

RSA - PYMES

Empresa evaluada

AINMER INVESTIGACIÓN - GRUPO AEI

CIF:B99297772

Pza. Aragón 10 - Planta 11ª - Oficina 1ª

50004 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

AINMER INVESTIGACIÓN (Grupo Análisis e Investigación)

02 - Dirección - CP - Población

PLAZA DE ARAGÓN, 10 - PLANTA 3ª - OF. 3 - 50004 ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

04 - Año comienzo actividad.

2010

05 - Número de personas empleadas

ENTRE 1 Y 4 DEPENDIENDO DE CARGA DE PROYECTOS,
MODELO DE NEGOCIO BASADO EN RECURSOS HUMANOS COMPARTIDOS ENTRE
LAS DISTINTAS UNIDADES DE NEGOCIO DE NUESTRO GRUPO EMPRESARIAL, Y EN
CONSULTORES Y TÉCNICOS FREELANCE AD HOC POR PROYECTOS.

06 - Persona contacto

JAVIER TARAZONA ORTIZ

07 - E-mail contacto

j.tarazona@ainmer.es

08.- Página web

www.ainmer.es

www.analisiseinvestigacion.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)**

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

Especialmente se tienen en cuenta los cambios en el ámbito económico (mayor o menor oferta de perfiles de interés para nuestro trabajo); políticos (sobre todo por los cambios de gobierno, y desde el punto de vista de las administraciones públicas como clientes nuestros); tecnológicos (muy importantes en nuestro trabajo para innovar en metodologías de investigación y/o aumentar la calidad de todos los procesos); y sociales (focalizado sobre todo en la conciliación de la vida personal y profesional, a lo que se da mucho valor en nuestra empresa)

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

Si

2.1. Información adicional

Creemos que hay entornos en los que no (políticos, regulatorios...) y otros en los que una empresa por pequeña que sea puede tomar medidas para afrontar o adaptarse a tendencias económicas, tecnológicas o sociales.

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?

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática

3.1. Información adicional

No existe una planificación en cuanto a retos sociales y/o ambientales de forma sistemática, puntualmente sí en alguna ocasión cuando publicamos estudios propios que hacen referencia a cómo estos aspectos impactan en las empresas o en la sociedad. En cuanto al reto económico, obviamente si existe una clara planificación estratégica de nuestra empresa y del Grupo..

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

Tanto Ainmer como todas las empresas de su Grupo presentan una adecuada política medioambiental y la disponibilidad de procedimientos internos sostenibles para la impresión de documentos, uso de la energía y de otros suministros, que nos ayudan a optimizar las cuentas de gastos en suministros y otros aprovisionamientos,

Por otro lado, algunos miembros de la empresa participan en eventos y proyectos con objetivos sociales, pero a título individual aunque vinculando el nombre de la empresa siempre que existe la oportunidad. No existe por el momento una planificación ni cantidad concreta a destinar cada año como inversión corporativa para estos temas.

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 clave son los siguientes, y sobre ellos se intenta trabajar de forma específica para consensuar una relación win-win:

- Personal interno (trabajadores)
- Clientes privados (empresas)
- Clientes públicos (Administración)
- Proveedores (redes de campo)
- Accionistas

6.- ¿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

6.1. Información adicional

Aprovechando la situación del estado de alarma que provocó la pandemia del COVID-19, y las consecuencias en materia de confinamiento y teletrabajo, desde Ainmer-Grupo AEI hemos ido estrechando el contacto con nuestros clientes y otros stakeholders para conocer su nueva situación empresarial y poder adaptar mejor nuestros servicios y re-enfocar nuestra relación profesional con ellos.

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

Con motivo de la nueva situación creada a raíz de la pandemia del COVID-19, se

redactaron en 2020. unas "Fichas informativas COVID-19" con las medidas COVID adoptadas por las empresas del Grupo para asegurar la salud y seguridad de la plantilla y facilitar su desempeño profesional. Estas fichas se han difundido a través de la intranet del Grupo y además se han comentado y consensuado en sesiones telemáticas por departamentos.

