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

RSA - PYMES

Empresa evaluada

ARQUITECTURA INFINITA, S.L.U.
CIF:B99456907
Plaza de San Miguel 3, planta 1, oficina B
50001 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

.ARQUITECTURA INFINITA, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Plaza San Miguel, Nº 3, Planta 1ª, Oficina B, 50001, Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Arquitectura y promoción inmobiliaria

04 - Año comienzo actividad.

La actividad comenzó en 2011 como autónomo y la creación de la sociedad data de 2016.

05 - Número de personas empleadas

No hay personal asalariado

06 - Persona contacto

David Calvo Segura

07 - E-mail contacto

david@area15.es

08.- Página web

www.area15.es
www.infinitoaccesible.com

GENERAL

Tendencias Globales

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

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

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

El entorno empresarial y social está en permanente movimiento y es fundamental saber adaptarse a los cambios.
La arquitectura como profesión también evoluciona, por eso hay que poner el foco en la innovación y estar al tanto de las nuevas tendencias.

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

Si

2.1. Información adicional

Las personas y las empresas de cualquier tamaño podemos causar impacto positivo en la sociedad, cada acción cuenta.
Consideramos importante que la responsabilidad social forme parte de la estrategia de la empresa, y se construya una cultura empresarial basada en valores compartidos por toda la organización.

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 incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

3.1. Información adicional

Se implementa la sostenibilidad y eficiencia energética en la redacción de proyectos así como en el asesoramiento a clientes

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

Hemos colaborado con varias causas pero sin establecer un patrón económico ni temporal.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

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

organización

5.1. Información adicional

Se ha implementado un programa de gestión que actúa como base de datos, control económico y motor para el envío de newsletter, categorizando según intereses

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

Gobierno de la organización

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

Existe un documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

7.1. Información adicional

Se va actualizando dicho documento ya que actualmente no hay trabajadores contratados

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

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

8.1. Información adicional

Para la empresa es importante que todo el equipo esté en la misma sintonía y así puedan conseguirse los objetivos y retos propuestos.

Plan de Responsabilidad Social

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

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

9.1. Información adicional

Desde que solicitamos por primera vez el sello RSA hemos avanzado en la realización de actuaciones, y este 2018 hemos crecido en equipo pasando a tener una trabajadora contratada.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

10.1. Información adicional

Hacemos responsabilidad social corporativa, pero sin realizar evaluaciones ni memorias, es decir sin registrar ni medir.

A partir de 2019 queremos trazar una estrategia que incorpore la responsabilidad social corporativa y tener un mayor control y conocimiento sobre la repercusión de las actuaciones.

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

Evaluamos la satisfacción de nuestros clientes, tanto a través de la comunicación directa dado el trato cercano y personal, a través de un sistema de encuestas que nos permiten recoger y tratar los datos para obtener conclusiones.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

12.1. Información adicional

Tenemos establecidos protocolos de trabajo en función del proyecto desarrollado, para poder evaluar la satisfacción del cliente en cada una de sus etapas.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

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

13.1. Información adicional

De forma permanente estamos innovando en nuestros servicios, muy pendientes de las tendencias de mercado y necesidades de nuestros clientes.
Nos servimos de las tecnologías más avanzadas para desarrollar nuestro trabajo (software profesional) y también para comunicarnos con los clientes de forma ágil.

Calidad de los productos y servicios

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

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

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

Se ofrece un servicio postventa integral

15.1. Información adicional

Desde el momento de la contratación informamos al cliente de todo lo que necesita saber acerca del servicio, y una vez prestado y finalizado el trabajo evaluamos su satisfacción. Dado que la relación que establecemos con los clientes es a largo plazo, estamos pendientes de que estén satisfechos con el servicio y tenemos el compromiso firme de mejora continua.

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 nuestra página web se relacionan todos los servicios que ofrecemos.
Cuando una persona nos solicita información, una vez comentadas sus necesidades, recibe documento con detalle de la prestación del servicio con un compromiso de realización en tiempo y las tarifas en cada caso.
Nuestros presupuestos no tienen letra pequeña, están redactados en un lenguaje claro y accesible para el cliente.
En octubre de 2018 nos hemos unido al sistema arbitral de Consumo.

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

17.1. Información adicional

Tenemos previsto realizar encuestas para medir el clima laboral, de momento se mantienen conversaciones periódicas para comprobar el grado de satisfacción de la persona contratada.

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)?

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

18.1. Información adicional.

Forma parte de los valores de la empresa ya está contemplado el no discriminar a nadie y ofrecer oportunidades de mejorar profesionalmente.
Contemplamos la igualdad desde una perspectiva global, para nosotros es importante que

cualquier persona que atendamos se sienta incluida y respetada.
Nos hemos adherido al Charter de Diversidad, una carta de compromisos voluntarios que reafirma nuestra apuesta por la igualdad y la diversidad.

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?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

Las acciones desarrolladas tienen que ver con la flexibilidad de horarios
de trabajo en función de las demandas del personal, el horario de trabajo se distribuye semanalmente y se comunica al gerente a principios de cada mes.
Es decir la flexibilidad de entrada y salida y de los días que se acude a trabajar es total siempre que se cumpla la jornada legal establecida en contrato.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

20.1. Información adicional.

Se da la opción a las personas del equipo de que hagan propuestas, y se favorece que realicen formación en cuestiones específicas de su puesto y también en otras competencias que puedan ayudar a su desarrollo profesional,

21.1. Información adicional.

Actualmente no hay otr@s trabajador@s

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.

Actualmente no hay trabajadores contratados

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.

Debido a la actividad desarrollada las compras son mínimas. Sí que se compra el material de oficina en el comercio local

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.

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 algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

No tenemos ninguna estrategia y planificación en este sentido, y por tanto participamos en iniciativas de las que no podemos medir el impacto.

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.

Está previsto para 2019 establecer una estrategia de negocio y fijar determinados proyectos e iniciativas

Transparencia con el entorno social de la organización

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

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

27.1. Información adicional

No tenemos estrategia de comunicación como tal en este sentido , se comparte la información y se
promueve la participación en iniciativas

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

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

28.1. Información adicional

Se realiza comunicación a través de las redes sociales y a través de nuestro blog.

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.

Somos una pequeña empresa pero tenemos en cuenta los impactos medioambientales ocasionados por la actividad
Se elimina al máximo la utilización de papel, y en todo caso se reutiliza y recicla todo el papel utilizado en la oficina.
Reutilizamos bolsas y cajas, plástico y vidrio.
Utilizamos consumibles informáticos reciclados
La iluminación es led,
Se favorece la movilidad sostenible evitando el coche en desplazamientos cortos.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

30.1. Información adicional.

Las medidas adoptadas se comunican al equipo y también al resto de grupos de interés

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

Comunicación ambiental

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

Se comunican, pero exclusivamente a grupos de interés implicados

32.1. Información adicional

No tenemos estrategia de comunicación en este sentido.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

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

Compromiso de nuestra empresa para causar impacto positivo en nuestro entorno y seguir mejorando cada
día.
Cuidamos a nuestro equipo y favorecemos el desarrollo profesional y la conciliación con la vida personal.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Tener sistemas y planificación para poder medir las acciones de responsabilidad social.

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 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.