

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**AYANET TIC, S.L.**

CIF:B78123767

Plataforma Logística PLAZA C/Bari 57 Edificio TIC

XXI

50197 - ZARAGOZA

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Ayanet TIC

#### 02 - Dirección - CP - Población

Calle Bari 57, Edificio TIC XXI (Plaza) 50.197, Zaragoza, España

#### 03 - Sector. Actividad

Consultoría integral Tecnológica:

-Microsoft dynamcis 365 business central

-NutriNAV. Software agroalimentario

-RutaNAV. Software distribución

-ADAGES: Software industrial

#### 04 - Año comienzo actividad.

1985

#### 05 - Número de personas empleadas

49

#### 06 - Persona contacto

Carolina Marín Súnier

#### 07 - E-mail contacto

[cmarin@ayanettic.es](mailto:cmarin@ayanettic.es)

#### 08.- Página web

[www.ayanettic.es](http://www.ayanettic.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)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

### **1.1 Información adicional**

- **Económicos:** El método de contratación en Ayanet TIC es mediante contrato indefinido a sus empleados, ya que se apuesta por el empleo estable y de calidad. Se cumple escrupulosamente con la legalidad en todos los ámbitos. La información financiera se comparte con el equipo periódicamente, existiendo una política retributiva a los empleados en función de los mismos.
- **Políticos:** Se lleva a cabo una gestión de riesgos mediante un mapa y evaluación de los mismos dentro de un programa estructurado de Compliance.
- **Medioambientales:** Se gestionan los riesgos medioambientales de acuerdo con lo que contempla nuestro manual de gestión de los mismos. Se lleva a cabo una política de reciclaje activa que ha sido convenientemente comunicada en la empresa..
- **Tecnológicos:** Somos pioneros en el uso de herramientas tecnológicas tales como la videoentrevista.
- **Sociales:** Se han firmado alianzas con universidades, centros de estudios, fundaciones, clusters sectoriales, asociaciones, etc. El equipo dispone de una asignación presupuestaria para formación, ya que se apuesta firmemente por las personas.

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

No

#### **2.1. Información adicional**

Aunque Ayanet TIC puede individualmente enfrentarse a dichos aspectos, es más eficiente y el impacto será más duradero si el enfoque es transversal.

### **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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

#### **3.1. Información adicional**

Hay ciertas directivas marcadas en la empresa. y anualmente se establece un plan con el fin de marcar objetivos 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**

Nosotros destinamos una porcentaje del beneficio directamente a los empleados.  
Otro porcentaje a regalos que hacemos a nuestros clientes.  
Otro porcentaje, lo dedicamos a la realización de estudios de digitalización en los diferentes sectores que conocemos, en colaboración también con asociaciones del sector. Es una partida que requiere una inversión en análisis de datos, estudios demográficos y comunicación de los mismos.

### **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**

Trabajamos de forma directa con cada uno de los grupos de interés. No solo los conocemos sino que con cada uno de ellos realizamos acciones específicas.

#### **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**

Un ejemplo son la realización de evaluaciones de desempeño con los trabajadores, en función del resultado de las mismas individualizado se analiza cuánta partida de nuestro presupuesto dedicamos a formación y/o flexibilidad laboral para formación o actividades personales.  
Otro ejemplo son las encuestas de satisfacción a nuestros clientes y proveedores. En función de sus respuestas modificamos nuestra forma de actuar e incluso nuestros objetivos.

### **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 código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

##### **7.1. Información adicional**

Dentro de nuestro procedimiento de acogida se entrega un manual de normativa,

protocolos y procedimientos que posteriormente todo el mundo puede revisar en nuestra Intranet. Estos documentos se revisan cada dos años aproximadamente y se modifican cuando los socios lo consideran oportuno.

**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**

La cultura la hemos implantado entre todos.

La misión, visión y valores la hemos desarrollado juntos y juntos cada año decidimos los objetivos a cumplir. El equipo está involucrado desde la fase de diseño, no solamente se les informa....los objetivos los ponen ellos.

**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**

Desde 2020 tenemos un plan de responsabilidad social para Ayanet TIC.