PLAN DE COMPLIANCE - Por otro lado, durante el año 2022 nuestra empresa/grupo ha acometido un Plan de Compliance (cumplimiento normativo) consistente en identificar y clasificar los riesgos operativos y legales a los que nos enfrentamos en el desempeño de nuestra actividad para establecer mecanismos internos de prevención, gestión, control y reacción frente a los mismos.

Este programa de cumplimiento normativo ha sido llevado a cabo por Alnmer / Grupo Análisis e Investigación, con el debido asesoramiento de un despacho especializado, conjugando de este modo el conocimiento interno de la propia organización y actividad empresarial, con la experiencia de un experto externo en el ámbito del Compliance.

Como consecuencia de lo anterior, mediante el acercamiento al funcionamiento del Grupo, se han identificado y analizado los riesgos penales a los que potencialmente, por su actividad, podría estar expuesto el Grupo. Asimismo, se ha llevado a cabo un profundo análisis de los mecanismos internos de control, tanto generales como específicos implantados en el Grupo para evitar la materialización de los riesgos penales identificados. Finalmente, han sido desarrollados en el Grupo aquellos mecanismos de control, cuya implantación es deseable para prevenir posibles situaciones de riesgo penal.

Igualmente, han sido llevadas a cabo por el Grupo las tareas necesarias para asegurar el cumplimiento de los requisitos que, para los programas de cumplimiento penal, son exigidos por el artículo 31 bis. del Código Penal vigente.

El programa no ha de interpretarse como un sistema rígido y estanco de control, sino que éste se encuentra en permanente evolución y sometido a actualizaciones periódicas que pueden tener lugar como consecuencia de eventuales infracciones de sus disposiciones, cambios organizativos, en la estructura de control o en la actividad desarrollada, modificaciones normativas que afecten a la actividad social, así como nuevas directrices o mejores prácticas aplicadas en el sector en el que opera el Grupo.

Como consecuencia de este Plan se han generado y puesto a disposición de todas las plantillas de las empresas del Grupo los siguientes materiales formativos y la documentación contenida en el programa:

- Código de Conducta
- Política Anticorrupción
- Política del Canal de Denuncias
- Acceso al Canal de Denuncias

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

En el momento de incorporación de una persona a la plantilla (incluso con becarios o profesionales autónomos que colaboran regularmente con la empresa/Grupo, se les facilita un "Manual de bienvenida" en el que se explican aspectos como:

- Qué es Ainmer Investigación y el Grupo Análisis e Investigación
- Valores corporativos
- Estructura organizativa
- Condiciones de trabajo
- Código de conducta
- Manual de buenas prácticas

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

No tenemos aún normalizado un Plan de RSC como tal, pero sí distintos procesos relacionados con algunos aspectos de responsabilidad social como un Plan de Igualdad de Oportunidades para Hombres y Mujeres para todas las empresas de nuestro Grupo (ver detalle en apartado 3.b)

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

En Ainmer-Grupo AEI cada año vamos dando nuevos pasos en cuanto a prácticas relacionadas con la Responsabilidad Social.

Por ejemplo, este año 2020 se ha avanzado en MEDIDAS DE SOSTENIBILIDAD Y POLÍTICAS SOCIALES, creando un documento que recoge todas las medidas adoptadas y entre las que destacan algunas como:

- Medidas de sostenibilidad
- Medidas de conciliación
- Políticas de igualdad de género

Protocolo de Acoso: Asimismo, en el mes de septiembre 2022 se ha terminado de redactar y consensuar un renovado protocolo sobre Acoso Sexual acorde a lo requerido en el Convenio Sectorial de la empresa matriz del Grupo, al que nos suscribimos todas las empresas del Grupo. El documento lleva por nombre: "PROTOCOLO PARA LA

