

RSA - PYMES

Empresa evaluada

UP DESIGN BY BREAKING, S.L

CIF:B99387300

C/Felipe Sanclemente nº:3, 2ºB.

50001 - ZARAGOZA

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

UP Design by Breaking S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Calle Sanclemente 3 2B

50001 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Diseño de marca y arquitectura comercial. Branding.

04 - Año comienzo actividad.

El año de comienzo es el 2003 pero hay que tener en cuenta que la actividad la llevo desarrollando desde el año 2000.

05 - Número de personas empleadas

En estos momentos no existen personas empleadas directamente en la empresa, existen diversos colaboradores habituales.

06 - Persona contacto

Sandra Esteban.

07 - E-mail contacto

sandra@uydesign.com

08.- Página web

www.uydesign.com actualmente en proceso de renovación

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,

etc)

- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

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

1.1 Información adicional

Homologados por el CADi (centro Aragonés de diseño industrial) recibimos información sectorial periódicamente vía e mail y reuniones.

Además de estar al día a través de los boletines informativos de Cámaras de Comercio, CEPYME, CREA, CEOE y tendencias del sector empresarial a través de cursos del IAF, etc...

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

No

2.1. Información adicional

Una sola persona es difícil que pueda influir. Comprendemos que es mejor estar al día y recibir información a través de los canales descritos anteriormente.

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

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

Se incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

3.1. Información adicional

no hay información adicional.

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

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

4.1. Información adicional

La empresa desde su creación colabora con asociaciones sin ánimo de lucro regularmente y bajo petición.

Entre los que podemos destacar campañas con ASDES (Asociación Deporte Solidario), CAAR, etc.

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

Con clientes, proveedores tengo relación directa y realizamos una gestión específica con cada uno de ellos

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

Al trabajar con diferentes grupos de interés correspondientes a consumidores, nos dejamos aconsejar por nuestros clientes ya que son ellos los que tienen más información sobre los clientes finales.

Además solemos realizar pequeños estudios de mercado por si nuestros clientes están ¿intoxicados? por el día a día y a veces no son capaces de salir de su zona de confort.

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

No existe un código ético pero al comienzo de la relación laboral se traslada la información oportuna de cómo se relaciona la empresa con los distintos grupos de interés.

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

Tras 20 años de actividad la empresa tiene unos fuertes valores que se transmiten a los nuevos empleados, la sinceridad y claridad con los clientes es fundamental para poder tener su confianza y que la relación sea duradera y no efímera.

Plan de Responsabilidad Social

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

No hemos trabajado previamente en esta materia

9.1. Información adicional

No hemos trabajado esta materia conscientemente pero sí que tras la realización del curso

y el cuestionario nos hemos dado cuenta de que cumplimos algunos de los objetivos y queremos mejorar para cumplir el resto

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

10.1. Información adicional

En caso de existir un plan de responsabilidad social, se establecerían objetivos e indicadores definidos.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

11.1. Información adicional

Al ser una pequeña empresa la relación con los clientes es intensa y cercana por lo que el feedback es claro, específico y continuo.

El número de clientes no es elevado por esta razón nos es mucho más fácil la comunicación personal con ellos.

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

Como ya he comentado anteriormente al mantener una relación intensa con el cliente aprendes de las necesidades de cada uno y se aplica en los siguientes trabajos.

Es una acción imprescindible para mantener una relación duradera en el tiempo.

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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

En constante evolución intentamos adaptarnos a las necesidades del cliente investigando dependiendo de sus necesidades y peticiones.

Debido a que somos una empresa de diseño es imprescindible que estemos al tanto de nuevos productos y tecnologías para no quedarnos obsoletos.

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

No hay información adicional.

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

El cliente merece saber qué problemas puede causar un producto/servicio antes de salir al mercado, de esta manera puede tomar la decisión valorando los riesgos.

Los procesos postventa en algunos casos van más allá de lo estipulado por ley.

