

Compromiso tecnológico,  
 espíritu de equipo

# Memoria de Sostenibilidad 2014

Declaramos que nuestra Memoria de  
Sostenibilidad cumple el estándar **G4** de la  
**Global Reporting Initiative (GRI)**

GRUPO  
arelance 

## Nota de Confidencialidad

Este archivo/documento es propiedad de GRUPO ARELANCE y su contenido es confidencial. No está permitido el uso, reproducción o la divulgación del contenido de este material sin permiso previo y por escrito de la empresa propietaria.

Derechos de autor

©2014, GRUPO ARELANCE. All right





Red Española del Pacto Mundial  
C/Félix Boix, nº 1º, 4ºB  
28036 - Madrid

Málaga, 30 de Noviembre de 2015

Estimados/as Sres./as del Pacto Mundial,

Un año más, desde Grupo Arelance queremos renovar nuestro compromiso con la **Red Española del Pacto Mundial**. En Grupo Arelance creemos que como organización tenemos que dar ejemplo y ser un referente en Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Desde nuestros inicios, la filosofía de Grupo Arelance ha estado marcada por un fuerte compromiso con su clientela, personal, empresas colaboradoras y otros colectivos que han ayudado a la organización a crecer en servicios, profesionales y nuevas áreas de negocio.

Año a año estamos poniendo cada vez más foco en promover objetivos de carácter social, económico y medioambiental. El hecho de pertenecer al sector de las Tecnologías de la Información (TI) nos permite contribuir activamente a reducir los niveles de emisiones contaminantes a la atmósfera, facilitar el acceso a la formación y la información de determinados colectivos desfavorecidos, o crear sinergias entre sectores muy diversos propiciando un entorno económico cada vez más competitivo.

Apostamos por potenciar un nuevo modelo de empresa enfocada hacia la sostenibilidad y a la contribución a la Comunidad en la que operamos, involucrándonos en los temas donde nuestra experiencia y conocimientos, como empresa líder en el sector de las TI, puedan aportar un valor añadido.

Nos marcamos como **objetivos** para el 2015, por un lado, la revisión de nuestro **Plan de Igualdad**, que ya desarrollamos desde 2011 pese a no ser obligatorio en nuestro caso hasta ahora. Por la propia naturaleza del sector TI, contamos con una importante presencia de población masculina (78% hombres vs. 22% mujeres en 2014) entre nuestros/as empleados/as, lo que hace necesario que potenciemos especialmente la formación en sensibilización y concienciación en esta materia, además de incorporar otras medidas que garanticen en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y la no discriminación por razón de sexo. Por otro lado, en 2015 nos volcaremos también en los seguimientos semestrales del Comité de Responsabilidad Social, para velar por la transparencia y el cumplimiento de los **Diez Principios del Pacto Mundial**, que rigen la cultura de Grupo Arelance, y con ello, cada una de una de sus actuaciones con los grupos de interés. Su principal función de detectar y resolver cualquier incumplimiento de los compromisos establecidos en el Código Ético, Código de Conducta, Plan de Igualdad, Política Ambiental, así como cualquier otro protocolo y políticas vinculadas a la Responsabilidad Social, comprometiéndonos en todo momento con el cumplimiento de todos los principios. Como parte de nuestro ciclo de mejora continua, nos encontramos en el momento de comunicar nuestros logros y lo hacemos a través de nuestra cuarta Memoria de Sostenibilidad, comprometiéndonos a su revisión anual.

Un saludo,

  
Arelance, S.L.  
B-92463207  
C/ Miquel Yuste, 13 planta  
28037 - MADRID  
D. Bonoso Fernández Garrido  
Director General de Grupo Arelance

1 de 1

Parque Tecnológico de Andalucía, C/ Marie Curie, 3, Edif. Premier II, 3ª planta, 29590 Málaga, España  
Tel: 952 028 585 - Fax: 952 020 666 Málaga - Madrid - Sevilla - Barcelona - Bilbao - Lisboa  
info@grupo-arelance.com - www.grupo-arelance.com

## ESTRUCTURA DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

### 1. **ESTRATEGIA Y ANÁLISIS**

G4-1 Declaración del directivo principal

### 2. **PERFIL DE GRUPO ARELANCE**

G4-3 Nombre de la Organización

G4-4 Principales marcas, productos y/o servicio

G4-5 Localización de la sede principal de la organización

G4-6 Número de países en los que opera la organización

G4-7 Naturaleza y propiedad de la forma jurídica

G4-8 Mercados donde opera

G4-9 Dimensiones de la Organización

G4-10 Dimensiones de la organización laboral

G4-11 Convenio Colectivo

G4-12 Cadena de Suministro

G4-13 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria

#### **2.1. Participación en Iniciativas Externas**

G4-14 Principio de precaución

G4-15 Iniciativas en las que participamos

G4-16 Entidades a las que pertenecemos

#### **2.2. Premios y Reconocimientos recibidos durante el periodo informativo**

### 3. **ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA**

G4-18 Proceso de descripción del contenido de la Memoria

G4-19 Identificación de los Aspectos materiales

G4-20 Cobertura de los aspectos materiales internos

G4-21 Cobertura de los aspectos materiales externos

G4-22 Cambios en relación a memorias anteriores

G4-23 Cambios en el alcance y la cobertura en relación a memorias anteriores

## ESTRUCTURA DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

### 4. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

- G4-24 Nuestros Grupos de Interés
- G4-25 Criterios de selección y priorización
- G4-26 Diálogo con los grupos de interés
- G4-27 Temas clave de los Grupos de interés

### 5. PERFIL DE LA MEMORIA

- G4-28 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria
- G4-29 Fecha de la memoria anterior más reciente
- G4-30 Ciclo de presentación de memorias
- G4-31. Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido
- G4-32. Opción de conformidad e Índice
- G4-33. Verificación externa

### 6. ESTRUCTURA DE GOBIERNO

- G4-34. Estructura de Gobierno

### 7. ÉTICA E INTEGRIDAD

- G4-56. Nuestros valores y principios éticos

### 8. NUESTRO DESEMPEÑO

#### 8.1. Dimensión Económica

- 8.1.1 Enfoque de Gestión Económica
- 8.1.2 Indicadores de Desempeño

#### 8.2. Dimensión Ambiental

- 8.3.1 Enfoque de Gestión Medioambiental
- 8.3.2 Indicadores de Desempeño

#### 8.3. Dimensión Social

- 8.3.1 Enfoque de Gestión Social
- 8.3.2 Indicadores de Desempeño



# 1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS





## G4-1. DECLARACIÓN DEL DIRECTIVO PRINCIPAL

Este año lanzamos nuestro cuarto Informe de Responsabilidad Empresarial, correspondiente al ejercicio 2014, en el que hemos mantenido nuestra calificación de B+ según el SME Rating, herramienta con la que cuantificamos y medimos la efectividad de la estrategia y sistemas de la organización, y hemos renovado nuestro compromiso como firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

2014 ha sido un buen año, superando la del año anterior en un 14% y logrando la mayor de la historia de la compañía con 9,5 MM de euros. Pero sobre todo ha sido bueno por las ilusiones renovadas de la plantilla, que ha sido testigo de excepción de las interesantes oportunidades de negocio en nuevos clientes y de la fidelización de otros históricos; de la ampliación de nuestro portfolio, apostando por productos propios fruto de las inversiones en I+D+i y con una estrecha colaboración entre el equipo técnico y marketing; y sobre todo porque el incremento de nuestra plantilla en un 14% respecto a 2013, aportando nuestro granito de arena al particular escenario que estamos viviendo.

2014 ha sido un año también para coger impulso, con la implantación de nuevas políticas estratégicas y de gestión. Hemos vivido el cambio de nuestra sede de Madrid, por la necesidad de contar con más espacio y un aula propia; nos hemos hecho un hueco en el mercado vasco con nuevos clientes y proyectos de investigación como Menpe que supone una ayuda a la mejora de la salud de las personas mayores a través de la monitorización de sus hábitos del día a día, asimismo hemos logrado la clasificación para licitaciones del sector público en distintos grupos.

Todo ello lo hemos reflejado y compartido con todos/as los/as empleados/as con nuestra recién estrenada Newsletter bimensual, haciéndoles partícipes a todo el equipo de nuestros logros como organización, como equipo, ya hayan sido de índole laboral, social o mediambiental.

Reiteramos nuestro compromiso y capacidad de gestión con las políticas de RSE, comunicando y concienciando a nuestros grupos de interés de las mismas, que año tras año reformulamos para ir creciendo más y más como organización socialmente responsable.

Un saludo,

D. Bonoso Fernández  
Director General



## 2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN



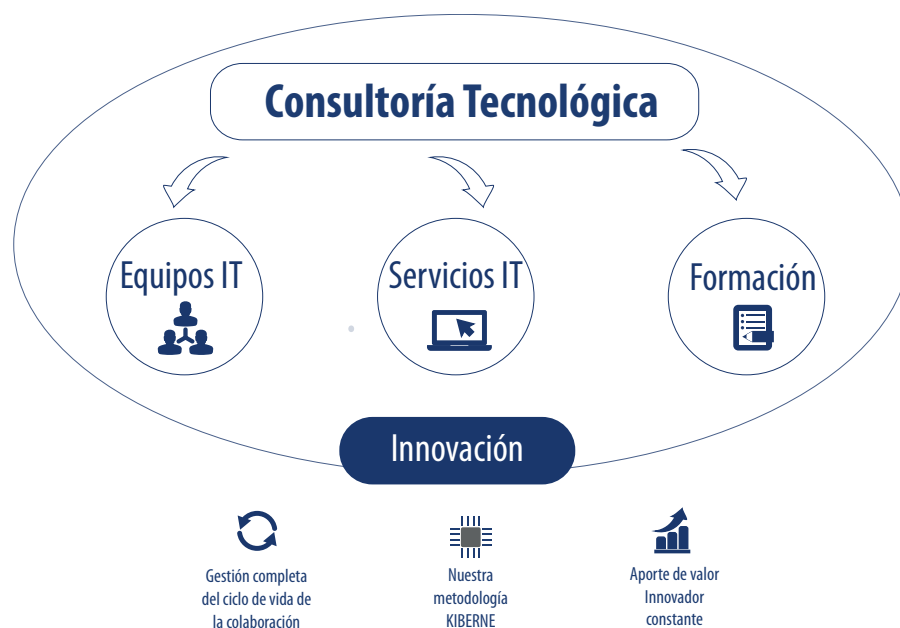
### G.4-3 NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN

ARELANCE, SL.  
Parque Tecnológico de Andalucía.  
Edificio Premier II. Calle Marie Curie 3, 3ª planta. 29590 Málaga.  
Teléfono 952 028 585  
www.grupo-arelance.com

### G.4-4 PRINCIPALES MARCAS, PRODUCTOS Y O SERVICIOS

Somos una consultora de servicios profesionales, especializada en el desarrollo y puesta en marcha de Soluciones Integrales y de Soporte a Proyectos, en el ámbito de las Tecnologías de la Información.

