

RSA - PYMES

Empresa evaluada

ARAGÓN INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, S.L.L.

CIF:B99078248

Plaza Fonz 4, Local 1

50015 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

ARANOVA

02 - Dirección - CP - Población

Plaza Fonz 4, local 1

50.015 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Informática. Desarrollo de Software

04 - Año comienzo actividad.

2.005

05 - Número de personas empleadas

4

06 - Persona contacto

Pablo Sánchez Gálvez

07 - E-mail contacto

pablo.sanchez@aranova.es

08.- Página web

<https://aranova.es>

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....)

Estos temas son importantes para la empresa y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la empresa a largo plazo., así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

El comportamiento socialmente responsable de una empresa se mide por el grado de excelencia empresarial alcanzada en los tres pilares esenciales que comprenden el concepto de sostenibilidad: económico, ambiental y social.

Consideramos que el desarrollo sostenible es uno de los retos de la sociedad actual, que debe asumir un "pensamiento catedral" concibiendo y planificando proyectos y acciones desde una perspectiva "largoplacista", que garanticen una mejor calidad de vida, tanto a la población presente como a las generaciones futuras.

En ARANOVA no podemos quedarnos al margen de ello por lo que, además de buscar la viabilidad empresarial, nos comprometemos a contribuir de manera ética y transparente en un proceso de mejora continua con los retos de desarrollo sostenible.

Para ello:

- Nos aseguramos del cumplimiento de la legalidad vigente tanto nuestra como de nuestros clientes (RGPD , LOPD, ...)

- Apostamos firmemente por la seguridad y protección de la información en la utilización de medios electrónicos. Para lo cual, hemos implementado diversos mecanismos y medidas de seguridad para los sistemas, los datos, las comunicaciones y los servicios electrónicos de nuestros clientes. Actualmente estamos en proceso de obtención de la certificación en Esquema Nacional de Seguridad (ENS).

- El cuidado medioambiental es un aspecto importante en nuestra política empresarial, para lo cual hemos implementado una serie de medidas entorno a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 trabajando en diversas líneas de actuación relacionadas con el riesgo climático.

a) Aumento de la eficiencia energética del centro de trabajo, por la implementación del proyecto "Liquen savEnergy / Soy+Verde". A través del cual hemos conseguido una reducción de consumos de un un 2,81% con respecto al año anterior y de un 46% desde su puesta en marcha.

b) Fomento de movilidad sostenible entre nuestro personal con el objetivo de reducir nuestra huella de carbono y emisiones de CO2.

c) Compensación del 100% de nuestra huella de carbono a través de la plantación de árboles.

c) Reducción de la generación de residuos (uso de cafetera de expreso automática, evitando así generar residuos de aluminio/plástico de las de cápsulas)

d) Impulso de medidas de reducción de impresiones y de consumo más responsable de

papel.

e) Reciclaje de residuos (Disponemos de 5 cubos de clasificación y reciclado: vidrio, plástico, papel, orgánico y residuos electrónicos)

- Comunicamos y compartimos en redes sociales y blog nuestra cultura corporativa y buenas prácticas con el objetivo de influir en el entorno que nos rodea.

- Incorporamos tecnologías sostenibles, CleanTech y donamos (siempre que sea posible su reutilización) o depositamos en un Punto Limpio los equipos informáticos que ya no nos sirven.

- Nuestra cultura empresarial se concentra en un conjunto de valores y principios que se puntualizan en una serie de acciones y medidas sociales:

a) Nuestra plantilla tiene a su disposición medidas concretas para conciliar vida familiar, laboral y personal: flexibilidad horaria, flexibilidad en la elección de periodos vacacionales, teletrabajo...

b) Buscamos el mayor bienestar para nuestro personal por lo que fomentamos hábitos saludables a través de cursos de alimentación sana, nutrición, etc. (en Vive, Escuela de Salud), incentivando el uso de bicicleta para ir al centro de trabajo.

c) Con el objetivo de generar el menor impacto medioambiental posible, apostamos por el consumo de productos de comercio justo y proximidad, dando prioridad a las empresas de la zona (Zaragoza, Aragón, España).

d) Para adaptarnos continuamente a las necesidades y demandas del mercado. Promovemos la formación continua de nuestro personal a través de la financiación de cursos, talleres, la asistencia a ponencias?. con la finalidad de adquirir habilidades que nos permitan atender las demandas de nuestros clientes.

e) Apoyamos el talento joven, incorporando alumnado de prácticas en nuestra empresa.

f) Estamos firmemente comprometidos, desde nuestros inicios, con la igualdad y no discriminación en el empleo por cuestiones de género. No existiendo brechas salariales ni techos de cristal entre nuestro personal.

g) Colaboramos con entidades de marcado carácter social (ONGs, Fundaciones) destinando una cifra equivalente al 0,49% de nuestro presupuesto a iniciativas de patrocinio y mecenazgo o colaborando en campañas puntuales (Recolección de juguetes...). Asimismo fomentamos la participación de nuestro personal en programas de voluntariado a través de la flexibilidad horaria y de su realización dentro del horario laboral.

h) En lo que respecta a la pertenencia a asociaciones relacionadas con nuestra estrategia empresarial, estamos adheridos al Club Cámara de la Cámara de Comercio de Zaragoza y somos miembros fundadores del Clúster Audiovisual Aragonés.

2.- ¿Cree que las PYMES o pequeñas organizaciones pueden enfrentarse de forma

individual a temas como los anteriores?

Si

2.1. Información adicional

A pesar de la dificultad que entraña poder enfrentarse a estos retos desde una microempresa, debido a la escasez de recursos, consideramos que si es posible hacerlo. Para ello consideramos necesario contar con la orientación y apoyo de otras instituciones o construir alianzas empresariales con otras entidades. Entendemos las sinergias como la única vía para acelerar el proceso y facilitar su consecución.

Por ese motivo pertenecemos a la Cámara Comercio de Zaragoza y somos miembros fundadores del recientemente constituido Clúster Audiovisual Aragonés.

