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

# RSA - PYMES

**Empresa evaluada**

**INGOA**
CIF:B99406654
Balbino Orensanz 55 local 17-18
50014 - Zaragoza
Zaragoza

## DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

### 01 - Denominación de la organización

INGOA Energía Amiga, S.L.

### 02 - Dirección - CP - Población

Balbino Orensanz 55 local 17-18
50014 - Zaragoza
Zaragoza

### 03 - Sector. Actividad

Sector Tecnológico / Deportivo.

Estableciendo alianzas de impacto social con empresas, INGOA transforma la energía positiva del running en energía real, para llevarla a causas solidarias y reducir el índice de pobreza energética mundial.
A través de nuestra plataforma online y mediante la creación de Dorsales Virtuales, conectamos necesidades energéticas con recursos de empresas socialmente responsables, que involucran a sus grupos de interés en torno a la práctica del running y la participación en carreras, obteniendo datos que facilitan convertir lo intangible en tangible y generando valor compartido

### 04 - Año comienzo actividad.

- Abril 2014: constitución de la sociedad
- Marzo 2015: lanzamiento versión beta-testing de la plataforma online y realización de distintas experiencias piloto para validar producto
- Diciembre 2015: salida a mercado

### 05 - Número de personas empleadas

1 persona empleada

### 06 - Persona contacto

Pachi Torres Gil

### 07 - E-mail contacto

ptorres@ingoarunning.com

### 08.- Página web

www.ingoarunning.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**

La empresa sigue realizando planificaciones a medio plazo en base al mayor conocimiento tanto de su realidad como del contexto y de las tendencias y movimientos globales que nos afectan en tanto empresa social, PYME y empresa fuertemente vinculadas a las organizaciones sociales. S

eguimos incorporando nuevos conceptos y elementos en nuestra planificación en base a la información obtenida en el día a día de nuestro trabajo y en la relación con nuestros diferentes stakeholders.

La crisis del COVID nos ha obligado a paralizar la actividad y estamos actualmente en un momento de adecuación a la situación, intentando adaptarnos a las nuevas tendencias existentes.

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

Si

**2.1. Información adicional**

Seguimos convencidos de que las pequeñas y medianas empresas pueden tomar decisiones y poner en marcha acciones individuales que contribuyan a un objetivo global y que se alineen con las estrategias y tendencias globales, no obstante por nuestra propia naturaleza, y nuestro modelo de negocio, nuestro trabajo se realiza siempre en red, ya que consideramos que el establecimiento de alianzas puntuales o estratégicas es el mejor camino para obtener resultados sostenibles.

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

**4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?**

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

**4.1. Información adicional**

Uno de los objetivos que INGOA contemplaba en su modelo de negocio, es la obtención de recursos económicos para causas solidarias, destinando a las mismas el 50% del importe que se factura por cada reto que proponemos en nuestra plataforma. En 2019 se incorporó al modelo de negocio un nuevo servicio que no contemplaba el destino del 50% a una causa social

Ambos productos convivían en nuestro modelo de negocio, que actualmente está en revisión completa ya que, al no existir carreras, la actividad de la empresa se ha paralizado. Estamos actualmente definiendo una nueva estrategia en la que el apoyo a causas sociales y medioambientales seguirá siendo el centro y corazón de la actividad empresarial, pero a través de otras fuentes de ingresos.

## Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

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

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

**5.1. Información adicional**

Seguimos gestionando y manteniendo cauces de comunicación y diálogo específicos y diferenciados con nuestros grupos de interés, en base a sus particularidades y necesidades.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

**6.1. Información adicional**

La evolución de la empresa nos ha continuado exigiendo la puesta en marcha de canales específicos y herramientas para canalizar las necesidades de los diferentes grupos de interés.

Actualmente, la paralización de la actividad de la empresa, ha hecho también que se paralicen los canales comunicativos.

## 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**

Ingoa es una empresa social, que tiene unos fuertes valores que resultan fundamentales en el día a día de la misma. Las personas que forman parte de la empresa comparten dichos valores. Existen documentos que sistematizan esta información y se ponen a disposición de todas las personas colaboradoras. Además se recuerdan y ratifican en el día a día y en cada decisión que se toma.

