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

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

MARÍA PILAR ARAGÜÉS FUMANAL
CIF:291******
50059 - Montañana

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Pilar Aragüés

03 - Sector. Actividad

Formación y desarrollo de habilidades sociales

04 - Año comienzo actividad.

2016

05 - Persona de contacto

Pilar Aragüés

07.- Página web

www.pilararagues.es

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 y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1. Información adicional.

Existe la total consciencia del valor que se aporta en las nuevas relaciones laborales y la preocupación por la persona en el mundo empresarial. La razón de ser de esta empresa es colaborar con esta ?humanización? del ámbito económico.

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

3 - ¿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.

3.1. Información adicional.

Hay planificación anual de aportación a planes solidarios o grupos en riesgo de exclusión (Aecop Solidaria, La Akademia...). Se plantea para este año crear una alianza de apoyo con horas de trabajo a asociación de mujeres maltratadas.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4 - Tiene identificados 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

4.1. Comentarios

Los grupos están definidos: empresa aragonesa principalmente, también de Madrid y Barcelona (sobre todo Pyme), particulares profesionales, escuelas de formación de empresas, centros de enseñanza superior públicos y privados, asociaciones de coaching y capacitación, obras sociales banca...
Se procura recoger información en Asociaciones como: AJE, ATA, AECOP... participamos en congresos y actividades de éstas. Formamos parte de La Colaboradora y La Terminal (centros neurálgicos del emprendimiento en Aragón)...

5 - ¿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 principales grupos de interés

5.1. Comentarios

A través de participación en redes sociales de interés laboral y económico así como participación en la vida diaria de asociaciones antes mencionadas.

Gobierno

6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o código de conducta?

Existe un código de conducta que se revisa periódicamente

6.1. Comentarios

Cómo certificada en Aecop como Coach ejecutivo y organizacional, esta empresa está adscrita al Código Ético de la misma que es revisado de forma anual por su junta directiva.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estoy inmerso en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social

7.1. - Comentarios

Se está desarrollando un proyecto llamado Box Emotions a través del cual se pretende realizar una prueba testeo para ir modelando el formato y fondo de una de las líneas de producto.
Con cada entrega se solicitará opinión a los clientes sobre el producto para las siguientes entregas.
Por otro lado, en sí mismo el trabajo se definirá por las necesidades a cubrir (información que le se solicitará en todos los trabajos).
MaSe mantendrá adscripción a Aecop y sus estándares.
...

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

8.1. - Comentarios

Se plantean las acciones anteriormente comentadas

CLIENTES

Satisfacción de Clientes.

9 - ¿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

9.1. - Comentarios.

Por supuesto encuestas en cada servicio además de de otras solicitudes de opinión.
También hay diálogo continuo con algunas escuelas o clientes como Working Formación.

Calidad del servicio y Transparencia informativa.

11 - ¿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.

11.1.- Información adicional

Información referida en punto 10

PERSONAS EMPLEADAS

Seguridad y salud.

12 - ¿Tiene implantados en su negocio mecanismos de salud y seguridad laboral?

Se ha realizado la evaluación de riesgos y se gestiona de forma autónoma las obligaciones en prevención de riesgos

12.1.- Información adicional

La ubicación física tiene lugar en un centro que recoge todas las necesidad a de prevención (La Terminal).

PROVEEDORES

Compras responsables

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Se colabora en proyectos afines a los valores sin planificación específica

15.1. Información adicional

De forma anual se participa con trabajo en planes solidarios

Comunicación y fomento de buenas prácticas

16 - ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social que desarrolla?

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

16.1. Información adicional

Se comunican a diario en redes. De forma esporádica en medios de comunicación como revistas, radio...

Que plantea establecer un plan de comunicación de la aportación solidaria.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

17.1. Información adicional.

No existe un plan dedicado al impacto en el medio ambiente porque la actividad no supone grandes impactos.
Sí se procura utilizar papel reciclado y utilizamos el coworking como idea de aprovechamiento de recursos (no sólo gastos).

Economía circular y comunicación

19 - 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 no de manera sistemática u organizada

19.1. Información adicional

A la ación en punto anterior

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

20 - 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 un negocio rentable y sostenible en el tiempo
2 - Capacitación y desarrollo profesional
3 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
4 - Ofrecer productos y servicios de calidad
5 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
6 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
7 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
8 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
9 - Gestionar con ejemplaridad
10 - Disponer de presupuesto

Valoración Global

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

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Se procura primero ser para poder comunicar, es decir, primero ser para poder transmitir

una realidad.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Implicación con el medio ambiente como empresa. Me planteo la colaboración con horas de trabajo y publicaciones en redes con alguna protectora de animales. Colaborar con la concienciación.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible