objetivo será su mantenimiento en el tiempo y renovación anual conforme a las normas del Plan RSA del Gobierno de Aragón

-Indicadores de todo ello serán

*Nº y seguimiento (visibilidad en RRSS) de actuaciones profesionales en apoyo a la

actividad emprendedora (véase aptdo. 7c.35) y otras sectoriales (impactos)

*Renovaciones inter- anuales del sello RSA

*Avance en la cualificación / nivel de items del presente cuestionario de autodiagnóstico RSA

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

Como se indica en el aptdo. Diálogo con Grupos de Interés (1c.6.1) las vías de conocimiento de las necesidades y expectativas de los clientes son:

- Reuniones informales de negocio en las que se aprovecha a extraer información de su percepción / valoración sobre la empresa (especialmente clientes / colaboradores)
- Encuestas de percepción / valoración a la finalización de cada curso (=objeto social)
- Seguimiento de RRSS (Linkedin especialmente) de post vistos por profesionales / empresas clientes identificados en tal analítica web

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

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

12.1. Información adicional

Como se indica en el aptdo. 2.a.11.1 con los clientes mantenemos reuniones de negocio que se convierten en grupos focales ?informales?, extrayendo así de los mismos valiosa información que reconvertimos en sugerencias y/o mejoras potenciales a incorporar al proceso / empresa

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 desarrolla el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

Como se indica en el aptdo. 1.a.1.1 el análisis DAFO / PEST del entorno nos permite un benchmarking con la competencia, ofrece tendencias del sector, temas en voga en escuelas de negocio ... que reconvertimos puntualmente en productos formativos / de consultoría estratégica con su material documental correspondiente a título del posterior entregable tangible al cliente, a fin de parecer más una micro-empresa de consultoría que un mero free-lance o autónomo, aun siendo realmente esta la estructura orgánica de Activa2 S.L.U.

Calidad del servicio

14.- ¿Cómo realiza su empresa la puesta en el mercado del producto o servicio?

Se comercializa el producto/servicio y se asesora de manera transparente al clientes sobre su uso.

14.1. Información adicional

En consultoría de negocio es obvio el asesoramiento implícito que conlleva el servicio prestado, si bien en algunos casos (formación de formadores p.e. que contratan grandes empresas para desplegar internamente programas y así aquilatar costes), se entregan documentaciones estructuradas con manual de uso para los formadores internos de la Cía. cliente a la que se forma e informa sobre su manejo interno como si de la impartición propia se tratara.

15.- ¿Cuales son las características del servicio post venta de su empresa?

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

Se ofrece asistencia técnica posterior en algunos productos de consultoría como sistemas de gestión implantados o en fase de implantación durante unos 2-3 meses tras la finalización del servicio (depende de que el cliente haya contratado la cláusula opcional de mantenimiento o atención posterior a la prestación del servicio)

Idem en programas in-company de formación de formadores como tutoria continuada a los formadores internos de la gran empresa cliente en la que se suele actuar con este servicio / producto

Igualmente en asesoría directiva o coaching

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 de las características del producto o servicio.

16.1. Información adicional

En nuestro objeto social, consultoría de negocio / formación en gestión empresarial, es este tema más que usual, un requisito para que prospere la propuesta ?técnico-comercial?, así denominada en el sector por incluir un detallado esquema de desarrollo (programa en el caso de formación) e implantación (fases, cronograma, ?) en el caso de proyectos de consultoría.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

No se evalua

17.1. Información adicional

Al ser S.L.U. la plantilla es el socio - administrador único por lo que no aplica tomar el pulso a la percepción de las personas empleadas

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su empresa 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.....)?

No se han desarrollado actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

Al ser S.L.U. (Sociedad Limitada Unipersonal) la plantilla es el socio - administrador único por lo que no aplica este apartado respecto a las personas empleadas

Conciliación de la vida personal, familiar y laboral

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

No se han desarrollado actividades en esta materia

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

Al ser S.L.U. (Sociedad Limitada Unipersonal) la plantilla es el socio - administrador único, por lo que no aplica este apartado respecto a las personas empleadas

De cualquier manera en este punto la condición de autónomo / socio administrador me permite , siempre que el cliente (=verdadero jefe) no requiera de atención personal / profesional directa, poder atender cuestiones familiares o de salud que mis dos hijas puedan requerir

Formación y fomento de la empleabilidad

20.- ¿Cómo identifica su empresa las necesidades de formación de las personas empleadas?

las personas empleadas tienen la iniciativa y piden la formación necesaria

20.1. Información adicional.

Al ser una S.L.U. , es el socio-administrador único quien otea las corrientes en voga del mercado empresarial en materia de modelos de negocio / formación que después replicar en el mercado de proximidad en el que opera Activa2

21.- ¿Cómo se gestiona la formación en su empresa?