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

**10.1. Información adicional**

ya hemos establecido unos objetivos e indicadores para ellos

**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**

Disponemos de una encuesta que revisamos mensualmente, dónde los clientes nos dan puntuaciones objetivas derivadas de nuestro servicio, así como sugerencias de mejoras. Además de la encuesta anual, después de cada servicio se pasa una evaluación rápida para conocer la satisfacción del cliente.

Con los resultados tomamos decisiones e incluso nos replanteamos el servicio.

Realizamos 4 tipos de encuestas. La primera se realiza una vez que se ha terminado de implantar el nuevo ERP, se hace una evaluación del procedimiento, formación, consultores implicados, expectativas del cliente, etc. Otra encuesta es anual para evaluar la satisfacción general del cliente. Otra se realiza anual y es específica del programa de gestión y otra es anual y es específica para el servicio de atención al cliente.

## **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**

Gracias a nuestras encuestas y a la entrevista que posteriormnte a rellenar la encuesta, tenemos con el cliente, se incluyen modificaciones y mejoras en el servicio, muchas de ellas específicas para cada cliente que posteriormente evaluamos de nuevo.

## **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**

Gracias a la información de nuestros clientes, a las tendencias del mercado, las nuevas normativas del sector y nuestra relación con asociaciones del sector, tenemos una información muy clara de las necesidades del mercado y esto nos ayuda a adaptar e implementar los cambios pertinentes en nuestro ERP.

## **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.

### **14.1. Información adicional**

Tenemos en cuenta los aspectos necesarios que nos incumben en nuestro sector de actividad.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

### **15.1. Información adicional**

Tenemos un figura dentro de la empresa que es el consultor responsable del cliente, el se encarga de todas las necesidades que puede tener el cliente, intentamos cubrir sus necesidad de manera proactiva.

También tenemos una persona en el departamento comercial, dedicada solo a clientes.

Con el objetivo de mantener informados a nuestros clientes de tendencias, nuevas normativas, cambios de directivas de Microsoft, cambios de precios, novedades en el ERP, etc.

## **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**

En el proceso de venta se da toda la información que nuestro cliente requiere. Normalmente honorarios, formas de pago, garantías, dificultades en los procesos de implantación, resistencias al cambio, fases del proceso, duración de cada fase, etc. Personas que van a realizar su proyecto, contenidos concretos, herramientas a utilizar, etc. Al cliente también se le pide la información necesaria por su parte.

## **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, se identifican mejoras y se implantan.

#### **17.1. Información adicional**

En nuestro caso, además de reuniones operativas, todos los años hacemos una entrevista de evaluación de desempeño donde se habla de cómo está el trabajador, de sus puntos fuertes, de sus áreas de mejora y se implanta un plan de acción. También los planes de formación salen de estas reuniones.

Además de ello, todos los meses nos reunimos y vemos cómo vamos a nivel de empresa y aprovechamos para comentar los proyectos generales de la empresa (de inversiones, etc..) Semanalmente realizamos una reunión ejecutiva donde vemos cómo van los proyectos a clientes y líneas de acción.

### **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.**

Nosotros por tamaño de empresa no estamos obligados a cumplir con la ley de igualdad, no obstante, tenemos un plan de igualdad, todos nuestros empleados entran en la empresa a través de un proceso de selección objetivo, que se evalúa a los 6 meses. En el Grupo Ayanet primamos a los buenos profesionales, independientemente de su edad, sexo, nacionalidad, etc... Tenemos un plan de carrera dónde viene definida la política salarial de la empresa y cada empleado ve hasta dónde puede llegar en función del cumplimiento de objetivos, de las necesidades de la compañía y de su evaluación de desempeño.

## **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 conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.**

En el Grupo Ayanet llevamos apostando por la conciliación como medida saludable desde hace varios años, comenzamos por tener flexibilidad en horarios sin tener que comentar a nadie dónde estás. Por otro lado, las jornadas se adaptan a las necesidades de cada uno. Se apuesta por teletrabajo como medida de conciliación ya la que pueden acceder todos los empleados. Se da la posibilidad de participar en formación dentro del horario laboral.

