

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

**GLORIA BAYO VALLÉS (NOGURÚ
COMUNICACIÓN)**

CIF:181*****

50003 - Zaragoza

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

NoGurú Comunicación

03 - Sector. Actividad

Consultoría de comunicación, formación y creación de contenidos

04 - Año comienzo actividad.

2020

05 - Persona de contacto

Gloria Bayo Vallés (fundadora)

07.- Página web

<https://www.nogurucomunicacion.com/>

Redes sociales: https://linktr.ee/noguru_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, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1. Información adicional.

Una de las áreas de negocio de NoGurú Comunicación es la prestación de servicios

recurrentes (también puntuales) a instituciones públicas y políticas, desde creación de contenidos a sesiones de formación en competencias de comunicación. Los ciclos electorales y sus consecuencias tienen un impacto directo en la facturación, de modo que la estrategia y el modelo de negocio tienen en cuenta la actualidad social y política de la Comunidad Autónoma.

En 2022, dentro del área de formación, imparto talleres centrados en igualdad de género, comunicación política y justicia social -entre otros asuntos- que usan el podcast como herramienta de trabajo en centros educativos. El contacto directo con los jóvenes y sus inquietudes también influyen en la forma de trabajar de la empresa.

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

2 - 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

2.1.- Información adicional.

Además de mi implicación en asociaciones y entidades como persona física, procuro que NoGurú cumpla como empresa con pautas de sostenibilidad social y ambiental, apoyando proyectos y proveedores con compromisos en este sentido.

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

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

3.1. Información adicional.

Como empresa, estoy adscrita a la Asociación Yo No Renuncio (<https://yonorenuncio.com/>) a la que hago una aportación económica periódica. Pertenezco a la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) y el Colegio de Periodistas de Aragón y en estas dos últimas instituciones -además de abonar las cuotas de asociada- colaboro pro bono en equipos de trabajo y acciones de comunicación.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4 - Tiene identificados los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

4.1. Comentarios

Agrupamos los grupos de interés externos (aparte de los clientes) en tres grupos:

1) Proveedores ? editores de vídeo, diseñadores gráficos, desarrolladores web, perfiles especializados en estrategias y creación de contenidos para Social Media, locutores o

actores de doblaje?

2) Otros freelances dedicados a la comunicación ? En determinadas ocasiones llega a nosotros un posible cliente con el que por X motivos no llegamos a un acuerdo y acabamos derivándolo a otro compañero de confianza al que recomendamos. Es una vía de captación de clientes que en tiempos de crisis funciona y genera buenas sinergias.

3) Redes profesionales ? Colegio Profesional de Periodistas de Aragón, La Colaboradora, Asociación de Jóvenes Empresarios...

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

5.1. Comentarios

Como proyecto unipersonal, tenemos un contacto estrecho con los grupos de interés y dedicamos tiempo a mantener las relaciones con unos y otros con contactos periódicos.

Gobierno

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

Se tienen en cuenta normas y códigos de referencia en el sector

6.1. Comentarios

El código deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE - <https://www.comisiondequejas.com/codigo-deontologico/>) es un documento de referencia, además de tener al Colegio de Periodistas de Aragón como entidad primaria en caso de duda o conflicto ético en el ejercicio de la profesión.

Plan de Responsabilidad Social

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

No he trabajado previamente en esta materia

7.1. - Comentarios

Tenemos nociones en cuestiones relacionadas con la RSC y de hecho hemos ofrecido servicios a una consultoría del sector en acciones de comunicación interna y externa, de forma que sabemos cómo se elabora un Plan de RSE, cómo funciona el voluntariado corporativo, cómo se obtienen certificaciones por cuenta de un agente externo... Sin embargo, como micropyme no hemos desarrollado un plan propio, sino que hasta ahora hemos optado por adherirnos a acciones de otras organizaciones para aportar nuestro 'granito de arena'.

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

No existe Plan de RS, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

8.1. - Comentarios

No existe un Plan RSC.

CLIENTES

Satisfacción de Clientes.

9 - ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

9.1. - Comentarios.