Combinamos innovación, tecnología y talento para lograr sólidas relaciones con las organizaciones y su entorno, proporcionando a nuestros clientes equipos, servicios IT y formación, y en definitiva, una gestión completa del ciclo de vida IT de su organización, nuestra metodología ubicua, KIBERNE, y el aporte de valor innovador constante.



## PRODUCTOS:

### Inntrack

Inntrak Tu gestor de rutas, es una plataforma tecnológica integral que proporciona un sistema de gestión del trabajo basado en el cálculo y optimización de rutas y, que abarca desde la definición del equipo, segmentación de los clientes objetivos, creación de rutas, hasta la monitorización y seguimiento de los equipos en ruta y la extracción de informes que analizan la actividad desarrollada.

Una óptima gestión de las rutas es la garantía de un incremento sustancial de productividad.

### Inntravel

Grupo Arelance ha desarrollado la aplicación, Inntravel, plataforma móvil e inteligente de acompañamiento continuo al turista con un sistema centralizado de gestión de la información.

Está orientado a la personalización total de la visita del turista, ya que se adapta a las necesidades cambiantes del viaje, permitiéndole sacar el mayor partido a una visita, optimizándola en función de los gustos e intereses del turista.

Proporciona una experiencia completamente enriquecida mediante la asistencia Tecnológica más avanzada.

### BCP

El Business Continuity Program (BCP) es un programa de valor añadido, financiado íntegramente por GRUPO Arelance, al que nuestros clientes y partners tecnológicos pueden adherirse para obtener una consultoría especializada en continuidad de negocio de sus sistemas de información.

Esta consultoría tendrá como resultado un informe comprensible y completo sobre todos los puntos débiles que puedan amenazar la continuidad de negocio de la empresa adherida junto con recomendaciones de mejora.

### Working Net

Workingnet es una herramienta desarrollada por Grupo Arelance que contempla todo el flujo de selección de personal, desde la definición de las posiciones vacantes, la gestión de los CV's, la realización de todo el proceso de selección, hasta llegar a la contratación y seguimiento de su desarrollo profesional.

**inntrack**  
Tu mejor ruta

**InnTravel**



**workingNet**



## G4-5. LOCALIZACIÓN DE LA SEDE PRINCIPAL DE LA ORGANIZACIÓN

La sede principal está en el Parque Tecnológico de Andalucía, en Málaga, pero tenemos cobertura a nivel nacional con oficinas en:

 Madrid | Málaga | Sevilla | Barcelona | Bilbao | Lisboa

## G4-6. NÚMERO DE PAÍSES EN LOS QUE OPERA LA ORGANIZACIÓN

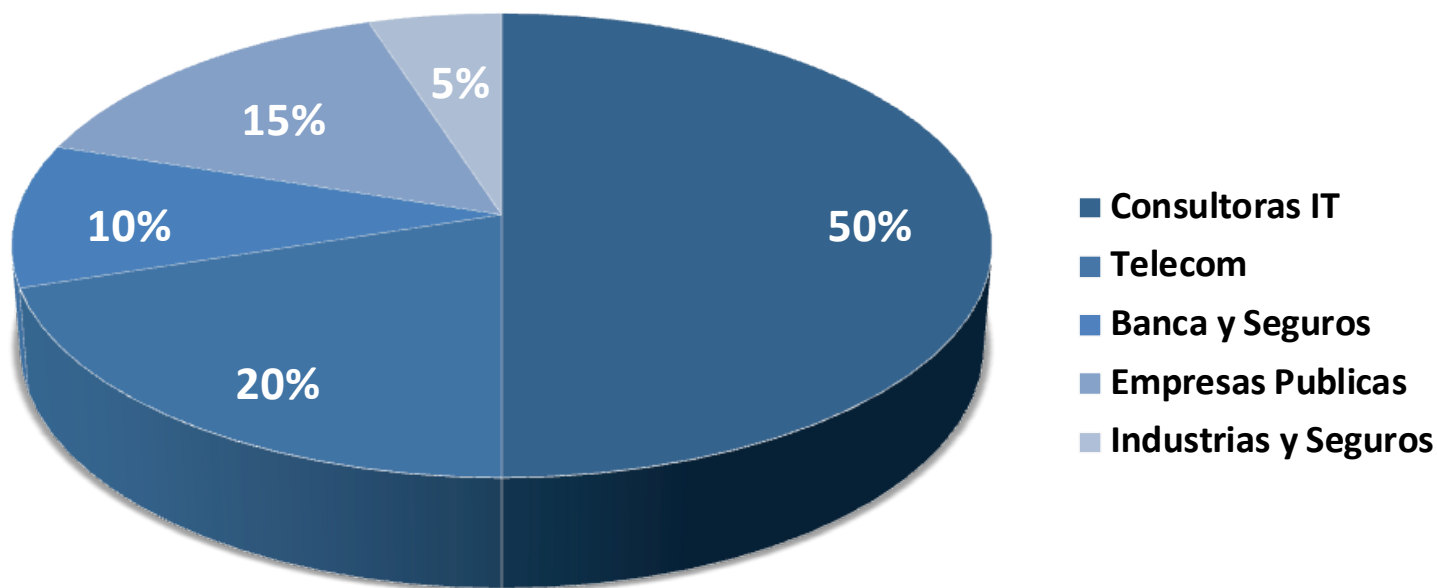
Pese al contexto de crisis internacional en el que nos encontramos, a finales de 2012 apostamos por el negocio en Portugal, abriendo sede en una zona céntrica de Lisboa. Actualmente estamos valorando la apertura de una sede en Latinoamérica.

## G4-7. NATURALEZA Y PROPIEDAD DE LA FORMA JURÍDICA

Nuestro proyecto se inició en el año 2003 alrededor de la figura jurídica de Sociedad Limitada. Hoy Grupo Arelance está compuesto por tres entidades jurídicas independientes que comparten sede social y administrador único, y son gestionadas por un único Director General y Comité de Dirección.

Desde el ejercicio 2012 se ha optado por la aplicación del Régimen de Consolidación fiscal a efectos del Impuesto sobre Sociedades que tuvo efecto a partir de 01 de enero de 2013

G4-8. MERCADOS DONDE OPERA



## G4-9. DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN

Cada entidad de Grupo Arelance responde a unas funciones y necesidades diferentes pero operan como una sola organización.

Nuestros números	2011	2012	2013	2014
Nº Profesionales	260	273	233	272
Facturación	8.750.000 €	9.500.212 €	8.524.884 €	9.594.971 €

Actualmente prestamos servicios en 4 grandes áreas como son:

EQUIPOS IT



SERVICIOS IT



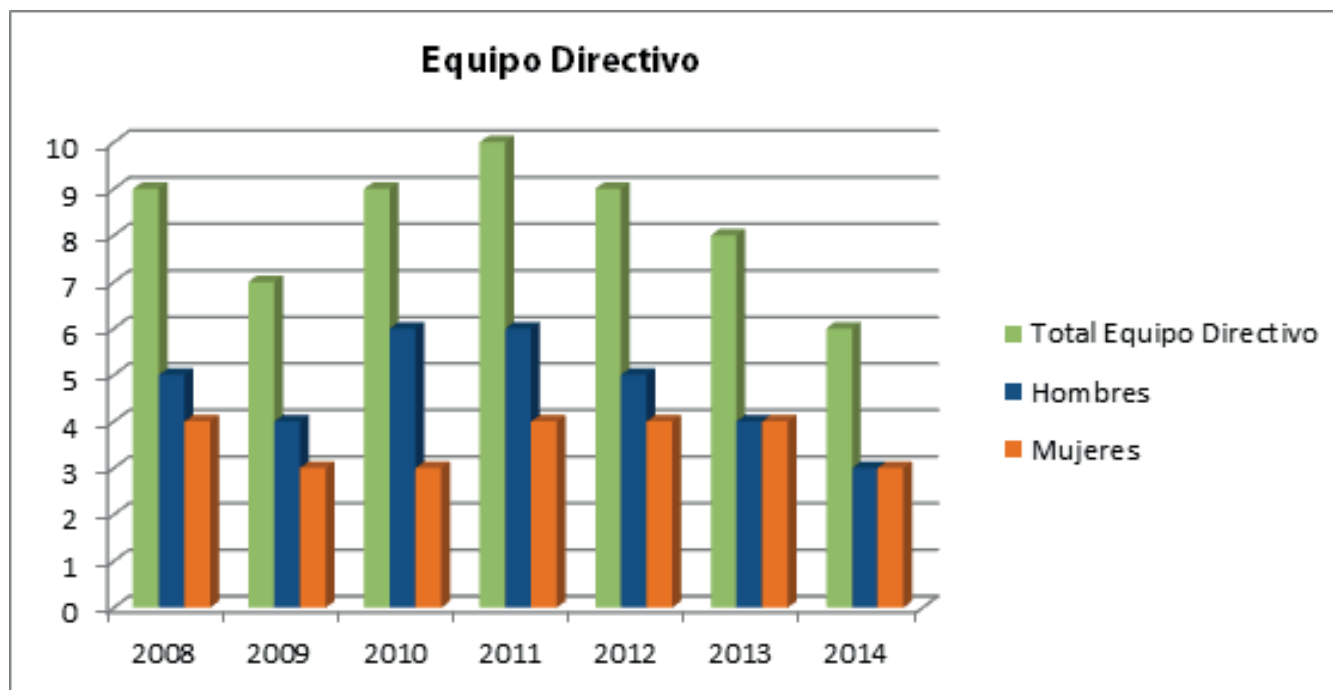
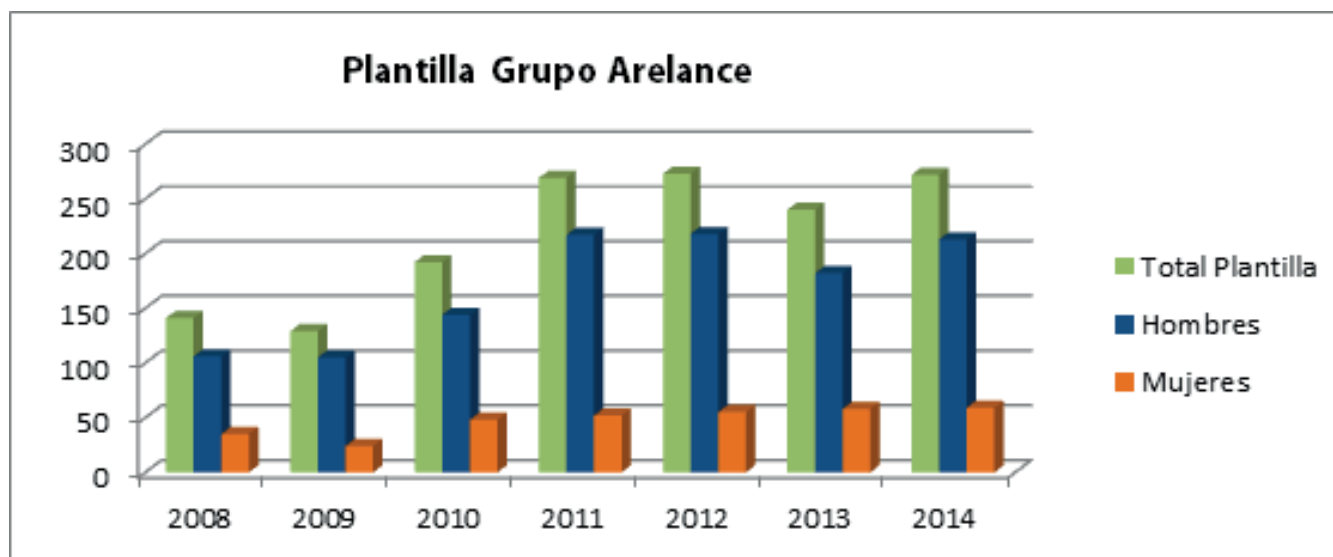
CAPACITACIÓN  
Y FORMACIÓN



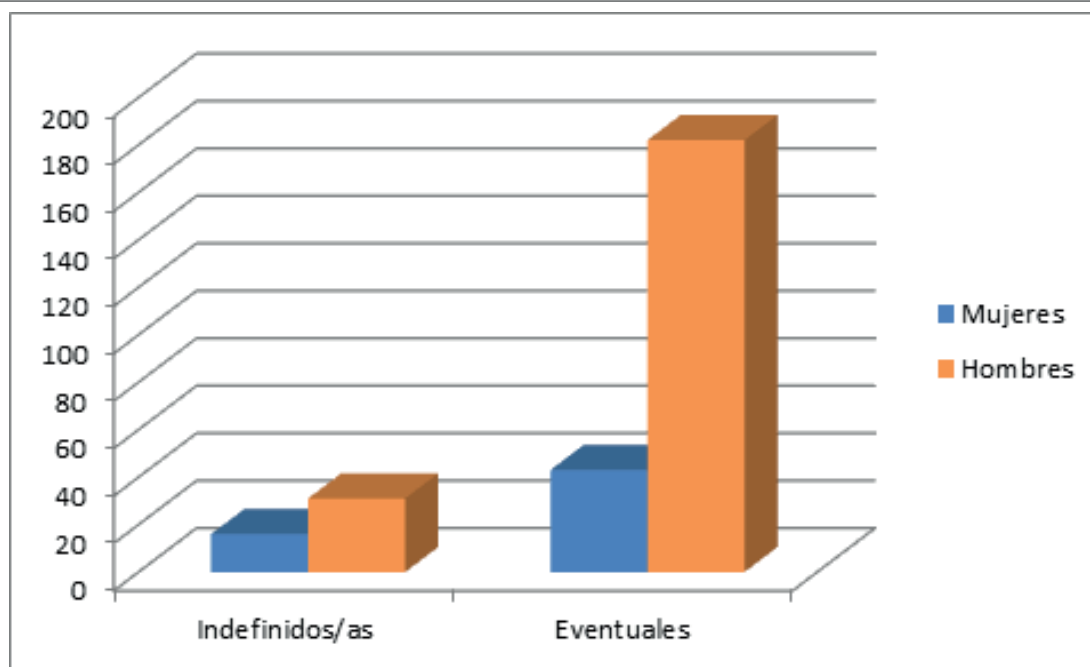
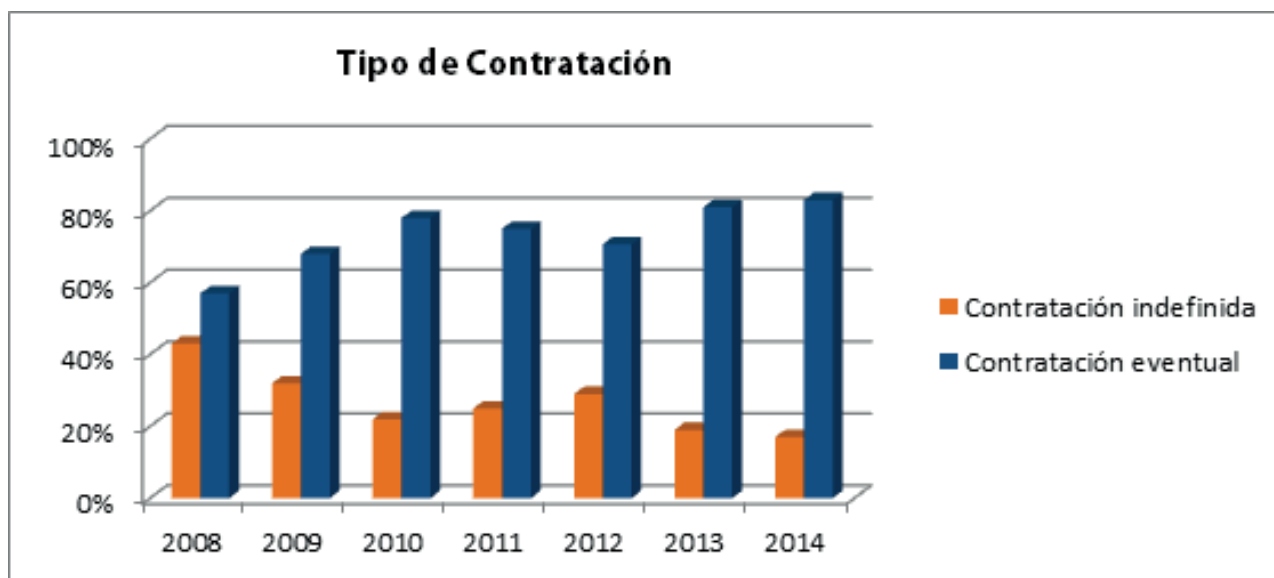
INNOVACIÓN



G4-10. DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN LABORAL



G4-10. DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN LABORAL



## G4-11. CONVENIO COLECTIVO

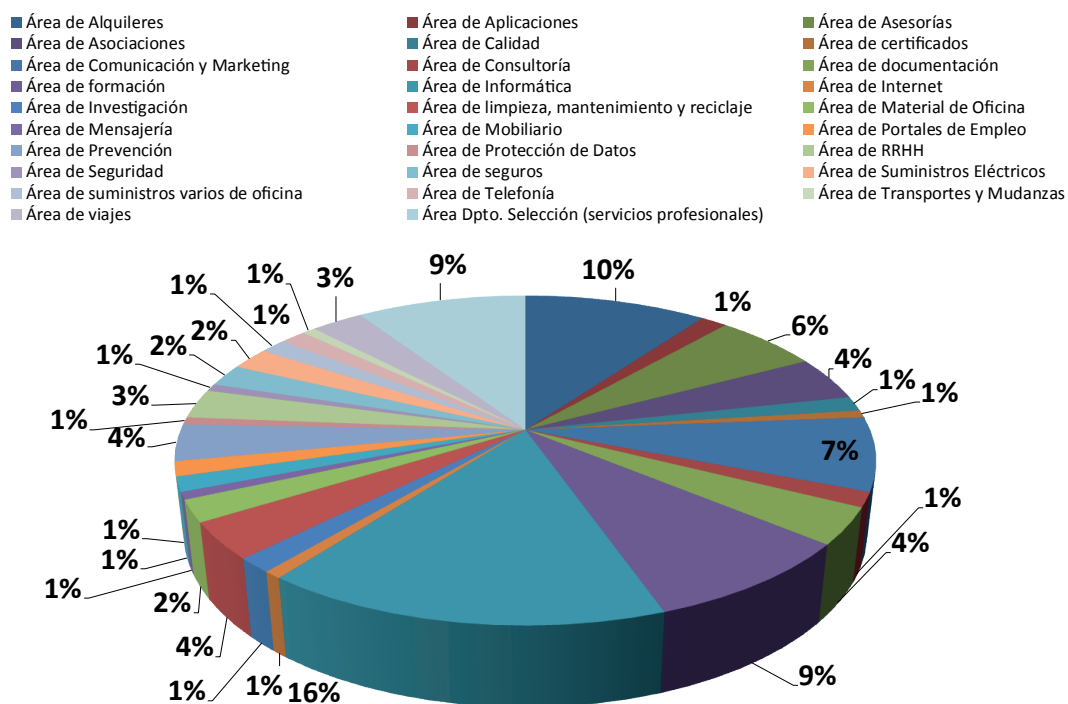
El 100% de nuestros/as trabajadores/as se ajusta al nuestro Convenio colectivo estatal de empresas de consultoría y estudios de mercado y de la opinión pública.

## G4-12. CADENA DE SUMINISTRO

Para el desarrollo de nuestros servicios y productos, recurrimos a proveedores que nos permitan mejorar nuestra ventaja competitiva y dar un servicio excepcional a nuestros clientes, teniendo la elección y seguimiento de los mismos una especial relevancia.

Durante el 2014 hemos cambiado el procedimiento de gestión y homologación de proveedores. Debido a la cantidad de proveedores consolidados con los que trabajamos, hemos simplificado su evaluación.

A nivel genérico, los proveedores están ofreciendo un servicio acorde a las necesidades, formalizándose todos los procesos. Aquellos que no cubren nuestras expectativas, no renuevan su homologación basándonos en criterios específicos, persiguiendo así una mejora continua.



## G4-13. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN EL PERIODO CUBIERTO POR LA MEMORIA

El año 2014 ha estado marcado por algunos cambios en la organización.

### **Nueva oficina de Madrid.**

En el mes de Marzo cambiamos de centro nuestra sede de Madrid a la C/ Miguel Yuste 18 - 1ª planta 28037 Madrid. Esta nueva oficina está más cerca de nuestros clientes y permite seguir creciendo en los próximos años.



Hemos avanzado en la consolidación de nuestra reputación y, sobre todo, nos hemos querido acercar más a los clientes actuales **y potenciar las nuevas líneas de negocio y productos en estos y en potenciales clientes.**



Durante 2014 hemos comenzado a trabajar en la “**Escuela de Talento**”, una iniciativa que nos ha permitido formar a profesionales y darles su primera oportunidad laboral en proyectos de gran envergadura.





**Clasificación para licitaciones de la AAPP.** Durante el mes de septiembre solicitamos dicha clasificación, que fue aprobada el 02/12/2014. Actualmente estamos clasificados en el Grupo V, subgrupo 2: Servicios de desarrollo y mantenimiento de programas de ordenador y subgrupo 5: Servicios de explotación y control de sistemas informáticos e infraestructuras telemáticas. Nuestra misión ahora es estudiar y decidir a qué licitaciones/concursos públicos nos interesa presentarnos para poder aprovechar cualquier oportunidad de negocio.

**Nueva Felicitación Navideña Grupo Arelance.**

Si bien es cierto que llevamos varios años enviando una felicitación navideña en formato videoclip, este año decidimos implicar tanto a los profesionales de la compañía como a los clientes en la realización del vídeo. Cada uno de ellos tenía que enviar un vídeo de no más de 10 segundos diciendo qué significa para él la Navidad. El resultado fue un videoclip original, simpático y que tuvo más difusión que anteriores ediciones.



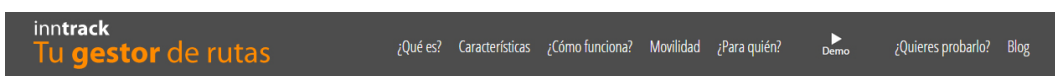
### Teambuilding Grupo Arelance 2014.

En el habitual Teambuilding que realiza la compañía todos los años, este año se planteó un ejercicio entre todos los miembros de la compañía mediante el cual se pusiera en común el funcionamiento de la empresa y todas aquellas áreas de mejora. Se organizaron varios grupos y con la ayuda de un equipo de profesores que guiaron la sesión, finalmente se elaboró un documento con las conclusiones obtenidas y un plan de trabajo para desarrollarlo.

### Campaña on-line comercialización producto Intrack.

Para la comercialización de uno de nuestros productos (Intrack). Desarrollamos varias acciones de promoción de la solución a través del canal on-line. Entre todas ellas destacan:

- Elaboración de un **site personalizado** [www.intrack.es](http://www.intrack.es) con toda la información de la solución en diferentes formatos: PDF, Vídeo, foto, texto etc así como un formulario de contacto para ampliar la información.
- **Redes sociales:** También se hizo difusión de la herramienta en redes sociales, fundamentalmente a través de los grupos de debate de LinkedIn.
- **Envío de e-Mailing:** Tras la elaboración de una base de datos de prospect y la posterior segmentación a través de una campaña de telemarketing se procedió al lanzamiento de varias campañas de comunicación a la base de datos instalada.



## ¿Qué es Intrack - Tu gestor de rutas?

Intrack - Tu gestor de rutas, es una plataforma tecnológica integral que proporciona un sistema de gestión del trabajo basado en el cálculo y optimización de rutas y, que abarca desde la definición del equipo, segmentación de los clientes objetivos, creación de rutas, hasta la monitorización y seguimiento de los equipos en ruta y la extracción de informes que analizan la actividad desarrollada. Una óptima gestión de las rutas es la garantía de un incremento sustancial de productividad.

Intrack trata de resolver:

*"EL PROBLEMA DEL AGENTE VIAJERO" (TSP Travelling Saleman Problem)*

*Dada una lista de puntos y las distancias entre cada par de ellos, ¿cuál es la ruta más corta posible que visita cada punto exactamente una vez y regresa al de origen?*

Características   ¿Cómo funciona?   Movilidad   ¿Para quién?   ¿Quieres probarlo?   [Descárgate la presentación](#)



### Newsletter bimensual.

Con el objetivo de implicar e informar a todos los profesionales de la compañía en el día a día y en las noticias más destacadas, se ha creado un boletín interno (Newsletter) que se envía por correo electrónico a todos los miembros de la organización. En ella se pretende involucrar poco a poco a todos los departamentos y profesionales en proyecto para que el boletín con el tiempo se convierta en un foro de encuentro entre los profesionales de la organización.

En el mes de marzo de 2014 se envió el primero de los boletines y hasta la fecha se ha convertido en un canal de comunicación que cada vez tiene más éxito entre los miembros de la compañía.



The image shows a screenshot of an internal newsletter. At the top, it says "NUEVO BOLETÍN INTERNO - GRUPO ARELANCE". Below this is the Arelance logo and a short introductory paragraph. The main section is titled "NUEVA OFICINA DE MADRID, C/ MIGUEL YUSTE 18" and contains a paragraph of text and a photograph of the new office building. The text describes the move from the old office to the new one on C/ Miguel Yuste 18, highlighting the benefits for clients and the company's growth.

**NUEVO BOLETÍN INTERNO - GRUPO ARELANCE**

GRUPO arelance  Hoy nace el primer boletín de Grupo Arelance. Este boletín pretende ser un canal de comunicación entre la compañía y los profesionales y un altavoz para todos vosotros. El éxito de esta iniciativa dependerá de todos, de que nos enriquezcáis el contenido contándonos vuestras experiencias, hobbies, aficiones, preocupaciones etc. Creemos que es muy importante la comunicación entre todos.

**NUEVA OFICINA DE MADRID, C/ MIGUEL YUSTE 18**

Desde el pasado día 10 de Marzo de 2014 trasladamos la oficina de Madrid a la nueva sede ubicada en la C/ Miguel Yuste 18. El cambio de ubicación ha sido motivado por varios factores entre los que cabe destacar el aumento significativo que la plantilla ha experimentado en cliente en los últimos meses, y de la mano de esto esperamos aumentar la facturación en el 2014. En la nueva oficina disponemos de un aula de formación propio para desarrollar los cursos que estamos llevando a cabo tanto para empresas como para particulares. La nueva oficina está más cerca de algunos de nuestros principales clientes con el objetivo de estrechar lazos con ellos y prestarles un servicio más eficiente y cercano.

**NUEVA OFICINA DE MADRID**  
C/ Miguel Yuste 18, 1ª planta - 28037 Madrid

## PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS

### G4-14. PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN

Grupo Arelance desarrolla un modelo de negocio basado en la sostenibilidad, trabajando de forma proactiva tanto en la mitigación de los impactos sobre el entorno como en la sensibilización ambiental de todos sus grupos de interés.

A pesar de que no tenemos ningún impacto significativo derivado de nuestra actividad, hemos considerado interesante poner en marcha diferentes iniciativas para mejorar nuestra gestión:

- Implatación de Política Ambiental
- Identificación Impactos Ambientales
- Control Operacional Ambiental
- Buenas prácticas Ambientales
- Participación en la Semana Europea de Movilidad
- Convenio de adhesión “*Gentes y Hogares Sostenibles*” con la Fundación Vida Sostenible

### G4-15. INICIATIVAS EN LAS QUE PARTICIPAMOS

#### Foro Provincial de Empresas Socialmente Responsables

Durante el año 2014 hemos seguido participando en el **Foro Provincial de Empresas Socialmente Responsables**, iniciativa conjunta entre la Confederación de Empresarios y Diputación Provincial de Málaga en el marco de la ORSC (Oficina de Responsabilidad Social Corporativa). La misión de este Foro consiste en identificar retos comunes trabajando de forma conjunta con otras empresas para realizar propuestas y reforzar el compromiso con el empresariado malagueño. Para alcanzar esta meta, nos hemos marcamos como objetivo ser referentes como Provincia Socialmente responsable a medio plazo.

Las empresas integrantes en este Foro compartimos el convencimiento de que la rentabilidad es compatible con la sostenibilidad y el compromiso con el entorno. El desarrollo socioeconómico y la creación de empleo deben ser preocupación y aliciente para la mejora y crecimiento de la empresa.

Con esta iniciativa, recibimos el “**Premio a la Mejor Iniciativa Pyme del V CSR MarketPlace de Forética 2014**” el premio significa un reconocimiento a escala nacional de Forética y se convierte en un revulsivo para seguir trabajando con un enfoque de desarrollo de abajo-arriba, proporcionando escenarios de participación, diálogo y cooperación entre las empresas en materia de RSE para que Málaga siga siendo referente al contar con un tejido productivo convencido de que es compatible la rentabilidad con ser sostenibles social, económica y medioambientalmente”.

## PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS

### Campaña: "Ayudemos a un niño":

En el mes de diciembre de 2014 lanzamos una campaña solidaria de recogida de material escolar para niños de Nicaragua en colaboración con la ONG Ayudemos a un Niño, y en los próximos días enviaremos el material recopilado en nuestras oficinas de Madrid y Málaga a la ONG.

Queremos agradecer a todos los profesionales de Grupo Arelance y al resto de voluntarios que han colaborado solidariamente con la campaña aportando material para estos niños, que seguro recibirán con alegría y mejorará sus condiciones de vida.

Adjuntamos una foto con una muestra del material recopilado en el que destacan, lapiceros, gomas, sacapuntas, cuadernos, bolígrafos, mochilas, libros educativos etc.

Sin duda que en el futuro seguiremos colaborando, aportando nuestro granito de arena, en estas y otras acciones solidarias, que mejoren las condiciones de vida de los más desfavorecidos.



## PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS

### Feria de Empleo de la Universidad de Sevilla:

La primera edición de la Feria de Empleo de la Universidad de Sevilla nació con el objetivo de ofrecer a los estudiantes de todas las titulaciones de la Universidad un espacio de encuentro en el cual poder contactar con algunas de las empresas ofertantes de empleo más importantes de cada sector.

Conscientes de la necesidad de colaborar con la inserción laboral de los estudiantes y titulados, la Universidad ha puesto en marcha esta iniciativa con la intención de tender un puente bidireccional entre las empresas y sus futuros profesionales. La US, ha hecho una apuesta importante por el empleo cualificado desde la promoción del empleo juvenil, pero también desde la innovación, la investigación y el emprendimiento.





## PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS

### I Jornada Profesional de Formación "El valor de la Formación"

El 2 de julio Grupo Arelance estuvo en la I Jornada Profesional de Formación "El valor de la Formación" (para empresas y profesionales del sector) organizada por ACEPMA-CECAP Málaga. El encuentro tuvo un gran éxito y contó con más de 300 asistentes. Además pudimos contar con la presencia de ponentes de gran importancia.



## PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS

### Participamos en el encuentro Internacional TIC Andalucía - Latinoamérica

Al encuentro acudieron representantes de Instituciones y empresas de Brasil, Chile, Colombia, México, Panamá, Perú y EEUU y un total de 20 empresas andaluzas entre las que se encontraba Grupo Arelance.

Mantuvimos entrevistas bilaterales entre los representantes latinoamericanos y las empresas donde establecimos interesantes contactos y diversas oportunidades de negocio.





## PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS

### Colaboramos en el IV Evento social IACMP

El 22 de mayo participamos en el IV Evento Social IACMP (International Association of Microsoft Channel Partners) que este año se celebró en la provincia de Málaga.

El evento contó con la presencia de autoridades como D. Ignacio Sainz de Baranda (Presidente IAMCP), Dña. Lourdes Cruz (Directora Comercial del PTA), Dña. Cristina Urdiales (Prof. Doctora Ingeniera en Telecomunicaciones UMA), Dña. Ana Navarro Luna (Tte. de Alcalde Delegada del Área de Gobierno de Promoción Empresarial y Empleo), que transmitieron a los más de 50 participantes entre los que se encontraban directores generales, gerentes, CEO y Presidentes de empresas de tecnologías relacionadas con la plataforma Microsoft, lo que la ciudad de Málaga puede ofrecer a nivel de innovación, conocimientos, enclave estratégico, infraestructuras y tecnología.

Nuestra misión consistió en acercar a los participantes a una experiencia grupal "Coaching y auto-liderazgo"



## PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS

### Participamos en TRANSFIERE

TRANSFIERE (Tercer Foro Europeo para la Ciencia, Tecnología e Innovación), que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Málaga los días 12 y 13 de febrero de 2014, es el gran foro multisectorial de la Innovación Española que une la oferta y la demanda de Innovación mediante nuevas formas de relacionarse e iniciar contactos.