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 plantean y planifican de forma voluntaria específicamente en el corto, medio y el éxito a largo plazo de la empresa

3.1. Información adicional

Pese al reducido tamaño de nuestra empresa, diseñamos nuestra estrategia empresarial a corto, medio y largo plazo.

Uno de nuestras principales apuestas, teniendo en cuenta los amplios avances y cambios en un sector como es el nuestro, es la de fomentar la formación continua de nuestro equipo de trabajo, para lograr así el cumplimiento de nuestra misión empresarial, ser un referente de innovación en el sector del software audiovisual, a la vez que contribuimos al ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.

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 se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

4.1. Información adicional

La empresa destina un 0,49% de nuestro presupuesto a iniciativas de patrocinio y mecenazgo, lo que ha supuesto un incremento de un 18% con respecto al periodo anterior

Por el momento mantenemos contribuciones fijas como el aporte anual a:

- ONGD Bomberos Unidos Sin Fronteras, declarada de utilidad pública especializada en intervención ante grandes catástrofes y proyectos de cooperación al desarrollo. En cumplimiento de los ODS 1 : Fin de la Pobreza, ODS 3: Salud y Bienestar y ODS 6: Agua limpia y saneamiento.

- La Fundación Carlos Sanz, organización sin ánimo de lucro, con el objetivo principal de difundir y sensibilizar a la sociedad sobre la donación de órganos y trabajar con colectivos en riesgo de exclusión social. En cumplimiento de ODS 3: Salud y Bienestar y ODS 10: Reducción de desigualdades.

- La Fundación Isabel Martín: para la promoción, patrocinio y ejecución de programas y proyectos de desarrollo y empoderamiento orientados a la mujer así como a la formación, defensa y desarrollo de la infancia desprotegida, basados en la filantropía comunitaria, especialmente en Asia, Latinoamérica y África. En cumplimiento de ODS 1: Fin de la Pobreza y ODS 5: Igualdad de Género.

Para el cumplimiento del ODS 13 ¿Cambio climático?, nos planteamos como meta ser una empresa 100% de emisión cero CO2. Objetivo que este año hemos superado con creces, siendo en este momento una Empresa ¿Carbono Positivo? en nuestras emisiones de CO2 de responsabilidad indirecta. Para lograrlo, el consumo energético de la oficina proviene de fuentes 100% renovables desde hace tres años. En 2020 reducimos nuestras emisiones de CO2 de nuestros desplazamientos en un 31.8% con respecto la media de 2019, debido principalmente al confinamiento y al teletrabajo que se realizó durante 5 meses. En 2021 las emisiones de CO2 han aumentado debido a la contratación de una persona más y a la vuelta a la normalidad. Pero hemos para su compensación, hemos participado en la iniciativa ¿El Bosque de los Zaragozanos? donde a través del patrocinio y colaboración hemos plantado 50 árboles en el entorno de ¿El Vedado de Peñaflores? (Zaragoza) a través de la plantación de especies propias, fundamentalmente pino carrasco, encina y sabina albar y especies arbustivas como el enebro, la coscoja, la olivilla o el espino negro.

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

En 2020, como parte del análisis de materialidad que se llevó a cabo, se identificaron los principales grupos de interés.

En este proceso, tuvimos en cuenta el alcance y la influencia de su actividad sobre los grupos, así como la repercusión de estos grupos sobre la capacidad de organización y actuación de la compañía.

Siendo estos:

- ? Clientes
- ? Clientes institucionales (Administraciones públicas)
- ? Personal
- ? Proveedores:
- ? Partners
- ? Sociedad
- ? Medios de Comunicación

Tenemos un compromiso firme con nuestros grupos de interés que implica diálogo continuado y transparente, lo que permite comprenderlos e integrarlos en la actividad de la Compañía. Existen diversos canales de comunicación, participación y diálogo que se ponen a disposición de estos públicos para garantizar una atención adecuada: teléfono, correo electrónico, blog y redes sociales.

Entre ellos se incluyen la página web donde se publican los proyectos más relevantes, los productos ofrecidos, así como la presente memoria para dar a conocer el trabajo que se está realizando en materia de sostenibilidad. Una página web renovada mucho más limpia, visual e intuitiva con la intención de ofrecer una mejor experiencia on-line a las personas usuarias. Todas las dudas, quejas sugerencias inquietudes y reclamaciones pueden ser transmitidas por los diversos canales y todas son gestionadas y tratadas con la mayor brevedad posible, aportando soluciones, siempre que sea posible.

Apostamos por una comunicación transparente, compartiendo abiertamente en web, blog y redes sociales nuestra cultura empresarial y buenas prácticas. Ninguno de nuestros canales de comunicación es privado, el acceso es libre, cada uno puede expresarse con libertad sin miedo a que sus comentarios sean eliminados (nunca ha sido necesario).

La comunicación interna se articula a través de reuniones periódicas (ya sea físicamente o a través de plataformas digitales) y del correo electrónico o WhatsApp.

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los grupos de interés

6.1. Información adicional

En ARANOVA poseemos una política de comunicación abierta para estar al tanto de las necesidades y expectativas de los grupos de interés.

Los mecanismos varían según el Stakeholder al que nos dirigimos,

? En relación al personal: se mantienen reuniones periódicas, se supervisa y evalúa su desempeño; las quejas, sugerencias y reclamaciones pueden ser transmitidas sin miedo a represalias; se realizan actividades y eventos fuera del centro de trabajo con el fin de conocer a todos los trabajadores, promover una comunicación más abierta, no centrada únicamente en temas laborales. Es importante que los trabajadores poseen un sentido de pertenencia a la empresa.

? Para los proveedores y partners: contamos con varios canales de comunicación digital como correo electrónico, página web o nuestro blog; además, se programan reuniones periódicas, ya sea físicamente o a través de plataformas digitales como Zoom o WhatsApp.

? En cuanto a los Clientes: se ha incorporado en los contratos de gestión de servicios apartados específicos que permiten analizar las necesidades y valorar las soluciones en cada proyecto, es decir cada uno posee una atención personalizada y directa sobre el

servicio que va a recibir; se programan reuniones periódicas. todas las quejas sugerencias y reclamaciones pueden ser transmitidas por correo electrónico, página web, blog o redes sociales, a todas son gestionadas y tratadas con la mayor brevedad posible y aportando soluciones siempre que sea posible.

