

RSA - PYMES

Empresa evaluada

ALIA CONSULTORIA GLOBAL

CIF:B99475386

C/Zurita, 7 Ppal Dcha

50001 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

ALIA CONSULTORES

02 - Dirección - CP - Población

C/ZURITA, 7 PRINCIPAL DERECHA Y C/ZURITA, 10

03 - Sector. Actividad

CONSULTORIA BANCARIA

04 - Año comienzo actividad.

2016

05 - Número de personas empleadas

28

06 - Persona contacto

JORGE NAVARRO UBIDE

07 - E-mail contacto

m.moreno@aliaconsultores.com

08.- Página web

www.aliaconsultores.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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

1.1 Información adicional

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

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

Si

2.1. Información adicional

Aunque las capacidades y recursos en la Pymes, serán menores que en grandes empresas, en muchas ocasiones no son utilizados para fortalecer sus propias ventajas competitivas. Y precisamente su dimensión hace que sea más fácil llevar a cabo acciones de RSE. La perspectiva social y ambiental del impacto de la propia actividad empresarial debe verse como una generación de valor y de diferenciación para los grupos de interés.

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

La propia actividad de la empresa supone también un compromiso social, en aras de facilitar el lenguaje y la relación entre empresas y proveedores financieros acorde a los nuevos cambios en este ámbito, que estamos viviendo.

También derivado de nuestra actividad, hemos desarrollado nuevos servicios para garantizar mejor la pervivencia de las empresas.

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

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

La empresa procura atender necesidades de conciliación, ambientales y sociales asumiendo el coste de determinadas actividades.

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

Nuestros Grupos de Interés son:

- Empleados , accionistas y colaboradores
- Clientes
- Mercado (clientes potenciales)
- Sociedad
- Administraciones Públicas Estatales, Autonómicas y Locales con las que nos relacionamos en trámites administrativos para nuestra actividad (Hacienda, Seguridad Social, Aytos., ...)
- Proveedores de servicios profesionales y/o de gestión
- Asociaciones profesionales, fundaciones, confederaciones y agrupaciones de interés económico
- Otros colaboradores y grupos de interés (patrocinios, club deportivos..)

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

6.1. Información adicional

Conocemos las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés a través de reuniones formales de negocio e informales en las que se aprovecha a extraer información de su percepción y valoración sobre la empresa (especialmente clientes / colaboradores).

También gracias a otros canales como el impacto en RRSS (Linkedin especialmente como foro empresarial sectorial por excelencia).

Igualmente aprovechamos jornadas y encuentros, destinadas a networking, para intercambiar impresiones con nuestros grupos de interés.

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

Debido al tamaño de la empresa, transmitimos nuestros valores, tanto en la manera de actuar de la dirección como en las instrucciones que se transmiten a nuestro equipo de trabajo.

Tenemos desarrollado el protocolo de trabajo y competencias de cada una de las personas que integramos la empresa, así como del rol de cada uno de nosotros.

Realizamos reuniones con todo el equipo y los jefes/responsables de departamento lideran estos encuentros para transmitir los valores y la misión de la empresa, así como los nuevos propósitos del año en beneficio del desarrollo de la responsabilidad social , lo que redundará en la calidad del servicio que ofrecemos.

Igualmente realizamos reuniones trimestrales donde se hace una recapitulación e hincapié, también de estos aspectos tan importantes.

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

Desde el departamento de gestión de personas se comunica a los trabajadores la misión y objetivos de nuestra empresa, el objetivo es reforzar un entorno donde aportamos y construimos una marca de valores en la que los principales implicados, manifestamos en el desarrollo de nuestra labor.

En las reuniones trimestrales que se realizan en la empresa, se aprovecha para hacer énfasis en los objetivos, valores y propósito de la empresa.

También, a finales del año pasado realizamos una reunión de equipo precisamente para reforzar la misión, la visión y los valores de la empresa.

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

Gracias a este Programa, ya hemos comenzado a realizar acciones y estamos formalmente comprometidos a desarrollar un plan de RSE.

Destacamos entre ellas:

- CONCILIACIÓN Y FLEXIBILIDAD
- ADSCRIPCIÓN AL PROGRAMA ARAGON CIRCULAR
- SEGURO DE SALUD PARA EMPLEADOS
- COLABORACION ACTIVA CON AECC
- MENTORIZAJE DE NUEVOS EMPRENDEDORES
- PARTICIPACIÓN Y PATROCINIO DE EVENTOS SOLIDARIOS

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

10.1. Información adicional

Inicialmente no había un plan como tal sobre RS, pero gracias a este programa hemos reflexionado sobre nuestras políticas y procedimientos por lo que estamos desarrollando acciones para la consecución de objetivos.

Destacamos entre ellas:

- CONCILIACIÓN Y FLEXIBILIDAD
- ADSCRIPCIÓN AL PROGRAMA ARAGON CIRCULAR
- SEGURO DE SALUD PARA EMPLEADOS
- COLABORACION ACTIVA CON AECC
- MENTORIZAJE DE NUEVOS EMPRENDEDORES
- PARTICIPACIÓN Y PATROCINIO DE EVENTOS SOLIDARIOS

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

A través de reuniones, llamadas y por la propia relación que tenemos con el cliente recibimos información sobre su grado de satisfacción.