Grupo Arelance estuvo presente en el evento presentando sus productos y servicios innovadores a distintos demandantes de tecnología entre otros; Grupo SANDO, Ayuntamiento de Málaga, Escuela de Organización Industrial, etc

Los demandantes mostraron gran interés en los productos de la compañía en particular en InnTrack, InnTravel, WorkingNET y el proyecto Elena y se han establecido relaciones que podrán fructificar en futuros proyectos conjuntos.



## G4-16. ENTIDADES A LAS QUE PERTENECEMOS

Grupo Arelance pertenece a las siguientes entidades:

- **CTA** (Corporación Tecnológica de Andalucía)
- **Eticom** (Empresarios de Tecnologías de la Información y Comunicación de Andalucía)
- **AJE** (Asociación Jóvenes Empresarios)
- **Club Euronova** (Club de Empresas Innovadoras)
- **CEM** (Confederación Empresarios Málaga)
- **APD** (Asociación para el Progreso de la Dirección)
- **Clúster Andalucía Smart City**

Y además colaboramos con:

- **ACEPMA** (Asociación de Centros de Enseñanza Privada de Málaga)
- **Federación Andaluza de Centros de Estudios Privados**
- **Fundación Tripartita para Formación en el Empleo**
- **Ministerio de Ciencia e Innovación**
- **Ministerio de Industria, Turismo y Comercio**
- **Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación**
- **Parque Tecnológico de Andalucía**
- **Red de Espacios Tecnológicos de Andalucía**
- **SAP Channel Partner**
- **Microsoft Partner** (Action Pack)
- **Universidad de Málaga**
- **DELL**
- **APTE** (Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España)
- **AENOA**
- **Cámara de Comercio de Málaga**
- **CDTI** (Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial)
- **CECAP** (Confederación Española de Centros de Formación)
- **Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa**
- **Colegio de Politólogos/as y Sociólogos/as**
- **COAC** (Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Málaga y Provincia)
- **VM ware Partner** (Network Program Fee-Profesional Partner)

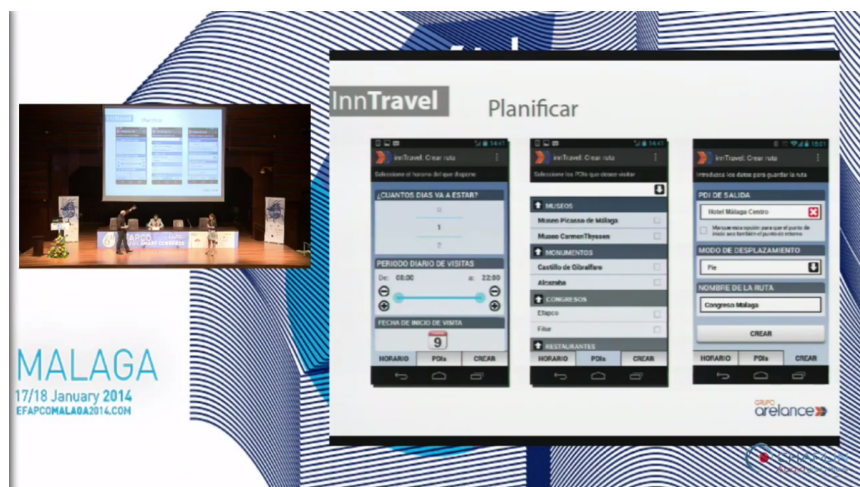
## 2.1. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS RECIBIDOS DURANTE EL PERIODO INFORMATIVO

### Premio Forética.

El Foro Provincial de Empresas Socialmente Responsables de Málaga, en el que participamos activamente, fue premiado por Forética, asociación de empresas y profesionales de la RSE líder en España que tiene como misión fomentar la cultura de la gestión ética y la responsabilidad social dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible.

### Premio EFAPCO, a la mejor aplicación turística con Inntravel.

Grupo Arelance presentó su aplicación móvil para la gestión de eventos y viajes turísticos y ganó el premio como mejor aplicación.





# 3. ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA



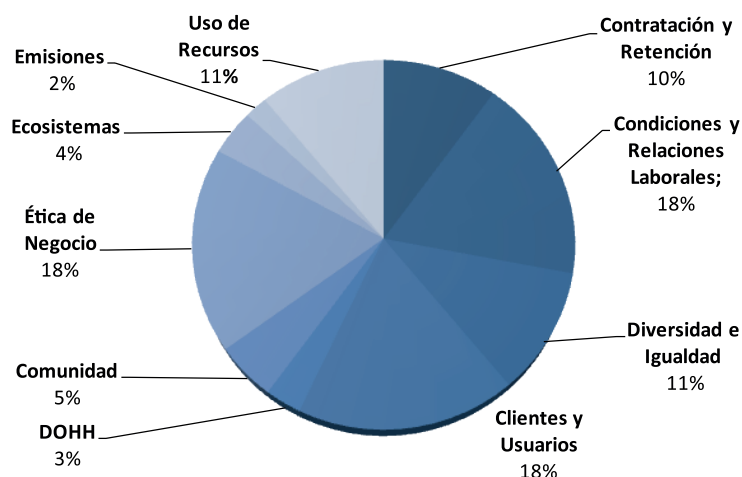
## G4-18 PROCESO DE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA

Para la determinación del principio de “Materialidad” de este informe nos basamos en el análisis de riesgos y su cruce con los grupos de interés. De ahí, que los aspectos más relevantes de esta memoria son los relacionados con los impactos relacionados con ámbito el laboral (Retención del Talento), la ética y lo social (fundamentalmente, aquellos aspectos vinculados a la clientela).

## G4-19 IDENTIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS MATERIALES

### VALORACIÓN DE RIESGOS

La memoria pretende transmitir con total transparencia un modelo de gestión de la responsabilidad empresarial orientado a la gestión de riesgos, identificados en el Rating de Sostenibilidad. Nuestros riesgos más significativos se siguen identificando en tres grandes áreas: Contratación y Retención, Ética y Clientes, lo cual guarda una estrecha coherencia con nuestros grupos de interés prioritarios: personal y clientes fundamentalmente.



## G4-22 CAMBIOS EN RELACIÓN A MEMORIAS ANTERIORES

Actualmente desarrollamos nuestra memoria según la versión G4 de la Guía.

## G4-23 CAMBIOS EN EL ALCANCE Y LA COBERTURA EN RELACIÓN A MEMORIAS ANTERIORES

Atendiendo a los requisitos del principio de “Exhaustividad” en el contenido, la cobertura y alcance en este informe de Sostenibilidad, se incluyen todas las actividades que nuestra empresa realiza y sus relaciones con los grupos de interés en el periodo del año 2014 y anteriores.

A man with dark, spiky hair, wearing a dark suit jacket over a light blue and white striped shirt, is looking upwards and to the right. The background is a bright, light blue sky with white, wavy, abstract lines that create a sense of movement and depth. The overall tone is professional and forward-looking.

# 4. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

## G4-24 NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Según el análisis de los principales grupos de interés y priorización en función de su dependencia e influencia en la organización, identificamos los siguientes:

Grupo de Interés	Influencia	Dependencia
Personal	8	8,5
Clientela	9,5	6
Proveedores	3,5	4,5
Socios / Partners	2,5	3
Competencia	3,5	4
Sociedad	4	2,5
Asociación de Consumidores	2	1
Universidad	3	2
Tercer Sector	4,5	3,5
Medios de Comunicación	3	1
Sindicatos y RLT *	5	4
Entidades financieras	9	6
Accionistas	8	8
PTA	4,5	4
Asociaciones empresariales y/o sectoriales	5	3,5
AAPP	3,5	1,5
Otros (especificar)	0	0

## G4-25 CRITERIOS DE SELECCIÓN Y PRIORIZACIÓN

La identificación y el diálogo con los Stakeholders fue una de las actuaciones principales del Proyecto Entorno Responsable. En función de los resultados de la priorización optamos por adoptar diferentes comportamientos y desarrollar diferentes enfoques hacia nuestros grupos de interés. Así los que tienen alta influencia y alta dependencia los tratamos como una amenaza u oportunidad estratégica, con lo que vamos a invertir en los procesos de relación con ellos como son los clientes, personal y entidades financieras en nuestro caso.



## G4-26 DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Nuestros principales Grupos de Interés son el Personal y la Clientela de Grupo Arelance. Nuestro afán por establecer y mantener vías de diálogo bidireccionales con nuestros grupos de interés, nos llevaron a su priorización, para ello se han tenido en cuenta dos parámetros: su dependencia y su influencia.

A la hora de valorar la relación entre la compañía y sus clientes, nos hemos apoyado en los siguientes parámetros:

- Encuesta de satisfacción, realizada a través del portal "Encuesta Fácil"
- Felicitaciones recibidas por parte de clientes
- Garantías de los servicios y productos de Arelance, recogidos contractualmente.
- Informes de visitas a clientes, que dan cuenta del seguimiento de los mismos, y que se toman como punto de partida para la toma de decisiones y para la gestión de incidencias, si las hubiera.

Por otra lado, a la hora de valorar la relación entre la compañía y sus trabajadores/as, nos hemos apoyado en:

- Encuesta de Clima Laboral
- Buzón de Sugerencias
- Transparencia en facturación vs objetivos
- Reuniones periódicas entre departamentos
- Reunión Trimestrales del Comité Ejecutivo, formada por la Alta Dirección y los Responsables de Áreas.



## G4-27 TEMAS CLAVE DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

### DEBILIDADES

Crosseling en cliente  
Información descentralizada y duplicada  
Falta de herramientas tecnológicas adecuadas

### FORTALEZAS

Flexibilidad interna  
Sinergias entre áreas de negocio  
Buen posicionamiento y fidelización de clientes de primer nivel  
Calidad en el servicio

### AMENAZAS

Sentimiento de pertenencia  
Incumplimiento de Objetivos  
Competencia

### OPORTUNIDADES

Nuevos servicios y productos  
Racionalización de proveedores en clientes  
Internacionalización

*\* No se ha recibido por escrito reclamación formal por parte de ningún cliente. Las incidencias puntuales han sido solventadas en el momento. La comunicación entre nuestra empresa y la clientela es continua y fluida. El personal mantiene un trato directo con los clientes, lo que permite conocer de primera mano cualquier tipo de conflicto o insatisfacción que se pudiera producir, resolviéndolo a la mayor brevedad posible.*

A man with dark hair and a light beard, wearing a light blue button-down shirt, is looking down at a silver tablet he is holding. The background is white with several flowing, wavy lines in shades of light blue and white, creating a sense of motion and technology. The text '5. PERFIL DE LA MEMORIA' is overlaid in the lower-left quadrant of the image.

# 5. PERFIL DE LA MEMORIA

## G4-28 PERIODO CUBIERTO POR LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN LA MEMORIA

La información que contiene este informe de Sostenibilidad hace referencia al período comprendido entre el 1 de enero de 2014 al 31 de diciembre de 2014.

## G4-29 FECHA DE LA MEMORIA ANTERIOR MÁS RECIENTE

Durante 2014 publicamos nuestra memoria de Sostenibilidad 2013, enviada al Pacto Mundial. Actualmente estamos en el nivel GC Active.

## G4-30 CICLO DE PRESENTACIÓN DE MEMORIAS

La periodicidad de presentación de memorias de sostenibilidad relativas a nuestra organización, está establecida de forma voluntaria con carácter anual, coincidiendo con la revisión de otras iniciativas relacionadas con la RSE como el Informe de Progreso, el Plan de Igualdad o la revisión del Sistema de Gestión de Calidad. De esta forma, dotamos de coherencia a todas las iniciativas integrándolas en una estrategia global de RSE.

## G4-31. PUNTO DE CONTACTO PARA CUESTIONES RELATIVAS A LA MEMORIA

Elisa Martín, responsable del departamento de RRHH  
elisa.martin@grupo-arelance.com  
952 028 585

## G4-32. OPCIÓN DE CONFORMIDAD E ÍNDICE

Declaramos que nuestra Memoria de Sostenibilidad ha sido elaborada “de conformidad” con la Guía G4 estándar de la Global Reporting Initiative (GRI), opción Esencial.

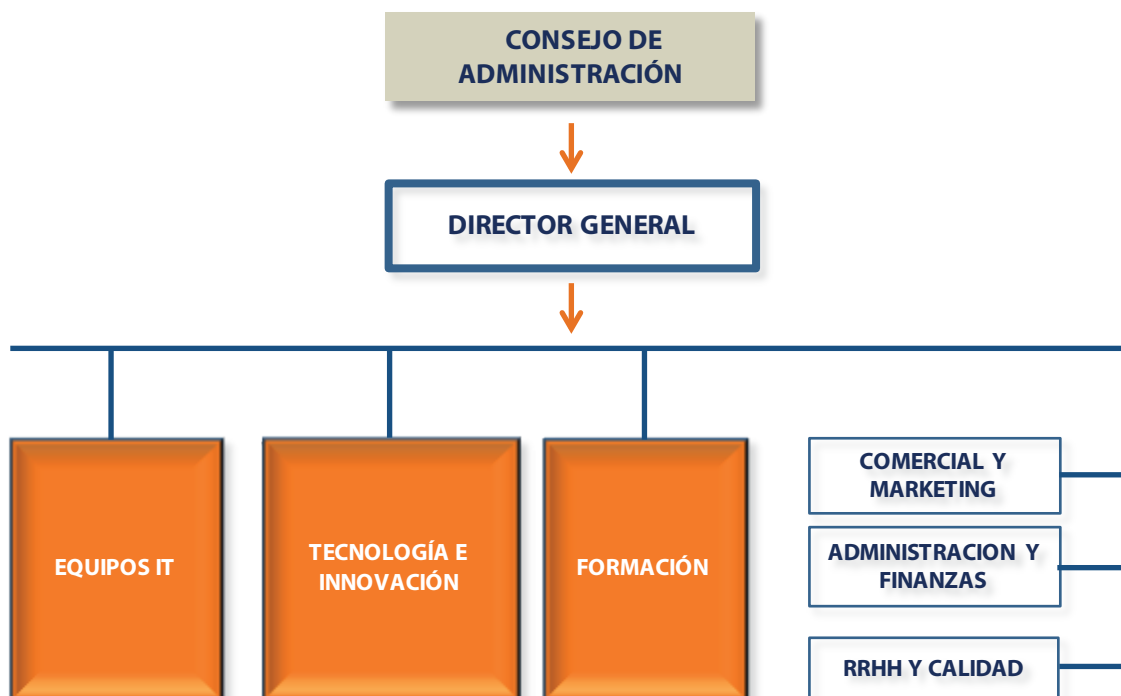
A young woman with dark hair pulled back, wearing a white button-down shirt, is smiling warmly at the camera. The background is a light blue and white abstract design with flowing, wavy lines. The text '6. ESTRUCTURA DE GOBIERNO' is overlaid at the bottom in a bold, black, sans-serif font.

# 6. ESTRUCTURA DE GOBIERNO

## G4-34. ESTRUCTURA DE GOBIERNO

El Consejo de Administración es el máximo órgano de gobierno, compuesto por Pablo Díaz como administrador único, el cual también ejerce un cargo ejecutivo dentro de la empresa como Director General y Financiero. Este órgano tiene responsabilidad directa sobre el enfoque de las áreas económica, social y medioambiental, estando ligados los desempeños a diferentes profesionales relacionados con estas áreas.

En el ámbito económico el responsable sería el Director Financiero y la Responsable de Administración, en el aspecto social la responsable de RRHH gestiona las cuestiones de RSE. Igualmente ocurre en el área medioambiental, que es responsabilidad de la profesional que aglutina las áreas de RSE.







# 7. ÉTICA E INTEGRIDAD

## G4-56. NUESTROS VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

La estrategia empresarial de Grupo Arelance está alineada con la de Responsabilidad Social, siendo piezas claves la Ética y el Buen Gobierno. De ahí que tengamos implantado desde 2011 una política ética, un código ético y un código de conducta que son comunicados a todos nuestros targets.

El objetivo de nuestro código es dar a conocer los valores por los que se rige la entidad, siendo el principal valor:





# 8. NUESTRO DESEMPEÑO

## 8.1. DIMENSIÓN ECONÓMICA

### 8.1.1 ENFOQUE DE GESTIÓN ECONÓMICA

Entendemos la Sostenibilidad en este aspecto económico como el equilibrio necesario con los demás aspectos, Sociales y Ambientales en nuestra estructura como empresa. Usando este criterio como referencia se establece control sobre aspectos y riesgos financieros.

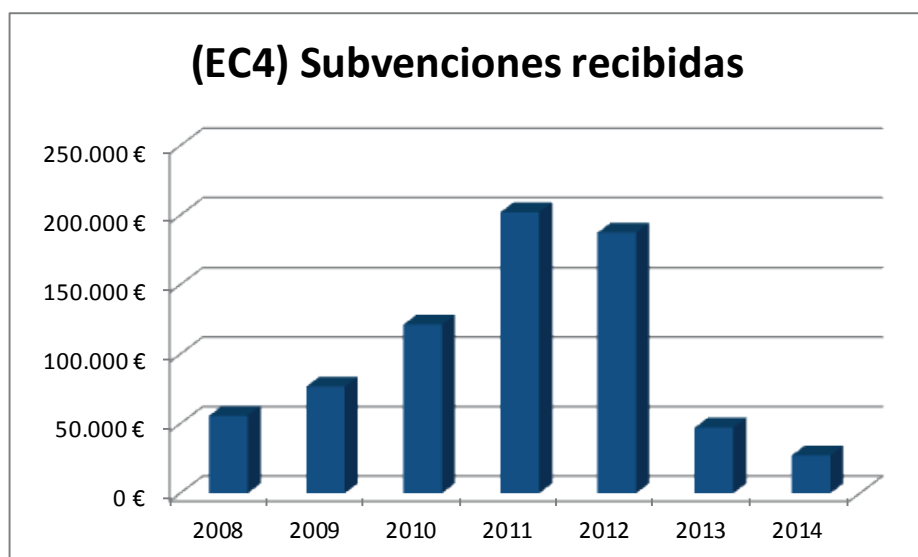
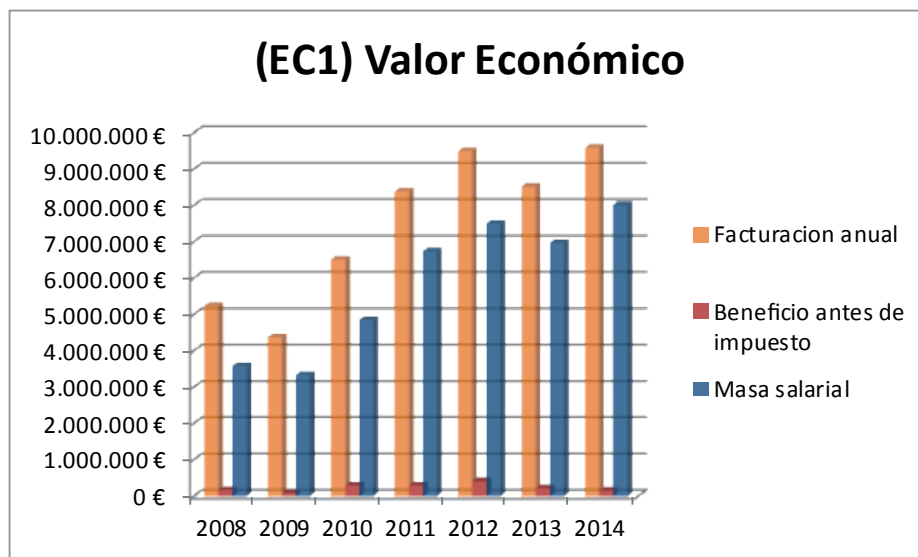
Dentro del desempeño económico, ponemos especial atención a la relación con nuestros clientes. Así asentamos esta relación en dos políticas claves:

- Sistema de Gestión de Calidad
- Desarrollo del Plan Estratégico Comercial

2014 ha sido un año donde se ha visto incrementada la actividad con un volumen de ventas un 14 % superior al ejercicio anterior. Por otra parte, respecto a la cuenta de resultados, se han controlado los costes y mejorado algunos procesos.