? Sociedad y Medios de comunicación: tenemos a disposición de todo el público nuestra página web, ?arana.es? donde podrán encontrar nuestro teléfono de contacto, correo electrónico y las redes sociales en las que nos encontramos, a través ellas pueden hacernos llegar todas las dudas, quejas, sugerencias, inquietudes y reclamaciones; además conocer todo el trabajo que estamos realizando en nuestro camino hacia la sostenibilidad.

Si bien todos estos mecanismos nos permiten conocer cuál es la opinión que nuestros grupos de interés tienen sobre ARANOVA, consideramos necesario incorporar una medida que nos permita prever que esperan de la empresa, anticiparnos a sus necesidades, satisfacerlos ofreciendo un producto de calidad, a la vez que nos preocupamos de los aspectos sociales, ambientales y económicos.

El método seleccionado es un cuestionario de preguntas en escala Likert de 1 a 10 para conocer nivel de importancia que tienen los aspectos sociales, ambiental y económico, relativos a nuestra empresa, y si todos ellos influyen en su decisión de compra. Los cuestionarios se distribuirán tomando en consideración a todos nuestros grupos de interés fijos y ocasionales.

Para nuestros grupos fijos la encuesta será remitida anualmente. En la primera encuesta identificaremos los factores relevantes y con la información de las siguientes se realizará un análisis comparativo, el objetivo no es otro que conocer en qué medida se ha satisfecho sus expectativas y necesidades, así como, aquellos puntos que la empresa debe priorizar a través iniciativas socialmente responsables.

En cuanto a nuestros grupos ocasionales se enviará la encuesta al finalizar el contrato o servicio prestado, con el fin de identificar el nivel de satisfacción y compromiso que ellos consideran que la empresa tiene con la sostenibilidad. Los resultados facilitaran la incorporación de planes específicos para cada uno de nuestros grupos, y la creación de alianzas sostenibles que contribuyan a la consecución del ODS 17.

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?

Se comenta la forma de trabajar en la empresa al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

Actualmente se comunica, a través de una reunión, al iniciar la relación laboral. Somos conscientes de la necesidad de disponer de un documento escrito con normas de actuación de la empresa de cara al futuro.

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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

El personal de la empresa es conocedor de los valores, la misión y visión de la empresa (recogidos en nuestras Memorias de Sostenibilidad que está accesible en nuestra página web). Además se proporciona acceso libre al Plan de Marketing Digital.

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

En ARANOVA trabajamos por ser una empresa socialmente responsable., nuestra filosofía de gestión impregna nuestro modo de ser y de actuar y nos impulsa a crecer en sinergia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por la ONU de la Agenda 2030.

Somos firmantes de la Carta de la Diversidad para los ejercicios 2022-2024, un proyecto auspiciado por la Fundación Diversidad y la Representación de la Comisión Europea en España. Este chárter de principios y valores europeos, que firman con carácter voluntario y gratuito las empresas y organizaciones de toda España, visibiliza el compromiso que tiene la compañía con la diversidad y la inclusión en el ámbito laboral y donde asumimos el compromiso de fomentar los principios fundamentales de la igualdad, diversidad e inclusión.

También estamos adheridos a Red Española de Pacto Mundial , una iniciativa de la ONU que nos compromete a alinear nuestra estrategia empresarial con los Diez Principios universales sobre derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción.

En nuestra página web, hay un apartado específico destinado a SOSTENIBILIDAD (<https://aranova.es/sostenibilidad>) donde están recogidas las Memorias de Sostenibilidad anuales.

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

10.1. Información adicional

Utilizamos una metodología SMART estableciendo objetivos:

- Específicos (Specific): Lo más concretos posibles.
- Medibles (Measurable): Buscamos formas de medir los impactos y cuantificar las mejoras.
- Alcanzable (attainable): Aunque con objetivos ambiciosos, son alcanzables y flexibles si

hay cambios tecnológicos que nos lo permiten.

- Realista (Realist): Integramos a toda la plantilla en la redacción de los mismos, logrando un compromiso personal importante.
- Tiempo (Timely): Son objetivos normalmente anuales, aunque con revisiones trimestrales, semestrales o incluso mensuales.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

11.1. Información adicional

Ofrecemos un servicio personalizado y adaptado a las necesidades de cada cliente, por lo que durante el proceso se genera una confianza cercana que nos permite ir conociendo y mejorando el enfoque del servicio de manera continua, e implementando las medidas necesarias para su consecución con un alto grado de satisfacción por parte del cliente.

La metodología que utilizamos para conocer la satisfacción de los clientes y sus expectativas en la actualidad, se articula en torno a las siguientes acciones:

- Al finalizar cada servicio prestado se habla con el cliente y se analiza su satisfacción y posibles áreas de mejora. Asimismo, como el contacto con el cliente es continuo durante el proceso de elaboración del proyecto mantenemos reuniones periódicas y estamos atentos a cualquier sugerencia por parte de los clientes o defecto que pudiera surgir en cualquiera de las fases del proceso con el fin de incorporarlas al producto y que su función cumpla de manera óptima con las necesidades del cliente.
- Recepción de información a través de redes sociales, cuestionario web y reseñas en Google My Business.

Desde septiembre de 2019 somos empresa adherida al Sistema Arbitral de Consumo de Aragón.

En la actualidad estamos redactando un protocolo o metodología específica para medir la satisfacción de nuestros clientes y servicios, que tenemos previsto implementarlo mediante la realización de entrevistas y/o encuestas de satisfacción

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

Podemos identificarlas a través de la comunicación directa con nuestros clientes. Para ello realizamos reuniones con el cliente y los destinatarios finales de cada proyecto y/o servicio.

Además, después de evaluar cada proyecto con el cliente, nos reunimos el equipo de trabajo y hacemos una evaluación interna estableciendo las áreas de mejoras y las herramientas de corrección/innovación para futuras ocasiones.