## **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.**

Tal y como hemos nombrado anteriormente, la formación es específica para cada empleado y sale de las evaluaciones de desempeño. Tenemos inglés para todo el equipo como área transversal, lo demás es todo específico. Se facilita desde la compañía el formarse desde un punto de vista de desarrollo personal y competencial.

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

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

#### **21.1. Información adicional.**

Exite un plan de carrera adaptado a las necesidades y objetivos de cada empleado.

## **Seguridad y Salud**

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

#### **22.1. Información adicional.**

Además tenemos un desfibrilador en la oficina.

## **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.**

Al ser una empresa de servicios no tenemos compras de materiales. Son casi todo compras de otros servicios.

### **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.**

Al ser una empresa de servicios, prácticamente el 100% de nuestros proveedores son de servicios también.

## **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 proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal



### **25.1. Información adicional.**

Nosotros desde hace varios años colaboramos diversas entidades para fomentar la formación y la inserción de determinados perfiles en la sociedad.

- Colaboraciones con centros de empleo. Formación Dual. Escuelas de negocio: invirtiendo en la formación de los jóvenes mientras realizar prácticas o PFC en nuestra empresa, etc.
- Realizado estudios de mercados en diferentes sectores en colaboración con las asociaciones agroalimentarias de España.

## **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.**

Todos los proyectos que ponemos en marcha están alineadas con nuestra estrategia de negocio, en ocasiones se nos presentan proyectos que no habíamos tenido en cuenta pero que casan perfectamente con nuestros valores y nuestra cultura y es entonces cuando los insertamos en la estrategia. Es un círculo que nos gusta dejar abierto.

## **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**

Gracias a las herramientas tanto de comunicación interna como externa (redes sociales, yammer, etc..) hacemos partícipes a nuestros empleados, clientes, proveedores de las iniciativas que ponemos en marcha. Igualmente si alguna persona tiene una iniciativa social, se estudia y se participa si casa con nuestros valores.

## **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**

Nuestro Dpto. de Marketing analiza y sigue las iniciativas que a través de las herramientas de comunicación se ponen en marcha. Solemos hacer concursos cuando asistimos a ferias

para involucrar a las diferentes partes implicadas como un ejemplo concreto.

## **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 evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

##### **29.1. Información adicional.**

Hemos identificado los aspectos e impactos ambientales de la organización de tal forma que podemos agrupar los aspectos ambientales de AYANET TIC en:

- Generación de residuos
- Consumo de recursos: energía eléctrica, agua de red, gasoil y papel

Existiendo una preocupación desde la fundación de la Compañía por estos aspectos, tanto a nivel económico tanto por el impacto en el entorno, fue a partir de la autoevaluación realizada para la EFQM del ejercicio 2005 cuando se explicitaron los procedimientos relacionados con el medio ambiente y se documentó todo el proceso en las correspondientes fichas de proceso.

### **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 y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

##### **30.1. Información adicional.**

Dentro del plan estratégico de la compañía se fijan unos objetivos cuantitativos y cualitativos en función de los riesgos identificados. A nivel interno se busca concienciar y motivar al mayor número de empleados ya que estos son el "motor del cambio".

### **Economía circular**

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

##### **31.1. Información adicional**

Somos una empresa de servicios. Las acciones realizadas se basan principalmente en la digitalización, reutilización, y donación. También tenemos un proyecto para consumir energías renovables.

## 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

A nivel interno, hemos elaborado distintos comunicados para la plantilla mediante nuestra herramienta interna de comunicación corporativa "Comunica-t".

También hemos comunicado al exterior nuestras buenas prácticas, tanto a nivel individualizado en nuestra relación B2B con el cliente, como en redes sociales y en nuestra web.

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

8

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

Creo que nuestro mayor punto fuerte es la calidad de nuestros servicios y el cuidado de nuestros grupos de interés poniendo en el centro al cliente tanto externo como interno. Todo lo anterior unido a un valor ser sostenibles para poder seguir aportando en nuestra sociedad.

#### 36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Quizá deberíamos trabajar algo más en materia de gestión medioambiental y compliance

## **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 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 13. Acción por el clima.