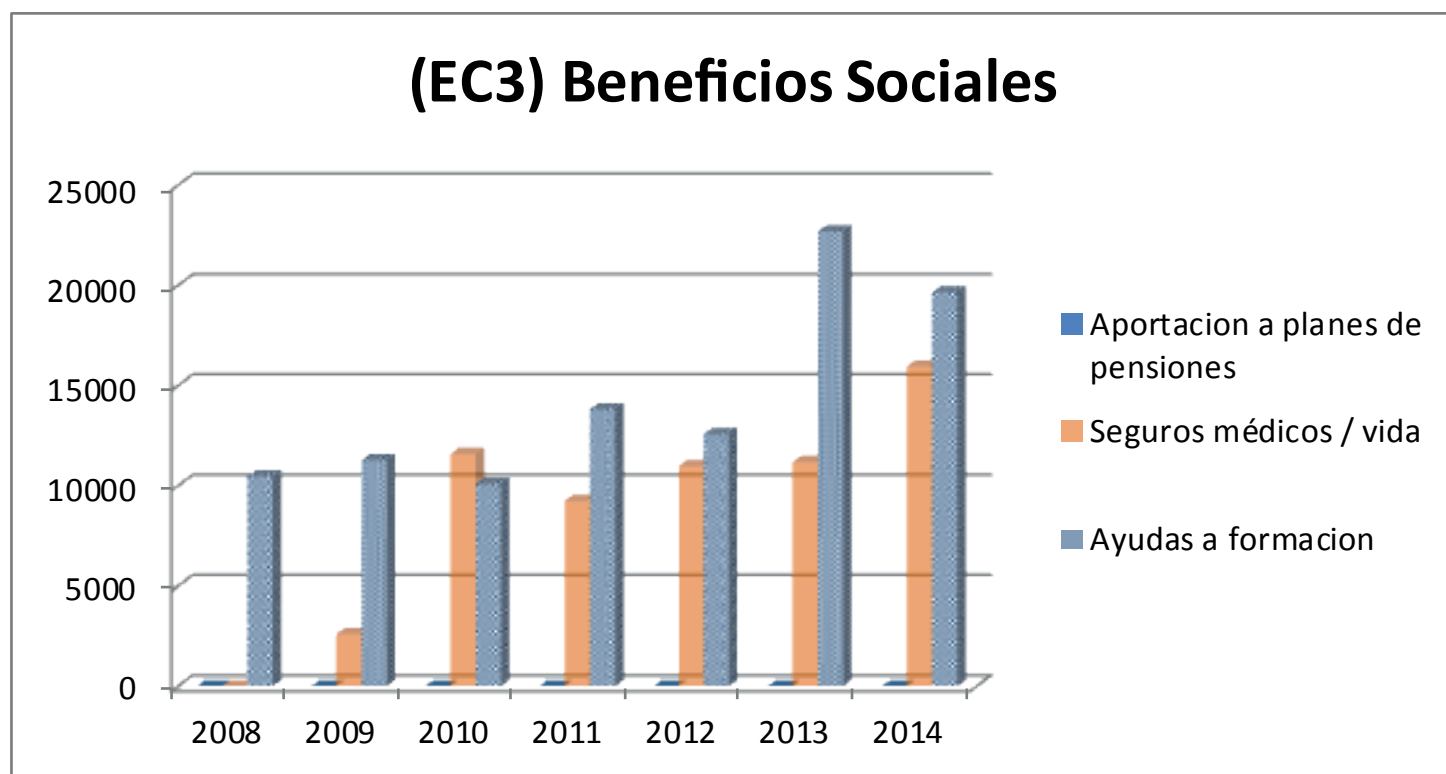
Los grupos de interés de las empresas y organizaciones deben comprender que es necesario adoptar un modelo económico verdaderamente sostenible. En Grupo Arelance utilizamos herramientas de control periódico y seguimiento de ratios que tienen relación con Presupuestos Provisionales, Balances y Cuenta de Resultados, también el endeudamiento y uso de recursos ajenos y control de tesorería.

## 8.1.2 INDICADORES DE DESEMPEÑO





## 8.1.2 INDICADORES DE DESEMPEÑO



## 8.2. DIMENSIÓN AMBIENTAL

### 8.3.1 ENFOQUE DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

Grupo Arelance, aplica los siguientes enfoques en materia Ambiental:

- Compra de Materiales
- Consumo de Energía
- Consumo de Agua
- Impactos sobre Biodiversidad
- Emisiones, vertidos y residuos
- Productos y servicios
- Cumplimiento normativo
- Transporte y desplazamientos
- Aspectos generales

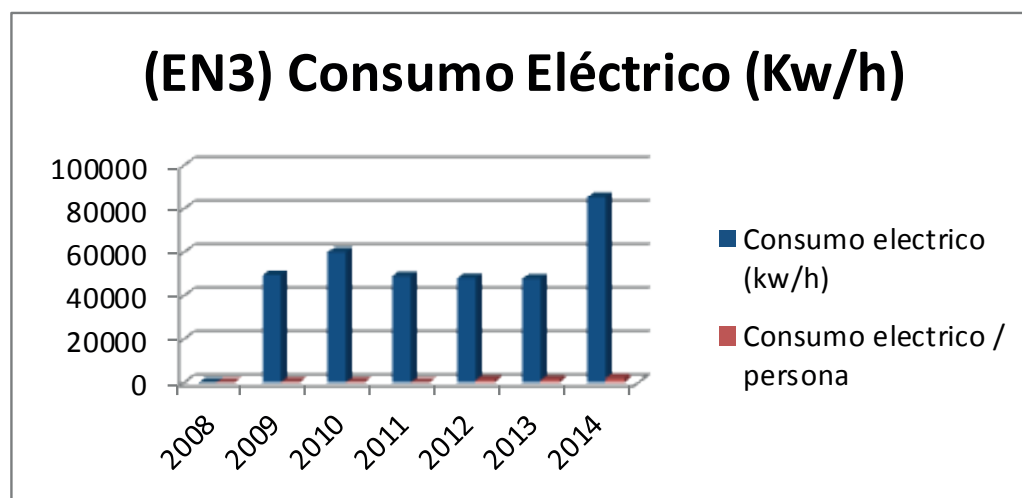
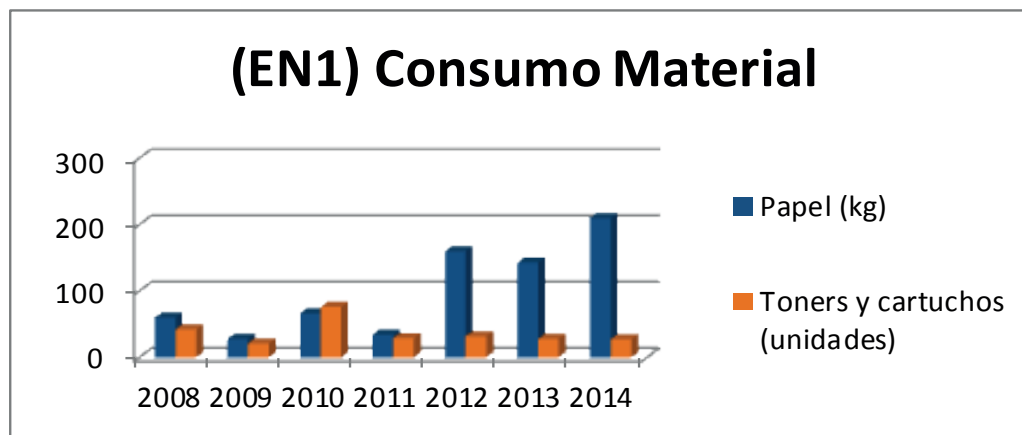
La responsabilidad de aplicación de políticas y enfoques de carácter ambiental parten desde la Propia Dirección General de la empresa.

Entendemos por Gestión Ambiental Sostenible a la que trata de consumir el menor número y volumen posible de recursos naturales, en su caso la reutilización de materiales siempre que técnicamente esté permitido, la minimización de impactos negativos a flora, fauna y atmósfera, la adopción de medidas correctoras en caso de impactos negativos al Medio Ambiente y en todo caso el uso del principio de precaución ante la incertidumbre de impacto negativo hacia el medio ambiente.

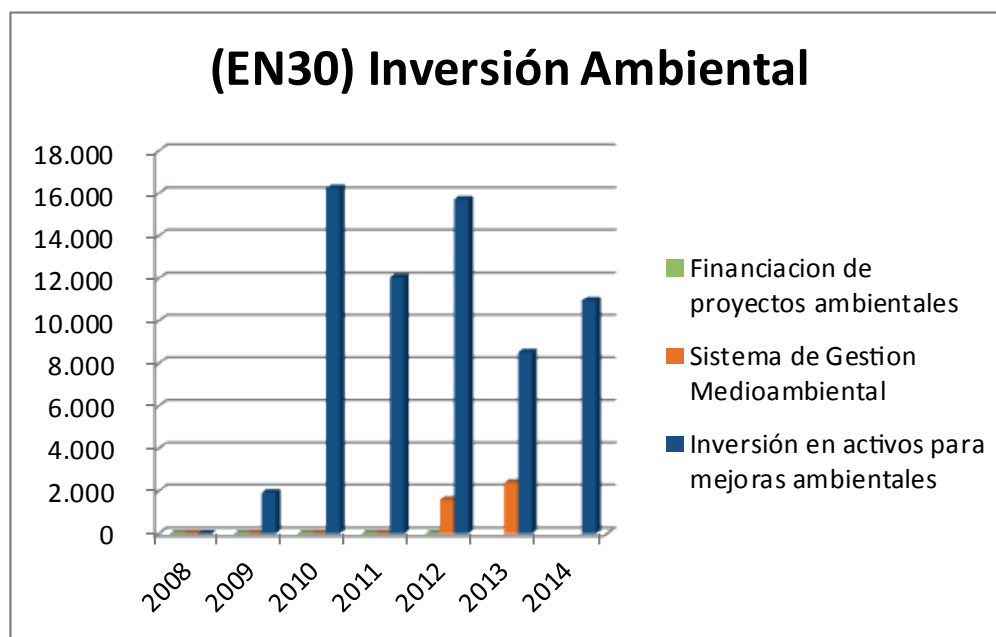
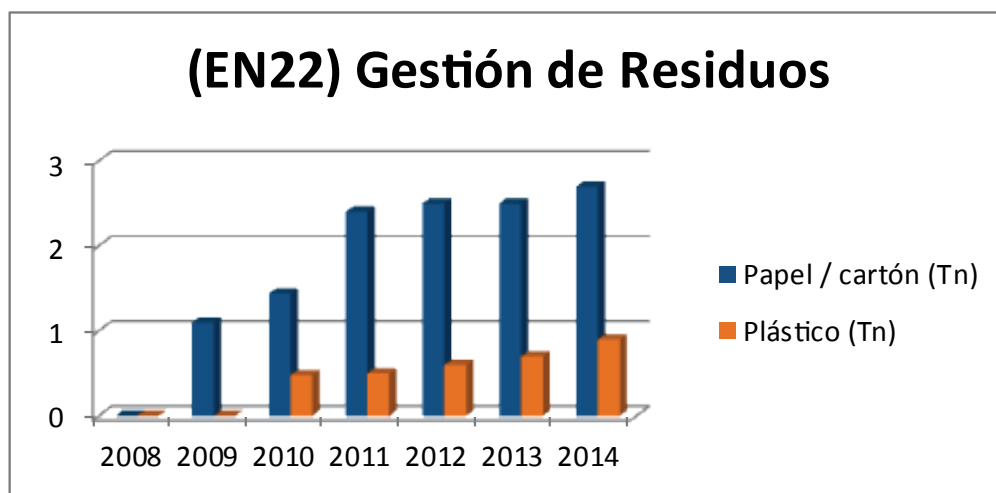
Identificamos y gestionamos los riesgos de gestión ambiental utilizando procesos y procedimientos de acuerdo a la ISO 14001 aunque por el momento no estamos certificados en dicha norma ya que, por nuestra actividad de consultoría, nuestros riesgos medioambientales no tienen un impacto significativo en el entorno en el que operamos.

Todas nuestras iniciativas en esta materia se mencionan en G4-14. Principio de precaución.

### 8.3.2 INDICADORES DE DESEMPEÑO



### 8.3.2 INDICADORES DE DESEMPEÑO



## 8.3. DIMENSIÓN SOCIAL

### 8.3.2 ENFOQUE DE GESTIÓN SOCIAL

Nuestra estrategia en este ámbito contempla las actuaciones relacionadas con el compromiso con las relaciones con el Personal de la Organización, la Comunidad y los Derechos Humanos.

La parte laboral es una de las áreas más complejas, pero a la vez relevante para Grupo Arelance puesto que aquí se identifican los riesgos más elevados para la organización junto con los aspectos éticos y los relacionados con la clientela. En este apartado, se tratan políticas y actuaciones vinculadas a la Diversidad e Igualdad, Condiciones y Relaciones Laborales y Contratación y Retención.