PREVENCIÓN Y ACTUACIÓN FRENTE AL ACOSO SEXUAL Y AL ACOSO POR RAZÓN DE SEXO"

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

La satisfacción del cliente la medimos de forma directa (encuesta de satisfacción online con el servicio prestado (trato, rapidez de atención, solución de incidencias, plazos, precio, nivel de recomendación, sugerencias de mejora...), como de forma indirecta (preguntando a terceros cuando procede, analizando otros inputs de información en el contacto con el cliente, como su disponibilidad para atenderte en cualquier momento, la confianza con la que te tratan, el lenguaje verbal y escrito que utilizan en nuestras comunicaciones, etc)

Además, en el caso de las encuestas directas a clientes, nos gusta recoger la opinión por separado de todos los interlocutores que hemos tenido, porque así podemos ver el impacto de nuestro trabajo en todos ellos y esto aporta muchas pistas de mejora.

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

Si son temas críticos (calidad de servicio, calidad de entregables, etc.) se abordan en seguida para cambiarlos en próximos trabajos con ese cliente y se tienen en cuenta para otros clientes.

Si son temas menos críticos no se toman medidas inmediatas. P..ej. si la variable "precio" está valorada por debajo de la media del resto de ítems sólo preocupa si está en niveles de 5 o menos en una escala de 1 a 10.

En las encuestas de satisfacción que realizamos los clientes hay un apartado de sugerencias y mejoras que nos aporta mucha información para mejorar nuestro alineamiento con las expectativas de los 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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

13.1. Información adicional

Una novedad en los dos últimos años ha sido la creación en el Grupo de una nueva unidad

de negocio para ayudar a los clientes a INNOVAR en cualquier ámbito de su actividad y negocio,

El nombre que se la ha dado a esta unidad de negocio de innovación ya es una declaración de intenciones en sí misma. Su nombre es "CARMEN".

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

En nuestra actividad habitual de prestación de servicios sí tenemos en cuenta aspectos de responsabilidad social y/o ambiental, como por ejemplo aspectos de diversidad, igualdad e inclusión en los equipos de trabajo, con participación (voz y voto) de diferentes niveles de mando en los equipos, dando la oportunidad de aportar a todos los miembros del proyecto, desde los becarios/as a los directores/as de proyecto.

En cuanto al aspecto ambiental, intentamos no utilizar el papel en nuestras comunicaciones y entregables a los clientes.

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

Al ser una empresa de consultoría/ servicios, no tenemos un servicio post venta como tal, pero sí que los clientes son informados al inicio del proyecto de que cualquier cambio posterior a la entrega de resultados, o forma de presentar los datos/información o incluso la ampliación de los informes entregados siempre que sea con datos obtenidos del propio estudio, o más presentaciones de resultados a otros departamentos, los pueden solicitar cuando quieran, lógicamente dentro de un plazo razonable (no está especificado pero somos flexibles) desde la entrega del informe de resultados inicial.

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

Además de explicar detalladamente a los clientes todos los aspectos inherentes a cada producto/servicio por el que puedan estar interesados, cuando se les presenta una oferta "oficial" se desgranar todos estos aspectos y se incluye una ficha técnica exhaustiva para que todo quede claro, y se incluye asimismo un capítulo de "Condiciones generales de prestación de servicio" donde se informa, entre otros aspectos, sobre derechos y responsabilidades de proveedor (nosotros) y cliente, etc.

Por otra parte esta exhaustividad y detalle vienen condicionados y/o recomendados tanto por la norma ISO 20252 que certifica el sistema de calidad de nuestro Grupo como por los códigos éticos de nuestra profesión que seguimos escrupulosamente (Código Ético ESOMAR, Sistema SACC de captaciones, Código CODIM (Código de Conducta para el tratamiento de datos de carácter personal por organizaciones de Investigación de Mercado, Social, de la Opinión y del Análisis de Datos, etc.)