Hemos realizado encuestas en nombre propio y hemos sido objeto de pregunta en encuestas de terceros, como por ejemplo tras impartir una formación para una institución.

Calidad del servicio y Transparencia informativa.

10 - ¿Cómo realiza en su negocio 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

10.1. - Información adicional

El compromiso por la transparencia, la comunicación clara y la deontología periodística son parte de la propuesta de valor de NoGurú Comunicación.

11 - ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información de las características del producto o servicio.

11.1.- Información adicional

La información sobre políticas de precio, contratos, condiciones de pago y entregas, etc. se facilitan en un segundo término tras el contacto con el posible cliente: por ejemplo, si nos piden presupuesto para un servicio o presupuestar y gestionar un proyecto...

PERSONAS EMPLEADAS

Seguridad y salud.

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

Las obligaciones en prevención de riesgos se gestionan por una empresa especializada

12.1.- Información adicional

Dado que trabajamos en un espacio de coworking, la gestión de los riesgos laborales corre a cuenta de esa organización empresarial (La Terminal/Hiberus).

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

13.1.- Información adicional

La selección de proveedores e incluso la relación con clientes contempla criterios de sostenibilidad como la proximidad o kilómetro cero, el respeto a la diversidad, procesos de producción adecuados, etc.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

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

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Se colabora en proyectos afines a los valores sin planificación específica

15.1. Información adicional

Formamos parte de varios ecosistemas relacionados con la ciudad (La Colaboradora del Ayuntamiento de Zaragoza) y la profesión (Asociación de Jóvenes Empresarios, Colegio de Periodistas). Nos hemos adscrito a sus equipos de comunicación -de forma no remunerada- y damos apoyo a sus acciones siempre que sea posible.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

16.1. Información adicional

Tenemos varias líneas de colaboración con distintas organizaciones profesionales y de emprendimiento y los objetivos que vamos cumpliendo dentro de ellas los comunicamos en nuestros perfiles de social media. En la web, que hemos sometido a un rediseño en 2022, tenemos pendiente incorporar acciones de comunicación específicas al respecto.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

No existe una planificación para estos temas

17.1. Información adicional.

El impacto medioambiental directo de nuestra actividad de servicios de comunicación es apenas relevante. Escogemos suministros y tomamos decisiones de compra teniendo en cuenta criterios de sostenibilidad (escogiendo transporte público, proveedores cercanos, etc.), pero no tenemos implementado un plan específico al respecto. La huella de carbono que generamos como persona física es equivalente a la que emitimos como actividad empresarial.

Economía circular y comunicación

18 - ¿Conoce y aplica en su negocio los principios de economía circular?

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

18.1. Información adicional

Hemos recibido información sobre los procesos relacionados con la economía circular y, si bien por la naturaleza del servicio que ofrece NoGurú no es un ámbito en el que pueda ser de gran impacto, entendemos y asumimos su importancia para el ámbito comercial y empresarial.

19 - En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

No de una manera formal

19.1. Información adicional

Consultar la respuesta a la pregunta anterior.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

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

- 1 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 2 - Capacitación y desarrollo profesional
- 3 - Ser un negocio rentable y sostenible en el tiempo
- 4 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 5 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 6 - Gestionar con ejemplaridad

- 7 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
- 8 - Disponer de presupuesto
- 9 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
- 10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

Valoración Global

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

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Estar conectados y en contacto con organizaciones de mayor tamaño, más trayectoria y con más experiencia que NoGurú Comunicación supone una oportunidad para aprender de sus acciones y estrategias de Responsabilidad Social. Como somos un proyecto pequeño, somos ágiles para implementar ideas y pivotar si no funcionan, así que ser una micropyme es una ventaja en este plano.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Para causar un impacto real en acciones de Responsabilidad Social, no tenemos músculo suficiente. Lo que en el punto anterior veíamos como ventaja, también es un obstáculo: escoger en qué causas o proyectos podemos ser una palanca de cambio es complejo, y muchas veces tenemos que subordinarnos o contribuir a las estrategias de RSC de otros para impactar de verdad.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, conozco la Agenda 2030 pero no he establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿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 10. Reducción de las desigualdades.