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

Para nuestra empresa es importantísima la confianza del cliente por lo que la transparencia con respecto al resultado de los productos/servicios es completa.

Es la única manera de que el cliente no se sienta ni defraudado ni engañado y confíe plenamente en la compañía para conseguir una relación duradera.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

En la actualidad no disponemos de empleados pero al ser una pequeña empresa damos mucha importancia a que dichas personas se encuentren a gusto y comprendan y compartan nuestra manera de relacionarnos con los clientes.

Para nosotros el poder compaginar la vida laboral con la vida personal es una de las cosas más importantes y a la que le damos la relevancia que creemos que deberían darle el resto de las empresas.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades

(acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

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

18.1. Información adicional.

Al ser una pequeña empresa no es importante la condición de los trabajadores. No existe ningún tipo de discriminación por ningún tipo de circunstancias.

Se valoran los conocimientos y la personalidad para que pueden encajar completamente en la estructura de la empresa.

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?

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Personalmente me gusta priorizar la vida personal ante la profesional por lo que ánimo a los empleados (en las ocasiones que los he tenido) a que hagan lo mismo. Así que los horarios son completamente flexibles y todos han tenido la libertad de conciliación y horarios.

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

Promovemos la formación que entendemos que al final es una mejora ya no solo para los empleados sino también para la empresa.

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

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

21.1. Información adicional.

No hay información adicional.

Seguridad y Salud

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

22.1. Información adicional.

No existe información adicional

PROVEEDORES

Compras responsables

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

23.1. Información adicional.

Se les ofrece a los clientes por ejemplo en la impresión de papel el que esta impresión se realice con papeles reciclados o impresión más sostenible.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

todo lo que se puede se realiza a través de proveedores locales.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal

25.1. Información adicional.

Realizamos una aportación centrada en el principio de valor compartido. Ayudamos a asociaciones locales en el diseño de sus campañas para recaudación de fondos, compilación de material escolar tanto en el ámbito local como en ámbitos internacionales, en estas campañas estamos acompañados de Asdes y del cluster de automoción así como de personajes relevantes de la sociedad Aragonesa.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

Los proyectos que se realizan son todos dentro del ámbito empresarial en los cuales se nos pide colaboración debido a nuestra experiencia y saber hacer. Buscando un asesoramiento correcto y diseños que lleguen al público con mensajes claros y objetivos marcados.

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

Generar orgullo de pertenencia

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

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

28.1. Información adicional

La comunicación de las acciones realizadas se realiza básicamente a través de las redes sociales, se va evaluando de manera continua el impacto de dichas comunicaciones para conocer cuál ha sido la repercusión tanto en nuestro target como en clientes finales y público en general.

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.

Dentro de las posibilidades de la empresa se realizan acciones como la reutilización de papel y retirada a puntos adecuados y segmentación de residuos tanto orgánicos como inorgánicos.

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 a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

Todas las personas que se integran dentro de la empresa deben de conocer los puntos reflejados anteriormente con respecto a la reutilización del papel y el depósito de la basura en los diferentes contenedores para su reciclaje.

Economía circular

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

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

31.1. Información adicional

Se realiza reciclaje de papel y se utilizan los puntos limpios.

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 comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Como se ha comentado anteriormente y dado que estamos en una pequeña oficina, se informa a todas las personas integradas sobre el apagado de los equipos y luces antes de abandonar las instalaciones, sobre el reciclado de papel y la separación de los residuos para su correcto reciclado.

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 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad

- 4 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 5 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 6 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 7 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 8 - Capacitar a las personas de la empresa
- 9 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 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?

En esta empresa las personas son lo más importante, tras ellas vienen los clientes y trabajos realizados casi pudiendo decir que se equiparan los dos puntos.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Los horarios aunque flexibles a veces son demasiado amplios, todo depende de la carga de trabajo.

Intentado compensar esta situación cuando el trabajo es algo menor.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuáles son?

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.