Aunque se ha incorporado una encuesta de percepción dirigida a conocer la percepción de nuestros clientes en cuando a la preocupación ambiental, social y económica que tiene ARANOVA, uno de los aspectos a mejorar es la elaboración de protocolos de evaluación para nuestros productos o servicios con la intención de garantizar la satisfacción del cliente y la innovación.

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

Por un lado, contamos con un plan marketing, realizado por una consultoría externa en el que se realiza estudios de mercado: competencia, productos, necesidades, oportunidades de negocio, tendencias del sector, etc. Por el otro, tenemos nuestro entorno de I+D (esencial para nuestra filosofía de empresa), en el que estamos en constante evolución de productos, soluciones, e ideas, siempre como respuesta a la información obtenida y analizada desde el estudio de marketing y a través del cual participamos en proyectos i+D+i de colaboración y como promotores.

Utilizamos diferentes vías para estar al tanto de la innovación en un sector tan cambiante como el nuestro. Desde formaciones para nuestro personal, con la intención de ampliar nuestros conocimientos y conocer los pormenores de las últimas tendencias, hasta la asistencia a conferencias, congresos, eventos y ferias tecnológicas. Pasando también por un sistema diseñado y revisado de consumo de contenidos profesionales a través del seguimiento de blogs, redes sociales...etc.

Nuestro personal dedica parte de su tiempo de trabajo a la investigación sobre nuevas tecnologías, implementando soluciones, aplicando los avances del sector en nuevos proyectos, realizando pruebas. Manteniendo siempre la perspectiva de innovar dentro del marco de la sostenibilidad mencionado en el ODS 9.

Asimismo nuestro CEO es miembro activo del Comité de Innovación del Clúster Audiovisual Aragonés.

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 nuestro plan de marketing se establecen las acciones a realizar para la puesta comercialización y difusión de nuevas soluciones o productos.

Para ello, desde hace un año se ha dado una gran relevancia a las nuevas tecnologías de la información a través de la actualización permanente de la página web donde están disponibles las fichas de los productos, información sobre soluciones software realizadas y posibilidades de nuestro "Lab" . Asimismo se ha impulsado nuestra presencia en redes sociales, a través de la realización de publicaciones periódicas en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Google My Business para dar a conocer nuestro productos y posibilidades de desarrollo.

En la web se dispone de un formulario de contacto donde los cliente potenciales pueden ponerse en contacto con nosotros para plantearnos sus necesidades

Antes de afrontar cada nuevo proyecto, se realiza una reunión con el cliente (ya sea virtual o presencial) para conocer sus necesidades y las de su sector. Con esa información, y la obtenida de un estudio más profundo por nuestra parte, realizamos un informe/propuesta en forma de boceto para presentarla al cliente. Dicho informe se presenta junto con un presupuesto, explicando de manera precisa todos los puntos capaces de obtenerse con el producto y servicio ofertado. Si el cliente decide contratar el servicio, se formaliza un contrato tipo.

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

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

15.1. Información adicional

Ofrecemos en todos nuestros productos y servicios asistencia técnica, mantenimiento, formación y asesoramiento. Nuestros clientes tienen a su disposición la atención profesional de técnicos altamente cualificados que ofrecen una respuesta inmediata, con calidad y garantía. Las características de nuestro producto obligan a hacerle un mantenimiento y a estar muy atentos al día a día ante posibles problemas que puedan surgir, corregir fallos y adaptarse a cambios tecnológicos Nuestra comunicación con nuestros clientes en la fase post-venta es constante, proactiva y necesaria,

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

Además de explicar detalladamente a los clientes todos los aspectos inherentes a cada producto/solución por el que puedan estar interesados, cuando se les presenta una oferta se desgranar todos estos aspectos y se incluye una Datasheets (ficha técnica) exhaustiva donde consta la propuesta detallada, especificando el trabajo que se va a realizar, el presupuesto, condiciones de pago, plazos de entrega...

Además se firman contratos por escrito con nuestros clientes que recogen todo lo anteriormente mencionado.

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

Apostamos por el diálogo y la bidireccionalidad de la información para mejorar la comunicación entre todas las personas que forman parte de la Compañía. Debido al reducido tamaño de la empresa, existe contacto directo y personal entre la dirección y el personal laboral de la empresa. Las quejas, necesidades, sugerencias y reclamaciones pueden ser transmitidas directamente a la dirección a través de los diversos canales de comunicación interna disponibles, por lo que nos resulta fácil medir y evaluar la satisfacción de nuestro personal y colaboradores ya que nuestra relación es de cercanía y proximidad, permitiendo un feedback inmediato.

Se plantea como objetivos de comunicación interna a largo plazo, aumentar la motivación, cohesión y sentido de pertenencia de todo el equipo que deben estar alineados con los valores y la cultura de la empresa. Para ello, se mantienen reuniones periódicas, y se supervisa y evalúa el desempeño lo que sirve para analizar las competencias de los empleados y empleadas y su aportación al logro de los objetivos de la compañía. Asimismo, se realizan actividades y eventos fuera del centro de trabajo con el fin de conocer a los todos los trabajadores y trabajadoras y promover una comunicación más abierta no centrada únicamente en temas laborales.

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.....)?

Explicitamente existen medidas que promueven la igualdad de oportunidades y garantizan la no discriminación de forma general

18.1. Información adicional.

Uno de los compromisos que defiende activamente la empresa es el cumplimiento, siempre que sea posible, de la Agenda 2030. En aras de eso, para favorecer la defensa de la igualdad de género del ODS 5 y la reducción de desigualdades del ODS 11, las últimas incorporaciones a la plantilla han sido mujeres.

En los últimos años hemos pasado de contra con una plantilla íntegramente compuesta por

hombres, a que a fecha 31 de diciembre de 2021 la composición de la plantilla es equilibrada en cuanto a género respecta. Lo que significa que el 100% de las personas contratadas en los dos últimos años han sido mujeres.

Las retribuciones de nuestro personal se basan en criterios objetivos, atendiendo siempre a las tablas salariales vigentes por puesto desempeñado. La política salarial de ARANOVA retribuye de igual manera a hombres y mujeres que desempeñan puestos de igual responsabilidad. Por lo que el nivel salarial de nuestro personal, va directamente ligado al puesto desempeñado, nunca al género.

Estamos firmemente comprometidos, desde nuestros inicios, con la igualdad, equidad y no discriminación en el empleo por cuestiones de género. No existiendo brechas salariales ni techos de cristal entre nuestro personal.

En 2022 nos hemos adherido a la Carta por la Diversidad, una carta de compromisos voluntarios que reafirma nuestra apuesta por la igualdad, la inclusión y la diversidad.

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?

Existen actuaciones planificadas y exitosas para facilitar medidas de conciliación para todas las personas que trabajan en la empresa

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

Conscientes de que conciliación constituye una condición básica para abordar la igualdad entre mujeres y hombres en las organizaciones empresariales, así como para el cumplimiento del ODS 5 igualdad de género y ODS 10 reducción de las desigualdades, nuestra plantilla tiene a su disposición medidas concretas para conciliar la vida personal, familiar y laboral.

Basamos nuestro modelo de trabajo en el smart-working, ponemos al alcance de todo el personal distintas opciones de trabajo y herramientas para que cada uno pueda encontrar su fórmula de trabajo y se organice en función de sus prioridades y objetivos. Este compromiso por la mejora de las condiciones de trabajo se ve reflejada en medidas concretas que promueven la conciliación de la vida laboral, personal y familiar y fomentar la corresponsabilidad:

?FLEXIBILIDAD HORARIA: Sistema de horario flexible (Flexitime) de entrada y salida, para que cada uno pueda organizarse el trabajo según sus necesidades y las de la organización.

?PERIODO VACACIONAL FLEXIBLE: Flexibilidad en la elección de periodos vacacionales anuales retribuidas.

?MODELOS DE TRABAJO HÍBRIDOS: En los que las personas tienen mayor libertad para

decidir cuándo necesitan acudir a la oficina y cuándo pueden trabajar desde cualquier otro punto (Workshifting). Pudiendo cada persona adaptar sus horarios y presencialidad a las circunstancias personales de cada momento.

Los beneficios para el personal son:

? Ahorro económico: Al poder flexibilizar la jornada se puede reducir gastos en centros de educación infantil, cuidadores o servicios extra escolares.

? Disminución del estrés: Al tener la posibilidad de controlar el horario ante posibles imprevistos, disminuyendo el absentismo laboral.

? Mejora la conciliación de laboral, personal y familiar: Al permitir que cada trabajador y trabajadora se administre el horario según su situación personal y necesidades.

? Favorece la igualdad: Al aplicarse de forma generalizada, ayuda a reducir la brecha de género.

? Más beneficioso para el medio ambiente: Al reducir los desplazamientos, evitando o reduciendo los movimientos pendulares.

? Favorece el acceso a la formación.

Los beneficios para la empresa:

? Ampliación del horario: Al ofrecer la posibilidad de iniciar la jornada antes o después permite que el horario de atención de la empresa se amplíe.

? Aumento de la productividad: Los trabajadores y trabajadoras están más felices debido a la implantación del trabajo por objetivos

? Mejora el clima laboral: Al dotar de una mayor autonomía al personal ayuda a reducir tensiones.

? Retención del talento: Al sentir que las necesidades de cada uno están alineadas con las necesidades de la compañía.

Formación y fomento de la empleabilidad

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

La empresa pregunta a las personas empleadas por sus necesidades de formación

20.1. Información adicional.

El cambio constante en el sector tecnológico hace que la formación continua de los trabajadores y trabajadoras sea indispensable para adaptarse a los últimos avances del sector. Por lo tanto, la formación permanente es un aspecto imprescindible para poder desarrollar nuestro trabajo de forma eficaz e innovadora.

El desarrollo del talento es una de nuestras prioridades estratégicas, por lo que otorgamos una importancia fundamental a la gestión del talento interno, para lo cual es fundamental identificarlo y dotar de herramientas a las personas empleadas para que puedan potenciar sus conocimientos, capacidades y competencias y desarrollar su trabajo de manera coherente con la estrategia de la compañía.

Estamos implicados en el desarrollo profesional de nuestro personal, para ello se han realizado diversas formaciones ofertadas por diferentes instituciones, entidades y/o

empresas con la finalidad de aumentar sus capacidades técnicas, así como sus habilidades directivas, sociales y relacionales.

Debido al tamaño de la Compañía, no elaboramos un 'Plan Anual de Formación?', pero disponemos de un presupuesto anual específico destinado a acciones formativas. Por ello, continuamos con la aplicación de nuestra política de subvencionar la formación de nuestro personal. Con este objetivo, en 2021 se han destinado 655 euros a actividades formativas, lo que ha supuesto una media de inversión de 164€ por empleado/a. El total de horas de formación recibidas ha sido de 182.5 horas. Por lo que este 2021, se ha alcanzado un ratio de horas de formación frente a horas trabajadas de un 2.50%.

Desde la dirección se promueve, recomienda y facilita formación específica atendiendo a la actividad de la empresa y pensando en el crecimiento profesional del personal en el refuerzo de aspectos específicos empresariales. Asimismo se atienden las necesidades e inquietudes formativas de los trabajadores y trabajadoras, analizándolas y aprobando dicha solicitud o bien planteando otras alternativas atendiendo a las necesidades de la empresa. Además contratamos a profesionales del sector para impartir formaciones específicas en nuestras propias oficinas. Asimismo, se incentiva la asistencia a congresos, ferias y eventos relevantes del sector para estar al tanto de las últimas tendencias del sector.

En lo que respecta a la formación por categoría profesional o género, no hay ninguna distinción a la hora de realizar cursos o talleres formativos. En 2021, el 69,31% de las acciones formativas han sido realizadas por mujeres frente al 30,69% de hombres, porcentajes que se repiten en lo que a categoría profesional respecta, siendo los puestos técnicos los que aglutinan más del 69% de la formación frente a los puestos de dirección.