Se hace formación puntual para algunas personas empleadas que lo solicitan

21.1. Información adicional.

aun siendo S.L.U. y no haber más plantilla que el socio - administrador único , dado nuestro

sector (=formación directiva en gestión / consultoría de negocio) es imprescindible estar actualizados, por ello la formación es continua en función de las corrientes en voga del mercado empresarial. Ejemplos muy recientes serían:

- Postgrado en Marketing Digital (ESIC) habida cuenta de la creciente digitalización de las empresas
- Coaching Directivo , Cegos University / ICF (= Internacional Coach Federation) tema en voga en asesoría / formación directiva

Seguridad y salud.

¿Tiene implantado en su empresa mecanismos de salud y seguridad laboral?

Se ha realizado un informe de evaluación de riesgos

22.1. Información adicional.

Al ser S.L.U. (Sociedad Limitada Unipersonal) la plantilla es el socio - administrador único, por lo que no aplica este apartado respecto a riesgos de personas empleadas

De cualquier modo la Mutua realiza visita anual a la oficina para evaluar la ergonomía del puesto de trabajo a nivel interno

A nivel externo se emplean EPI's (Equipos de Protección Individual, p.e. casco, chaleco refractante, botas propias de seguridad, ...) en las visitas a empresas industriales clientes que así lo requieren por normativa interna de seguridad o PRL

Se cuenta con seguro de vida de empresa y protección de accidentes o bajas de larga duración por siniestro laboral y/o in - itinere

PROVEEDORES

Compras responsables

23.- En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?

Se selecciona el proveedor en función de la calidad del producto / servicio, el precio y la procedencia del proveedor para fomentar el desarrollo local

23.1. Información adicional.

El grupo de interés colaboradores (aptdo. 1c.5.1) lo conforman proveedores de servicios locales, cercanos por inmediatez , plazo, relación calidad-precio, referenciados,

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?

Además del precio se tienen en cuenta variables de calidad de servicio

24.1. Información adicional.

El grupo de interés (aptdo. 1c.5.1) proveeedores de servicios lo conforman :

- Asesoría / Gestorial Laboral y contable
- Agencia de viajes de empresa

- Telefonía móvil / internet
- Mantenimiento de medios ofimáticos

Los criterios para los mismos se citan en el aptdo. anterior (4a.23.1)

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

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

25.1. Información adicional.

Hay una estrategia clara e histórica (desde el origen de la sociedad) en pro de la cooperación social, por partida doble (en especie por un lado y por otro, con contribuciones económicas) :

1. En especie.

P.e. Colaborando gratis et amore en centros de emprendimiento públicos (La Colaboradora de Zaragoza Activa, Ayto. de Zaragoza, puntualmente)

Prestando servicios de asesoría gratuita a los premiados de la Asociación local de fomento emprendedor Generando Futuro (véase aptdo. 7.c.35)

2. Donaciones económicas.

Siendo una S.L.U. sería inviable aportaciones más allá de lo simbólico y este se da cuando el socio - administrador único estima por afinidad personal con los valores propios, pequeñas colaboraciones puntuales que el tamaño de "autónomo" o única persona física en una la SLU permite p.e.:

Socio - contribuidor de la ONG MdM (Médicos del Mundo)

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

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

Se planifican e implantan proyectos que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Tal cual se apunta en el aptdo. previo, al ser un profesional de consultoría empresarial , las cooperaciones con centros de emprendimiento en asesoramiento de emprendedores en sus ideas de negocio, están 100% alineadas a la misión corporativa de Activa2 Consultoría (ver en tal sentido el último aptdo. 7c.35), como socio activo de Generando Futuro (www.generandofuturo.es)

Transparencia con el entorno

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

Sí, a se comparten con todos los grupos de interés, fomentando la posible colaboración y estableciendo planes de comunicación específicos para tal fin

27.1. Información adicional

Se comunica en RRSS (véase en tal sentido el aptdo. 5d.28.1), especialmente LinkedIn, toda actividad propia en materia de cooperación social y/o actuaciones societarias en la comunidad y grupos de interés relevantes como clientes

Las actividades asociativas se publican en las RRSS de las mismas p.e. Asociación Generando Futuro (www.generandofuturo.es) en la que se participa como socio y estrategia Como se indica en el aptdo. 3, personas empleadas, dada la dimensión unipersonal de la sociedad, este grupo de interés no aplica

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social desarrolladas por la empresa?

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

Se comunican habitualmente por RRSS (especialmente LinkedIn, red profesional más empleada) actuaciones corporativas como:

-Apoyo al Emprendimiento, ligado a la Asociación Generando Futuro (véase buena práctica / punto fuerte, aptdo. 7.c.35

- Colaboracion como socio con la ONG Médicos del Mundo (citada en el aptdo. 1.b.4.1)

Igualmente vía LinkedIn se realiza analítica web detallada del seguimiento estadístico semanal de posts y acciones análogas de de visibilidad en el entorno empresarial inmediato p.e. :

- Cursos en centros socio-empresariales (Fundación iberCaja, La Colaboradora de Zaragoza Activa del Ayto. de Zaragoza, ...)