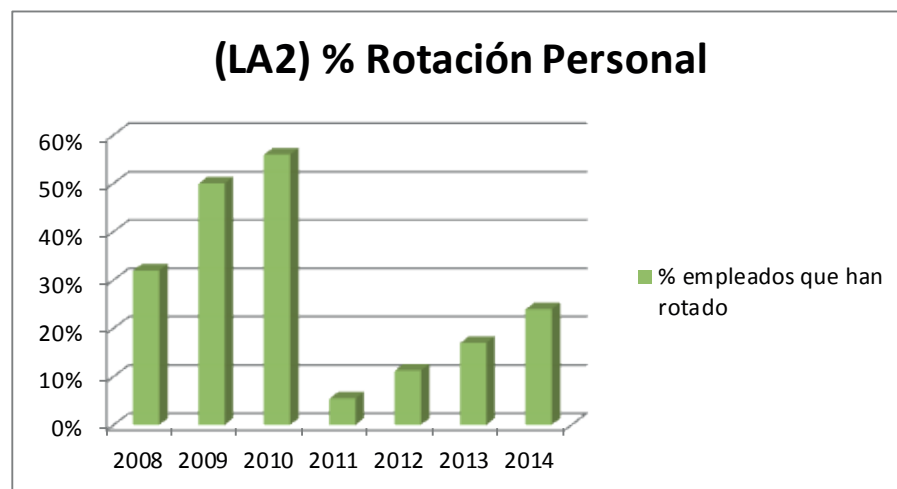
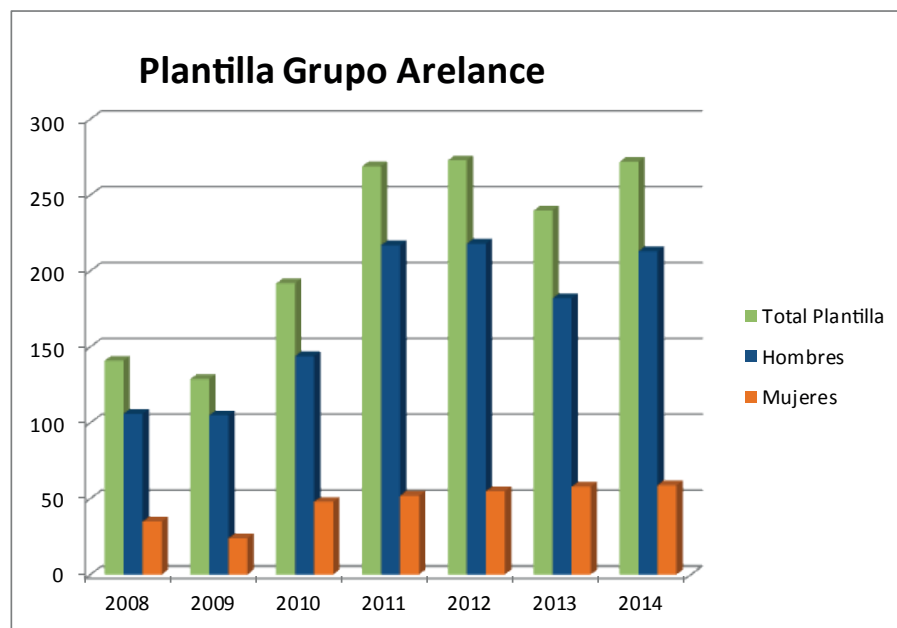
Nuestra relación con la Comunidad no supone un riesgo significativo para la compañía. De momento no existe ninguna política documentada que recoja el compromiso de Grupo Arelance con esta área. Sí existe desde Dirección una gran concienciación de colaboración con el entorno social en la que opera la empresa.

Por otro lado, seguimos con nuestra visión de colaboración con organizaciones del Tercer Sector a las que anualmente se les dona una parte de los beneficios obtenidos, algunos ejemplos son:

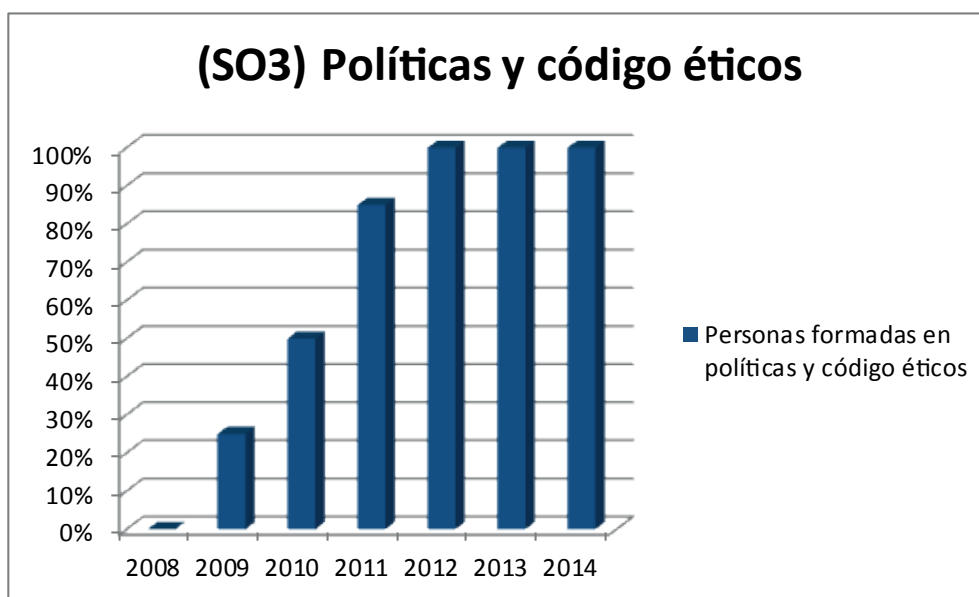
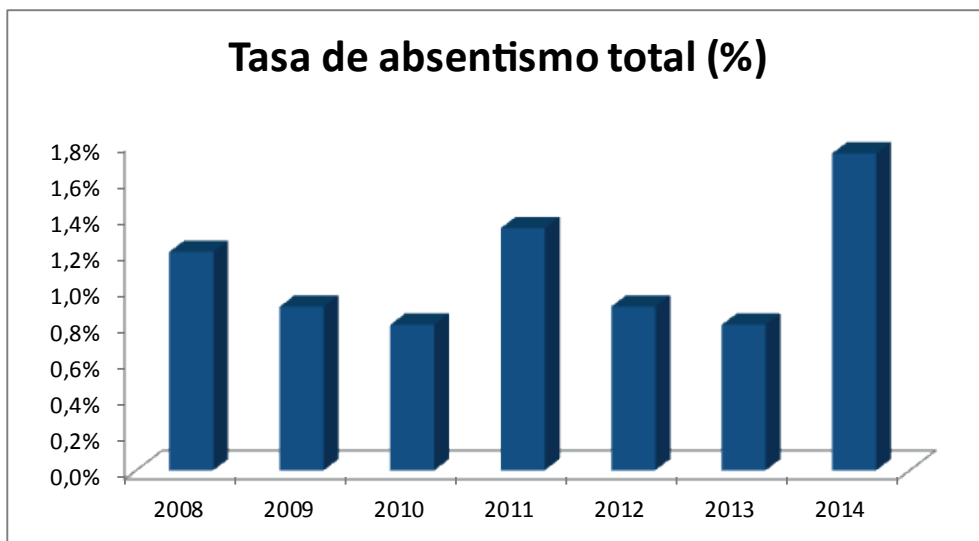




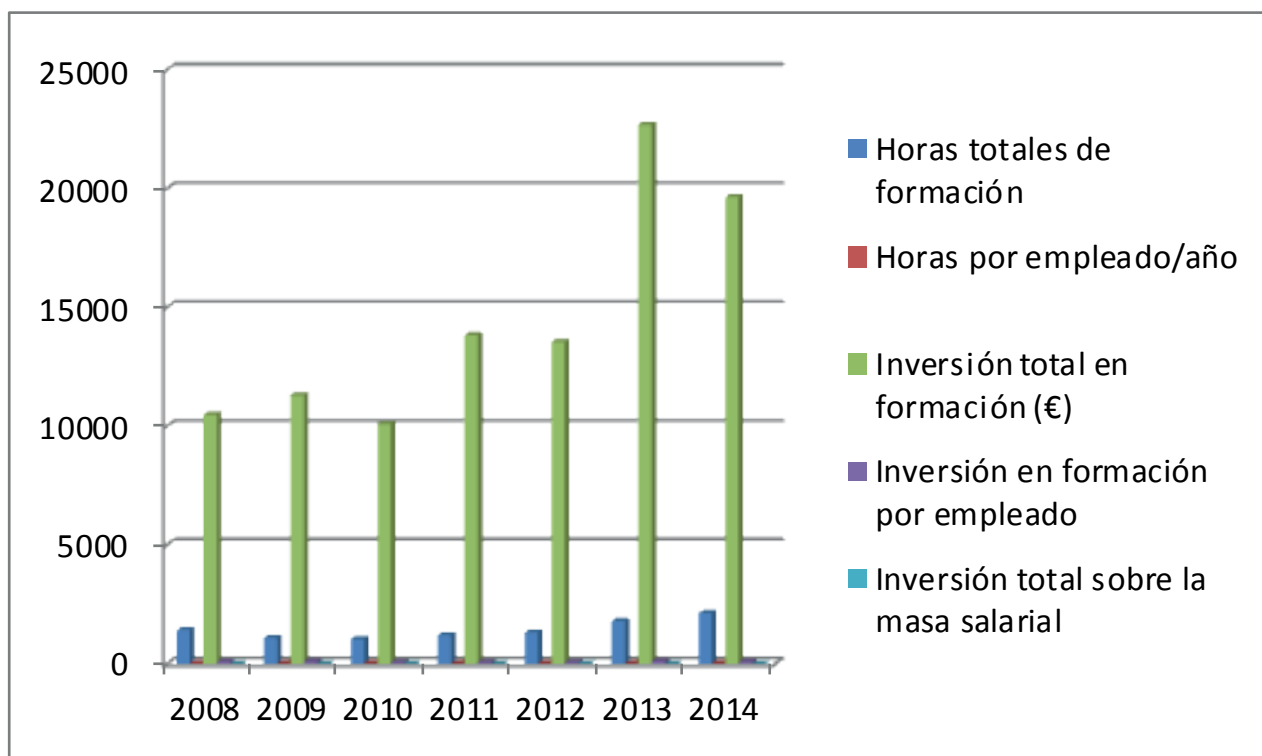
### 8.3.3 INDICADORES DE DESEMPEÑO



### 8.3.3 INDICADORES DE DESEMPEÑO



### 8.3.3 INDICADORES DE DESEMPEÑO



donde estamos 



Madrid | Málaga | Sevilla | Barcelona | Bilbao | Lisboa

[www.grupo-arelance.com](http://www.grupo-arelance.com)