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

Se realiza a nivel de Grupo una encuesta de clima laboral en la se incluyen decenas de indicadores sobre satisfacción con el puesto y la empresa, itinerario formativo y profesional en el Grupo, promoción interna, relación con superiores, valoración de las condiciones económicas, etc.

En las Jornadas de Reflexión anuales del Grupo (cada enero) se muestran los resultados a los responsables de Unidades de Negocio y departamentos y posteriormente se hace una presentación por departamentos a toda la plantilla.

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.

Tenemos un Plan de Igualdad de Oportunidades para Hombres y Mujeres para todas las empresas de nuestro Grupo.

Actualmente se está trabajando desde 2021 en desarrollar el Plan de Igualdad junto con los sindicatos, que han dado su conformidad al informe diagnóstico y a la auditoría retributiva. El Plan consta del siguiente índice:

1-INTRODUCCION.....
Fundamentos del Plan de Igualdad
Proceso de elaboración del Plan de Igualdad
2-EL PLAN DE IGUALDAD.....
Definición y objetivo
Aplicación del Plan de Igualdad

Estructura del Plan de Igualdad

Resumen de medidas

3-GESTIÓN DEL PLAN DE IGUALDAD.....

Evaluación y Seguimiento (Comisión de Igualdad de oportunidades / Funciones de la Comisión de Igualdad)

Plan de Comunicación

Cronograma

Referencias normativas

Por otro lado, en la Intranet de nuestra empresa/Grupo se comunican las vacantes por departamentos, se anuncian las altas de nuevas personas en el equipo y se les da la bienvenida; se comunican también las bajas agradeciendo su tiempo entre nosotros y se les desea suerte para sus siguientes proyectos profesionales; se anuncian y se invita a toda la plantilla a eventos sociales internos y externos; se da publicidad a éxitos individuales en proyectos concretos, etc.

Adicionalmente, en los últimos tiempos intentamos estar presentes en licitaciones públicas relacionadas con estudios sobre igualdad de oportunidades, no discriminación y violencia de género para contribuir desde nuestra aportación profesional a la visibilidad de estos temas por medio del análisis y la difusión de resultados.

Por ejemplo, recientemente nuestro Grupo ha sido adjudicatario de la "Encuesta Piloto Europea de Violencia de Género en España" que se va a realizar en el año 2018. Es un estudio coordinado por la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género y el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

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.

- Libertad (relativa) de horarios (basada en la responsabilidad personal relacionada con la productividad)
- Teletrabajo: Se ha formalizado una política de teletrabajo a nivel Grupo del 60% de la jornada mensual, cuya activación depende de la firma de los acuerdos individuales de trabajo a distancia que durante el mes de septiembre 2022 se está repartiendo a toda la plantilla, y si el puesto lo permite (como por ejemplo, el Call Center), la jornada a distancia puede llegar al 100%.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

En la encuesta interna de Clima Laboral se pregunta por los temas que más interés suscitan a la plantilla de cara a planificar formaciones tanto impartida por personal interno como con proveedores de formación externos..

Existen otros canales más informales para conocer inquietudes y demandas de la plantilla, como comentarlo a sus responsables directos o aprovechar reuniones o eventos internos (reuniones semanales técnicas, reuniones semanales comerciales, jornadas de reflexión anuales...) para poner encima de la mesa sugerencias de formación.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

21.1. Información adicional.

Cuando una persona se incorpora a la empresa se la facilita un Manual de Bienvenida con el funcionamiento de la empresa/Grupo, valores corporativos, estructura de la empresa, condiciones de trabajo, etc.

Paralelamente se le forma por parte de sus responsables de equipo en aspectos técnicos relacionados con sus funciones y trabajo a desarrollar en su puesto de trabajo

Y periódicamente se realizan acciones formativas para todas las personas del Grupo para mejorar sus competencias técnicas y también sus habilidades. ("soft y hard skills!").

Actualmente (septiembre 2023) hay una oferta de 135 programas formativos puestos a disposición de la plantilla del Grupo Análisis e Investigación al que pertenece Ainmer.