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

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

**8.1. Información adicional**

Hay un marcado orgullo de pertenencia de las personas que colaboran con INGOA y la misión, visión y los valores que se propugnan como organización, son compartidos a título personal. Las personas que se integran a la empresa, pero también aquellas que colaboran con ella de manera puntual, son profundamente conocedoras de estos elementos que comparten. De hecho, este sentimiento es uno de los elementos fundamentales por los que las personas se vinculan con Ingoa. El tamaño de la organización no ha hecho necesario por el momento sistematizar los cauces por los cuales se socializa esta información.

Actualmente, las personas implicadas lo están también en la búsqueda de nuevas áreas de intervención, coherentes con la misión, visión y valores establecidos.

## 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**

La responsabilidad social se encuentra en el propio ADN de la empresa. Existen políticas y planes diferenciados en diferentes materias: conciliación, igualdad, gestión de residuos, ética de comunicación...

El plan de RSC que se había elaborado ha tenido que ser desechado ya que la actividad habitual de la organización no puede desarrollarse, y es necesario definir nuevas actividades que requerirán de un nuevo plan de RSC acorde a las mismas.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni

indicadores

**10.1. Información adicional**

No hay Plan de Responsabilidad Social como tal ya que el que se había elaborado no tiene validez en la situación actual.

## CLIENTES

### Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

**11.1. Información adicional**

Hasta marzo de 2020 se llevaba a cabo una interacción continua con los clientes y grupos de interés a través de diferentes canales para mejorar la gestión de sus expectativas, nivel de satisfacción, etc.

Lamentablemente, la situación generada por la COVID19 nos obligó a poner en stand-by la actividad empresarial, informando de ello a clientes y otros stakeholders a través de los diferentes canales que teníamos abiertos. A pesar de no tener actividad en el momento actual mantenemos abiertos los canales de comunicación para atender las demandas, dudas y planteamientos de la comunidad de runners, además de para obtener información que nos facilite el diseño de la nueva estrategia.

**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 saber si son exitosas

**12.1. Información adicional**

Durante todo el año realizamos un seguimiento de satisfacción de los diferentes clientes y colaboradores, implementando correcciones y mejoras constantes.

Fruto de este análisis se desarrollan nuevos servicios.

### Innovación en los productos y servicios

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

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

**13.1. Información adicional**

La innovación es una característica clave de la empresa y nos ha llevado a crear de manera continuada mejora en los productos y servicios, y actualmente nos empuja a buscar soluciones innovadoras, nuevos productos y servicios que nos permitan seguir cubriendo las necesidades de nuestros clientes y grupos de interés en el nuevo contexto.

## Calidad de los productos y servicios

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

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

### 15.1. Información adicional

Nuestro servicio post-venta no sólo es reactivo; es decir, no sólo ponemos en marcha acciones correctivas de posibles errores identificados por usuarios y clientes a la mayor brevedad, informando de su resolución, sino que, además, en el caso de que se identifiquen estos errores se informa a los usuarios, clientes o grupos de interés afectados a través de diferentes canales adecuados a la dimensión y grado de afectación del error (mail personalizado, mail genérico, redes sociales, aviso en página web, llamada telefónica o incluso reunión personal).

## 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

Se sigue aportando información verídica y transparente sobre la empresa, sus servicios, sus productos y su situación actual a clientes y grupos de interés.

# 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

El bienestar de las personas implicadas con Ingoa es un elemento clave en la gestión y fundamental para el éxito de la iniciativa. Dado el pequeño tamaño de la empresa es posible conocer su grado de satisfacción y recoger sus inquietudes de manera personalizada, a través de intercambios directos.