Todas las acciones formativas son registradas convenientemente y posteriormente evaluadas y se prima a que se realicen dentro de la jornada laboral.

En lo que a fomento de la empleabilidad respecta, acogemos alumnado correspondiente a Formación Profesional para proporcionarles formación y una experiencia práctica relacionada con su área de conocimiento. En 2021 acogimos una alumna en prácticas, de la FP de Grado Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web de Deusto, que tras la finalización de su periodo de prácticas, se ha incorporado a la plantilla de ARANOVA con contrato laboral.

En 2022 hemos incorporado un alumno en prácticas del Grado Superior de Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma de la Academia Marco de Zaragoza, que tras finalizar su periodo de prácticas continúa su relación laboral con la empresa. Asimismo, desde septiembre de 2022 hasta junio de 2023, se incorporará una persona de FP Dual del mismo Grado Superior.

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

Se realiza una formación básica relacionada con la actividad de la empresa

21.1. Información adicional.

Existe un presupuesto anual destinado a formación y las personas empleadas pueden

proponer acciones formativas que favorecen la empleabilidad y la promoción interna.

Seguridad y salud.

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

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado y conocido por las personas empleadas

22.1. Información adicional.

Consideramos imprescindible garantizar las condiciones de trabajo más adecuadas entre nuestro equipo, con la finalidad de ser una organización saludable. Muy especialmente en años tan excepcionales como estos dos últimos, donde la salud física y mental de nuestra plantilla ha estado en el centro de nuestras acciones.

Disponemos de un Sistema de Prevención de Riesgos Laborales acorde con la legislación aplicable; adoptando una identificación de requisitos legales y conocido por las personas empleadas. Para garantizar la confidencialidad está subcontratado a una empresa especializada.

Durante el año se hacen formaciones y comprobaciones para que todo se ajuste a la normativa vigente. La empresa vigila que los puestos de trabajo sean ergonómicos y se minimicen los esfuerzos de los trabajadores y trabajadoras. Para ello realiza un estudio de higiene con mediciones lumínicas, posición, sobre todo en teletrabajo y condiciones ambientales (temperatura, humedad?)

La empresa de prevención nos provee de:

- Manual de formación disponible para todos los empleados y empleadas (documentación en papel y online).
- Formación presencial básica de 2 horas para todo el personal (se hace con las nuevas incorporaciones) donde además se realiza un cuestionario final. Dicha formación incluye: Módulo general de prevención de riesgos laborales, riesgos específicos del puesto de trabajo y módulo de emergencia y primeros auxilios.
- Plan de prevención y anexo de evaluación de riesgos laborales específicos de nuestros puestos de trabajo. Incluye adaptación teletrabajo / COVID.

Conscientes de la necesidad de reducir la contaminación acústica de la oficina, hemos puesto en marcha medidas para adecuar los niveles de ruido y reducir así el estrés la oficina: silenciando los teléfonos móviles, etc.

El personal dispone de una medida destinada a mejorar la salud del personal, financiando y ofreciendo la posibilidad de realizar un servicio de asesoría nutricional en "Vive! Escuela de Salud" dando un servicio de educación nutricional y planes de alimentación personalizados. Para reducir y mitigar el riesgo de enfermedades provocadas por la mala alimentación en nuestro personal. Asimismo se ha realizado un "Taller de cocina sostenible para cumplir los ODS".

Incentivamos el uso de bicicleta para ir al centro de trabajo, evitando así un estilo de vida

sedentario. Dichos incentivos se realizan a través de bonificaciones.

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.

Trabajamos por fomentar relaciones de colaboración estables con nuestros proveedores ya que el trabajo de estos, tiene influencia directa en la calidad de nuestros productos y servicios. Para ello, implementamos los mecanismos necesarios para que las decisiones de compras sean sostenibles, garantizando un equilibrio entre calidad, precio y servicio. Por ello, la selección de las empresas proveedoras se realiza en función de la calidad del producto o servicio, el precio, la confianza y la procedencia; trabajando, siempre que sea posible, con proveedores locales y fomentando la compra en pequeños comercios o empresas de nuestra ciudad

No obstante, a pesar de tratar trabajar con proveedores próximos a nuestros, no se ha establecido una distancia máxima de kilómetros que separen los proveedores de nuestra empresa. Esto se debe a que las empresas proveedoras de servicios informáticos pueden facturar desde un país al mismo tiempo que se ubican físicamente en otro. Estos últimos años se ha propuesto incrementar el consumo de proveedores locales.

En lo que respecta a los productos tecnológicos que adquirimos para el desarrollo de nuestro trabajo (ordenadores, tablets, smartphones, etc.) lo hacemos teniendo en cuenta el ranking Greener Electronics de Greenpeace, de forma que sean productos lo más sostenibles posibles, aspecto que también tiene una gran relevancia dentro de nuestra empresa.

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.

La selección de proveedores se realiza en función de la calidad ofrecida, precio y cercanía, intentando en este último caso elegir proveedores locales para aumentar el tejido empresarial local y reducir las emisiones de CO2 a la atmosfera. De acuerdo con el ODS 8 y 13.

En 2019, se implementó un nuevo widget en nuestro dashboard de proveedores con la distancia ponderada a nuestras oficinas y la clasificación por tamaño de la compañía.

Empezamos a medir la "distancia ponderada" de los proveedores, como una forma de valorar el gasto y la distancia a cada proveedor. La distancia ponderada en ese año fue de 26.748 km, y la del 2020 de 27.963 km. Este 2021 ha sido de 26.307, por lo que se ha logrado reducir un 5.92 % .

El 75% de nuestra actividad se restringe a Aragón, por lo que entendemos que el beneficio generado, debe quedarse al máximo en la comunidad. Por ello el gasto en proveedores locales supone el 40% del gasto total en proveedores (excluyendo nóminas e impuestos)

Actualmente nuestras compras se distribuyen de la siguiente manera: El sumatorio porcentual de profesionales, micro-pymes y pymes es del 61,96%, frente al 30.20% de Empresas de más de 250 trabajadores y Grandes Empresas. Lo que ha supuesto un incremento del 32.79 % con respecto al año anterior.