Seguridad y Salud

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

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

22.1. Información adicional.

Nuestra empresa tiene especial sensibilidad en materia de seguridad y salud laboral. Como indicador de esta preocupación, cuando una persona se incorpora a su puesto de trabajo, recibe toda la información y formación que necesita para evitar los riesgos en su puesto y centro de trabajo, así como las medidas de intervención a realizar en caso de emergencia. Igualmente puede solicitar la realización de un reconocimiento médico adecuado a los riesgos laborales a los que está expuesta.

A nivel Grupo se tiene contratado un servicio de prevención externo para las

especialidades de seguridad en trabajo, higiene industrial, ergonomía y psicología aplicada, y, medicina del trabajo;

PROVEEDORES

Compras responsables

23.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

23.1. Información adicional.

Nada adicional que aportar.

Si acaso añadir que anualmente se realiza una evaluación de proveedores (ver apartado Proveedores).

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

En la clasificación y evaluación de proveedores se tiene en cuenta el precio fundamentalmente y la calidad del servicio.

24.1. Información adicional.

En realidad los criterios clave son el binomio CALIDAD-PRECIO.

Cualquier otro aspecto relacionado con la sostenibilidad, especialmente en el ámbito social y laboral, sin duda suma, pero no están por encima de los dos comentados.

Por otro lado, en función de la naturaleza de la operación, el proveedor debe ?pasar? por una serie de filtros de carácter fiscal (estar al corriente de pagos, referencias, precio?) y localmente criterios de proximidad al lugar de trabajo (ejemplo campo personal). En todo caso se valoran certificaciones oficiales que permitan garantizar el buen cumplimiento.

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 sin planificación específica

25.1. Información adicional.

Básicamente se colabora con organizaciones empresariales, sociales e institucionales en impartición de formación a emprendedores, estudiantes, etc. (jornadas, seminarios...)

También se practica el asociacionismo.

También en acciones que fomentan el deporte y el trabajo en equipo (p. ej. Carrera de Empresas ESIC)

Anteriormente era más activa nuestra participación en causas solidarias (p. ej. destinar un porcentaje de la facturación a causas benéficas que elegía el propio cliente), pero los años de crisis provocaron la cancelación de estas iniciativas, aunque la idea es retomarlas a corto/medio plazo..

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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

26.1. Información adicional.

Por nuestra propia actividad de investigación social y estudios de mercado, muchos de nuestros proyectos para clientes públicos y privados están relacionados con la detección, medición y propuesta de mejoras de acciones, proyectos, actuaciones, planes u otros relacionados con proyectos sociales, por lo que también consideramos que nuestra estrategia de negocio está alineada, aunque sea indirectamente, con las necesidades sociales, ambientales y económicas de los ámbitos geográficos donde operamos.

Por ejemplo, desde nuestro Grupo AEI desarrollamos proyectos para el INE como la Encuesta de Condiciones de Vida, la Encuesta de Discapacidad, Autonomía Personal y Situaciones de Dependencia, las Encuestas de inserción laboral de Titulados Universitarios (EILU) y de Transición Educativo-formativa e inserción laboral (ETEFIL)... U otras operaciones estadísticas para la Administración como los estudios ESTUDES (Encuesta Estatal sobre Uso De Drogas en Estudiantes de Enseñanzas Secundarias) y EDADES (Encuesta Domiciliaria sobre Alcohol y Drogas en España) para el Ministerio de Sanidad.

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 comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

27.1. Información adicional

A través de la Intranet de nuestro Grupo se comunican eventos de las asociaciones profesionales a las que pertenecemos y se anima a participar.

A nivel de acciones solidarias como colaboración con el Banco de Alimentos o participación en carreras solidarias, la comunicación es más informal, pero se difunden estas noticias entre los compañeros por canales menos oficiales (comentándolo en pausas de café, o vía email, o vía Whatsapp, etc.)

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

Básicamente a través de la página web corporativa.