- ...

MEDIOAMBIENTAL

Identificación de actividades de gestión ambiental

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

Se analizan impactos ambientales de forma puntual

29.1. Información adicional.

Si bien no forma parte de un análisis documentado pormenorizado, se realizan acciones como:

-Emplear siempre para uso interno (no llega al cliente en informes por si incluyera información contraria al RGPD) papel usado por una cara ya

-Imprimir siempre en B/N vs. color tanto en uso interno como de cara al cliente

-Apagado de luces de la oficina / sus dependencias

- Reciclaje de papel / cartón / plástico / envases
- Recogida selectiva (para conocidas campañas de ayuda infantil) de envases, tapones, (cuyos transportistas reportan ocasionalmente el nº. de entregas, si bien no el nº. de kilos)
- ...

Estrategia frente al cambio climático

30.- ¿Se ponen en marcha medidas que evidencien el compromiso público de la empresa con los impactos ambientales que pueda ocasionar?

Existen algunas iniciativas en curso pero no se comunican

31.1. Información adicional.

Como único ejemplo en esta materia sería este mismo compromiso público subido a la web del IAF, tras participar en el Plan RSA, que anualmente exige que se evalúen / publiquen los avances en materia de RSC y que se informe del progreso en estas materias , como la medio-ambiental entre otras propias de la RSE

Plan de gestión ambiental

31.- ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?

Existen iniciativas de reducción de costes de energía de manera informal

31.1. Información adicional

Como empresa / oficina del sector servicios profesionales, ejemplos de actuaciones conforme a valores propios y de compromiso con los valores del programa RSA o con los 17 ODS´ de la ONU, serían:

- Coche de empresa Híbrido
- Transporte urbano público (bus / tranvía con tarjeta ciudadana del Ayto. de Zaragoza)
- Movilidad urbana responsable: Usuario habitual del servicio ZaraBizi
- Apagado de luces de la oficina, vigilancia de grifos de la misma , ...

Comunicación ambiental

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

Sí, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Así como alguna acción social se comunica (jóvenes emprendedores, 6a; ONG´s, 6c) a través de mis RRSS, p.e. LinkedIn, este ámbito medioambiental no está recogido ni comunicado hasta este mismo momento de elevarlo para su pública difusión a través del iaf / plan RSA

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

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

5

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La histórica apuesta (coincidiendo con la fundación de Activa2 S.L.U.) por el apoyo ("gratis et amore") a proyectos emprendedores locales (como vía de crecimiento local) a través de la Asociación sin ánimo de lucro "Generando Futuro" (www.generandofuturo.es) de la que soy socio y responsable directo de desarrollar la estrategia de negocio de las ideas de mercado apoyadas a través del premio (en especie) Generando Futuro (<http://www.generandofuturo.es/bases-concurso-premios/>), apoyamos al emprendedor ganador, de entre todas las candidaturas recibidas desde incubadoras / aceleradoras, tanto públicas (Spin-Up Unizar, CEEI, Zaragoza Activa del Ayto. de Zaragoza, ...) como privadas, de todo un año natural de soporte técnico / asesor, que ha tenido una gran repercusión social y el apoyo desde hace unos años del IAF y de la Consejería de Industria (aragonhoy.aragon.es/index.php/mod.noticias/mem.detalle/area.1036/id.236892), con quienes conjuntamente se organiza la ceremonia de entrega

Desde esta iniciativa hemos activado 8 proyectos emprendedores de diversos sectores (cultura local aragonesa : jota y moda baturra; drónica, biotecnología (2), apps (2), panadería inclusiva, ... (<https://www.facebook.com/GenerandoFuturoEmprendedor>))

Sin tal soporte técnico prestado, 8 empresas locales (de varios emprendedores por negocio en algunos casos) no estarían en el mercado aragonés hoy día (<https://www.facebook.com/GenerandoFuturoEmprendedor>)

A algunas de ellas las hemos acompañado hasta acuerdos de cooperación con análogas en Alemania y han sido distinguidas por galardones nacionales económicos como el Premio

Expansión (<http://www.expansion.com/aragon/2017/01/19/5880875c268e3e90758b45ae.html>)

La ingente cantidad de horas de consultoría prestadas desde entonces convertidas a prestación monetaria valorada a precio de mercado / sectorial, sería de muchos miles de ?,

aportación que para una S.L.U. sería del todo inviable, sin embargo como prestación en especie (sin valoración económica) voluntariosa, vocacional por la pasión que me provoca esta preciosa tarea como asesor de empresas, e incluso hasta egoísta por la retribución emocional recibida, compensa de sobras tal labor y más aún sabiendo que la misma repercute directamente en la creación de varias nuevas empresas en esta nuestra Comunidad, Aragón.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Abundar aún más en la difusión de las buenas prácticas en RSE o del programa RSA (caso de Aragón) entre la amplia base de empresas clientes o colaboradoras en mi actividad profesional como consultor y/o a los profesionales de las mismas

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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.