## Igualdad de oportunidades y no discriminación

### 18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

Se realizan acciones de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

**18.1. Información adicional.**

Son valores integrados en nuestro ADN de empresa, porque son valores que asumimos personalmente.
Así, promovemos el acceso a la formación según las propuestas que nos llegan a través de distintos boletines (IAF, Cámara de Comercio, CIEM, CEEI, etc), incentivamos el desarrollo personal y profesional por medio de la asistencia a distintos eventos, las retribuiciones están establecidas en términos de igualdad, etc.
En todo caso, son principios que tendremos muy presentes a la hora diseñar planes cuando la contratación de personal sea más significativa y así lo requiera

**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.**

Actualmente únicamente hay una persona vinculada a la empresa, y se facilita totalmente la conciliación, garantizando el teletrabajo, la posibilidad de compaginar las funciones asignadas en Ingoa con otras actividades profesionales, así como la flexibilidad horaria (trabajo en función de resultados)

**Formación y desarrollo profesional**

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

**20.1. Información adicional.**

La situación actual no permite realizar actividades específicas en este sentido, pero la empresa permanece abierta a facilitar la formación de las personas vinculadas a la misma.

**Seguridad y Salud**

**PROVEEDORES**

**Compras responsables**

**Clasificación y evaluación de proveedores**

**SOCIAL**

**Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

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

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

**25.1. Información adicional.**

La metodología está actualmente en revisión ya que no hay carreras presenciales y el modelo debe adaptarse.

## Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

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

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

**26.1. Información adicional.**

Nuestra misión pasa por mejorar el acceso a la energía a nivel global, además de promover hábitos alineados con un uso responsable de los recursos energéticos. Los proyectos sociales a los que la empresa ha apoyado hasta ahora estaban alineados con esta misión y con la propia estrategia de negocio aunque entendemos que los grandes retos sociales (definidos en los ODS, en la agenda 2030) están inter-relacionados.

Actualmente estamos inmersos en un profundo proceso de redefinición estratégica que altera, no solo la estrategia del negocio, si no la manera en la que se colabora con los proyectos sociales.

## Transparencia con el entorno social de la organización

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

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

**27.1. Información adicional**

La comunicación de las acciones desarrolladas a nivel social por la empresa es una piedra angular de nuestra actividad. Es una rendición de cuentas fundamental que realizamos para todos los grupos de interés de manera personalizada (comunidad, empresas clientes, propias organizaciones sociales) y que es de libre acceso a través de internet (plataforma, página web, redes sociales) para cualquier persona.

Actualmente nuestros canales de comunicación siguen abiertos para posibles consultas pero no se está llevando a cabo una comunicación activa desde que se informó de la paralización de la actividad. se informará a la comunidad y a todos los clientes y stakeholders de la nueva estrategia de la empresa cuando esté lista, así como de las

implicaciones de la misma, abriendo canales de consultas y sugerencias.

**Comunicación y fomento de buenas prácticas**

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

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

**28.1. Información adicional**

Actualmente todos los procesos, planes y metodologías se encuentran en revisión

**AMBIENTAL**

**Impacto ambiental**

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

No existe una planificación para estos temas.

**29.1. Información adicional.**

No se registran y analizan los posibles impactos de nuestra actividad, pero existe una gran sensibilidad hacia la sostenibilidad medioambiental que se plasma en la actividad diaria: compra de fotocopiadora / impresora ECO, impresión en B/N siempre que es posible, archivo digital para reducir las impresiones a números mínimos, reciclado de residuos por materiales, utilización de escaleras vs ascensor, fomento de prácticas ecológicas y mediambientales respetuosas entre la comunidad.....

**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?**

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

**30.1. Información adicional.**

Hay un compromiso decidido y una preocupación real por el cambio climático que sí se manifiestan de forma pública y se comunican. Su máximo exponente hasta la fecha es la adhesión a Un millón de compromisos por el clima, liderada por ECODES.Se comunican los compromisos a través de las redes sociales y otras herramientas de comunicación, además de promover la sensibilización y la información sobre estos temas.

.

**Economía circular**

**Comunicación ambiental**

**32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se**

**comunica a los empleados y a otros grupos de interés?**

Se comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

**32.1. Información adicional**

Las comunicaciones que realizamos en este ámbito se enmarcan en lo expuesto en el punto anterior

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

### Valoración Global

**34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

7

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

**35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

El compromiso con el fin social de la empresa, que nos empuja a seguir adelante a pesar de las dificultades..

**36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

La necesidad de adaptarnos a un contexto que ha hecho imposible la viabilidad de la empresa tal y como estaba diseñado el modelo de negocio.

### 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 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.