Y también a través de emailings dirigidos a clientes actuales y clientes potenciales seleccionados. Nunca emailings masivos.

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.

Al tratarse nuestro negocio de una actividad de servicios profesionales el impacto medioambiental no es a gran escala, si bien se tienen siempre presentes algunas medidas básicas sobre las que intentamos concienciarnos toda la empresa. Por ejemplo:

- Separación de residuos (papel y resto)
- Reciclaje de restos de tóner de impresoras
- Intento de reducción del papel (objetivo aún lejos de llegar a niveles satisfactorios)
- Tendencia al consumo de productos más sostenibles (papel reciclado, bolsas de papel vs. plástico, etc.)
- Utilización en la medida de lo posible del transporte público (bus y tranvía vs. coche particular)

Tanto Ainmer como todas las empresas de su Grupo presentan una adecuada política medioambiental y la disponibilidad de procedimientos internos sostenibles para la impresión de documentos, uso de la energía y de otros suministros, que nos ayudan a optimizar las cuentas de gastos en suministros y otros aprovisionamientos,

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.

Desde el año 2020, se han reforzado algunas medidas de sostenibilidad entre las cuales

hay algunas dirigidas a reducir el impacto medioambiental de nuestra actividad

Con referencia a este punto, señalar que, aunque no se dispone de objetivos concretos de reducción de emisiones de CO2, Ainmer- Grupo Análisis e Investigación está sensibilizado con la problemática medioambiental. Algunos ejemplos de esta sensibilización son:

- Implantación de programas de reciclaje: tóners de impresoras, papel, .
- Promoción de medidas para hacer un uso eficiente de los recursos naturales, mediante la señalización respecto al uso del agua, control y disminución del consumo energético, etc.
- Uso de dispositivos ecoeficientes, con la calificación A en la etiqueta energética, modo ahorro de energía, etc.
- Avanzando a grandes pasos hacia la "empresa digital", empleando archivos digitales que permitan la reducción y sustitución del uso del papel.
- Colaboración en campañas sociales tales como recogida de alimentos, etc..

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

Dada nuestra actividad de servicios, los impactos medioambientales de nuestra actividad son reducidos. Pero si se trabaja con papel reciclado en las impresoras, se reutiliza papel por las caras no escritas y se desecha en contenedores adecuados.

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 medidas de reducción de impacto medioambiental provocado por nuestra actividad diaria son comunicados a los trabajadores por medio de los canales internos de difusión de noticias, tanto verbales como sobre todo telemáticos.

De cara al exterior, en licitaciones públicas y privadas a las que concurrimos explicamos estas medidas en documentos adjuntos a nuestras propuestas técnicas.

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

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El convencimiento absoluto de la Dirección y los socios de la empresa de que la evolución de la compañía ha de ir necesariamente ligada a valores de responsabilidad social, especialmente en lo referido a las personas de la empresa, a los clientes y al comportamiento ético y profesional.

Por otro lado, entre los proyectos y estudios que realizamos un ámbito que cada vez estamos trabajando más es el de los recursos humanos, clima laboral, riesgos psicosociales de los trabajadores, etc., porque creemos en los beneficios de estos diagnósticos para las organizaciones y aprovechamos nuestro expertise como instituto de investigación multisectorial para trabajar cada vez más en este ámbito y de paso aprovechamos para hacer 'benchmarking' de nuestros clientes en la adopción de buenas prácticas.

También como prueba de nuestro compromiso en este ámbito de la responsabilidad social comentar que a nivel Grupo realizamos el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO) en España y LATAM y el Monitor de Responsabilidad y Gobierno Corporativo.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

La principal sería trabajar en la identificación de la plantilla con los valores de la empresa, como base necesaria para seguir orientando la compañía hacia la responsabilidad social.

También participar en más acciones de proyección social y alinearlas con la estrategia de la empresa.

Y planificar de alguna forma nuestros objetivos en RSE año a año.

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 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.