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.

A pesar de ser una pequeña empresa nuestro compromiso con la sociedad es nuestra prioridad, por ello, participamos activamente en programas de acción social y voluntariado, promovemos el mecenazgo en distintas áreas, donamos equipos informáticos, e inclusive participamos campañas de recolección de juguetes en fechas puntuales.

Todos estos proyectos se ven reflejados en nuestro Plan de Acción Social. En el marco de nuestra estrategia y gestión económica hemos realizado una dotación o reserva económica equivalente en 2021 al 0.49% de nuestro presupuesto a iniciativas de patrocinio y mecenazgo. Estas acciones se han articulado gracias a la colaboración con entidades de marcado carácter social. En conjunto, las colaboraciones que han reforzado nuestro vínculo con la comunidad han sido:

• Nos hemos unido a programa que promueve el Ayuntamiento de Zaragoza junto a ECODES "EL Bosque de los zaragozanos". El objetivo principal es relacionarnos con las comunidades aledañas, contribuir a su desarrollo social mediante la participación ciudadana en estos proyectos, así como, al ODS 13 y 15, reconstruir los espacios verdes, e intentar mitigar el cambio climático, nuestra filosofía es pensar que cada acto cuenta. Nuestra contribución ha sido económica.

• Hemos renovado nuestro apoyo económico con Bomberos Unidos Sin Fronteras (BUSF) una Organización No Gubernamental de Ámbito Iberoamericano constituida por bomberos, profesionales de los distintos servicios contra incendios y salvamento así como colaboradores y profesionales de otros sectores. Este año hemos realizado diversas aportaciones económicas destinadas a proyectos como la ayuda a la isla de La Palma, tras

la catástrofe natural originada por la erupción del volcán, ayuda contra la pandemia de La COVID-19, etc.

? Hemos colaborado económicamente con la Fundación ?Carlos Sanz?. Fundación destinada a la difusión y sensibilización sobre la donación de órganos y trabajar con colectivos en riesgo de exclusión social. Entre los proyectos que realizan: Caja de vida (que sirven para alimentar a 170 personas cada semana), Talleres sobre ?Deporte y Solidaridad? y de ?Inserción socilaboral para mujeres? en Centros Penitenciarios, Becas De Estudios Y Material Escolar para colectivos en riesgo de exclusión, etc.

? Continuamos con la colaboración económica con la Fundación Isabel Martín. Fundación destinada a la promoción, patrocinio y ejecución de programas y proyectos de desarrollo y empoderamiento orientados a la mujer en Asia, Latinoamérica y África. Con sede en la ciudad de Zaragoza, además de sus proyectos de cooperación internacional, desarrolla proyectos de acción social en la ciudad orientados a la asistencia a las mujeres (Proyecto EntreMujeres) y a las personas mayores (Proyecto EntreMayores), en los ámbitos de la salud,

? Continuamos con la colaboración en la campaña de recolección de juguetes 'La Noche Más Mágica' de Aragón Radio cediendo nuestras oficinas como punto de recogida de juguetes y regalos para la infancia y para las personas mayores más desfavorecidas.

La evaluación y medición de los resultados se realizará mediante la solicitud de certificados y evidencias que demuestren el progreso de las obras sociales.

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 realizan algunas iniciativas que apoyan la actividad económica de la empresa

26.1. Información adicional.

Los proyectos sociales en los que participamos no están relacionados con nuestra actividad, ya que hasta ahora no hemos encontrado proyectos alineados con nuestro modelo de negocio. Nos planteamos buscar opciones y ver de qué forma podemos lograrlo a corto plazo.

En la medida de lo posible intentaremos contribuir al desarrollo tecnológico sostenible con la donación de equipos cuando sea posible y la promoción de tecnologías limpias de las cuales tengamos conocimiento.

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, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés expresamente

implicados

27.1. Información adicional

La plantilla es conocedora de las acciones en Responsabilidad Social llevadas a cabo por la empresa. Al ser una pequeña empresa, la comunicación entre la dirección y la plantilla es fluida, las sugerencias y dudas son puestas en común durante las reuniones de personal, o se emplean otros canales de comunicación con llamadas telefónicas, mensajes o correo electrónico.

Además, disponemos de varias vías como página web o redes sociales para dar a conocer las actuaciones en materia social fomentando así la participación e implicación de nuestro Stakeholder.

Tales como:

- ? Comunicados
- ? Reuniones de plantilla

Y de forma externa:

- ? Redes sociales (LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram)
- ? Blog y página web
- ? Medios de comunicación
- ? Comunicación a clientes

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

28.1. Información adicional

Desde junio de 2019 disponemos de un plan de comunicación y marketing digital que define los principales puntos y mensajes a transmitir; entre ellos, dar a conocer las labores sociales que poco a poco vamos incorporando.

Todas las actividades en materia social iniciativas de apoyo a proyectos sociales se comunican tanto de forma interna como externa. Se da información puntual a través de la página web y las redes sociales.

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?

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental con objetivos e indicadores en

seguimiento

29.1. Información adicional.

El cambio climático supone uno de los principales desafíos a los que se enfrenta nuestra sociedad, y nos encontramos en un momento decisivo para acelerar los esfuerzos y poner en marcha acciones que limiten su impacto. En 2021 se celebró la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático en Glasgow (COP26) donde se ratificó el compromiso adquirido por la Unión Europea con el Acuerdo de París (COP21) de neutralidad climática en 2050 para limitar el calentamiento global en 1,5 °C.

Siguiendo esta línea, en ARANOVA hemos adoptado unos compromisos e implementado una serie de iniciativas, integradas dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, como respuesta a la gestión de la crisis climática actual y para contribuir a la mitigación del cambio climático.