Tenemos creado un Departamento de Calidad, orientado en gran medida a la satisfacción de clientes y proveedores, a través del cuál se refuerzan estas relaciones, así como encuestas, llamadas y otros procedimientos para conocer su grado de satisfacción, sugerencias y mejoras.

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

Tras este contacto con los clientes y tras recibir la información recabada en informes de calidad, mantenemos semanalmente reuniones de negocio para incorporar al protocolo de trabajo y a la propia empresa mejoras orientadas a la satisfacción de clientes.

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

Además del contacto directo con clientes y proveedores, mantenemos colaboración activa con escuelas de negocios, asociaciones y foros empresariales donde recibimos información para para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de nuestros clientes así como a las tendencias del mercado.

Calidad de los productos y servicios

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

Somos conscientes que nuestro servicio engloba un compromiso social que también tratamos de potenciar en nuestra relación comercial con el cliente.

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 protocolo de trabajo supone una relación periódica con el cliente y por tanto un servicio post-venta intrínseco y continuado en el tiempo.

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 detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

16.1. Información adicional

Es nuestro objeto social proporcionar información sobre todas las características, riesgos, ventajas... de los productos y/o servicios ofertados.

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

Si , además de reuniones periódicas de equipo , a través de otros mecanismos como encuesta de calidad interna anónima , donde se reciben propuestas y sugerencias que posteriormente se utilizan para nuevos enfoques y mejoras, sobre todo en el clima laboral y por tanto en el servicio al cliente.

Periódicamente realizamos reuniones ONE TO ONE, entre responsables de departamento y trabajadores para conocer la satisfacción y expectativas.

Trimestralmente en nuestras reuniones de equipo , dinamizamos dinámicas de grupo como medida de refuerzo para conocer el clima laboral

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 formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

No existe discriminación de ningún tipo

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 aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

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

Debido al clima laboral de la propia empresa, existe la posibilidad de conciliar vida personal, familiar y laboral.

Formación y desarrollo profesional

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

20.1. Información adicional.

Se proponen y se van realizando, opciones de formación (cursos especializados y otras acciones formativas) para el personal de la empresa, con el objetivo de reciclar, profundizar y adecuar conocimientos.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

21.1. Información adicional.

Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación básica relacionada con el desempeño del puesto de trabajo y la actividad de la organización.

Se realiza una evaluación de desempeño donde se contemplan y proponen acciones de formación para la mejora de las habilidades de los trabajadores.

También, entre el equipo, realizamos reuniones periódicas formativas, para compartir enseñanzas entre los diversos departamentos.

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

No refiere

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.

Dentro de los consumibles de la empresa , fomentamos la compra de productos ecológicos y reciclados. Además en otros casos realizamos compras locales para favorecer de forma positiva a nuestro entorno económico-comercial más inmediato,

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.

24.1. Información adicional.

Existen unos criterios de compra responsable , además de por productos, por proveedores, generando con ello un impacto positivo en nuestro entorno más cercano.

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.

Estamos sensibilizados con la acción social a través de diversos proyectos solidarios que desarrollamos junto a nuestros amigos de :

- AECC- Retos solidarios, carrera benéficos, envío boletín mensual "Tu salud es lo primero", y hucha digital
- FUNDACION LA CARIDAD - Acciones de los trabajadores de voluntariado
- UNICEF donación económica mensual

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.

Consideramos que la responsabilidad social y la solidaridad es una obligación de todos. En ALIA queremos demostrar con hechos nuestra implicación con los sectores más desfavorecidos de la sociedad.

Además consideramos que parte de la motivación de nuestro equipo deriva del bienestar que retorna la solidaridad. En nuestro negocio, (consultoría bancaria, principalmente) es importante fomentar estos valores.

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

Determinados proyectos se comunican a través de redes sociales, con el objetivo de crear una tendencia entre nuestros amigos profesionales.

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

Comunicamos las acciones a través de redes sociales (linkedin) y en otros foros profesionales donde colaboramos.

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.

29.1. Información adicional.

Se llevan a cabo acciones de reciclaje, separación de residuos y ahorro energético dentro de la actividad de la empresa.

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?

No existen actividades en marcha

30.1. Información adicional.

No existen actividades en marcha

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

31.1. Información adicional

Iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

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?

No de una manera formal

32.1. Información adicional

Se realizan acciones de reciclaje y compras responsables , producto de la propia iniciativa y concienciación personal.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

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

- 1 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 3 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes

- 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 - Disponer de presupuesto
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

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?

Como principal punto fuerte a destacar es nuestra vocación de servicio, orientada tanto a proveedores como a clientes. Estamos inmersos en una nueva era donde la forma de trabajar y de comunicarse entre proveedores financieros y clientes/empresarios, ha cambiado completamente, algo que en la gran mayoría de los casos, cuesta interpretar. Nosotros conseguimos una relación acorde y fluida en ambas direcciones.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

En nuestro caso, y debido a nuestra propia actividad, podríamos profundizar más en la RSA, ayudando también en otros foros de interés y con nuevas prácticas.

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, ¿Cuáles son?

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.

- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.