- Aumentar la eficiencia energética en el centro de trabajo, y la utilización únicamente de energías limpias (ODS 7)
- Reducir nuestra huella de carbono y emisiones de CO2 de nuestros transportes. (ODS 13)
- Mantener el consumo de papel e impresiones por debajo de 500 copias/año. (ODS 12)
- Reducir la generación de residuos e impulsar su reciclaje. (ODS 12)
- Fomentar el consumo responsable. (ODS 12)

Asimismo, conscientes de la existencia de la huella de carbono digital implementamos medidas destinadas a su reducción como: Limpiar el correo electrónico eliminando los mails que no son imprescindibles, cerrar las pestañas del navegador que no se estén usando, cancelación de suscripción a newsletters que no nos resultan de utilidad, reducción del brillo de monitores en los dispositivos que usamos, usando como buscador ECOSIA en vez de Google para compensar así nuestra huella de carbono...

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 medidas que publican, se evalúan periódicamente y se informa del progreso en materia ambiental

31.1. Información adicional.

Tenemos una estrategia frente al cambio climático interna basada en el uso eficiente de la energía, ahorro de agua, gestión de residuos y reciclaje, uso del transporte público, compensación de emisiones de CO2, elección de proveedores medioambientalmente responsables y del entorno más cercano de manera que las emisiones sean mínimas....

Compromisos que recogemos de forma pública en las Memorias de Sostenibilidad que están disponibles en nuestra página web.

Asimismo, con fecha 12 de julio de 2022 hemos conseguido el Sello CALCULA de huella de carbono de la Oficina Española de Cambio Climático y el Ministerio para la Transición

Ecológica y Reto Demográfico del Gobierno de España. Lo que nos permite conocer el punto de la compañía para, a partir de ahí, establecer planes de reducción de emisiones y supone un paso adelante en nuestra labor en el cumplimiento de los ODS, y a través del cual ratificamos nuestro compromiso con el medioambiente.

Desde 2019, calculamos y registramos nuestra huella de carbono a través de la plataforma ScopeCO2, pero este año hemos dado el paso para hacerlo oficialmente. Para su cálculo se ha seguido la metodología GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol) para llevar a cabo el cálculo de las emisiones de GEI generadas debidas a la actividad desarrollada durante este año en dos alcances:

- El alcance 1 agrupa las emisiones directas que provienen de fuentes que son propiedad o están controladas por la entidad.
- . El alcance 2 incluye las emisiones indirectas de la generación de electricidad adquirida y consumida por la empresa

Para el año 2021 las cifras de kg de CO2 emitidos para el alcance 1+2 fueron de 2,61 kg de CO2

Además estamos adheridos a Empresas #PorelClima.

Plan de gestión ambiental

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

Existen planes de eficiencia específicos y concretos para la reducción de costes

31.1. Información adicional

Desde 2019, año en que implementamos el proyecto Liqueen savEnergy/ Soy+Verde?, no hemos dejado de reducir el consumo de electricidad. Mejoramos la temperatura interior, subiendo o bajándola de forma natural, según la diferencia con el exterior utilizando sistema de recirculación de aire para lograr bajar la temperatura interior entre 2 y 3 grados adicionales. De igual forma, si la humedad es muy baja, se conecta el humidificador

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, se comunica a todos los grupos de interés

32.1. Información adicional

Dentro del plan de comunicación y marketing que se realizó en junio de 2019 por parte de una consultora externa, se estableció la necesidad de mejorar la comunicación destinada a grupos de interés. Dicha comunicación se realiza de forma periódica a través de reuniones, newsletter, redes sociales, notas de prensa, blog y página web.

Desde hace unos meses hemos intensificado nuestra presencia en redes sociales

publicando no solo información relativa a las medidas medioambientales que implementamos desde la empresa, sino también dando voz a proyectos de desarrollo sostenible, objetivos de la Agenda 2030 que promociona la empresa salud y bienestar de nuestros trabajadores y la sociedad (ODS 3), igualdad de género (ODS 5), energía no contaminante (ODS 7), Trabajo decente y crecimiento económico, innovación e infraestructura sostenibles (ODS 9), reducción de desigualdades (ODS 10), Ciudades y comunidades sostenibles ((ODS 11), producción y consumo responsable (ODS 12), acción por el clima (ODS 13), vida de ecosistema terrestre (ODS 15), paz, justicia (ODS 16), alianzas (ODS 17); creamos campañas de concienciación; publicitamos días Internacionales como el día de la bicicleta, el árbol, reciclaje, etc.

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 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 3 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 4 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 5 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 6 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 7 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
- 8 - Capacitar a las personas de la empresa
- 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 0 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?

Nuestro principal punto fuerte es el equipo humano que forma la compañía. Un equipo multidisciplinar con experiencia que potencia el trabajo en equipo y genera una alta motivación en todo el grupo para afrontar los retos de cada día nos plantean nuestros clientes, nuestros colaboradores y el propio mercado.

Nuestro personal dispone de libertad horaria, se trabaja por proyectos y plazos de entrega, permitiendo tanto a personal como a colaboradores que organicen su tiempo, fomentando así la conciliación familiar, personal y laboral. Mantenemos una clara apuesta por la innovación y nuestra capacidad de adaptación que son parte inherente a nuestra actividad

empresarial.

Además, hemos creado un fondo de reserva de las utilidades percibidas (siempre que sea posible) destinadas únicamente a obras sociales y medioambientales, tal y como se detalla previamente. Por el momento se ha creado un plan de acción social, con objetivos y metas específicas, encaminadas a incrementar nuestra relación con la sociedad.

Se ha creado una encuesta de percepción para que nuestros grupos de interés puedan explicarnos la importancia que los aspectos de la triple línea de sostenibilidad tienen para ellos y en cuales debemos centrar nuestros esfuerzos desarrollando planes específicos.

En 2021 trabajamos por dar respuestas a las expectativas de nuestros trabajadores y socios., Este 2022 las encuestas de percepción se harán extensibles al resto de grupos de interés.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Tenemos que seguir trabajando para tener una gestión sostenible más eficiente, es necesario seguir trabajando en el desarrollo y mejora de medidas de gestión social responsable y comunicación.

-- Actualización 2022 --

Lamentablemente la COVID-19 paró nuestra línea de trabajo en este aspecto, pero la retomamos en 2021 con la intención de implementar estas medidas de mejora. Puede que surjan mas planes de mejora a raíz de las nuevas incorporaciones.

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 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.