

RSA - PYMES

Empresa evaluada

WANATOP PROMOCIÓN WEB, S.L.U.
CIF:B99405714
C/Ruiz Picasso nº:10, Local
50018 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Wanatop Promoción Web SLU

02 - Dirección - CP - Población

Pablo Ruiz Picasso 10, 50018, Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Marketing Digital

04 - Año comienzo actividad.

2014

05 - Número de personas empleadas

48

06 - Persona contacto

Alberto López

07 - E-mail contacto

alberto@wanatop.com

08.- Página web

wanatop.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)

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

No nos afecta directamente, solo situaciones muy macro como puede ser la pandemia nos afecta, algo que afectara al tejido empresarial a nivel nacional y global. Disponemos de un análisis PESTEL completo y actualizado para poder observar no obstante y monitorizar las tendencias globales.

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

No

2.1. Información adicional

Sería extraño que una sola empresa pudiera abarcar soluciones a situaciones de un ámbito tan grande. Se requeriría de un tejido integrador que ayudara desde un punto de vista más global.

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

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

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

3.1. Información adicional

La organización tiene 4 comités en las áreas social, ambiental, formativa, y de salud/deporte. Estos no tienen destinado un presupuesto anual pero plantean unos retos anuales los cuales ejecutan planteando acciones a lo largo del año. Forman parte fundamental de la cultura organizacional, e impactan directamente en la motivación y el clima laboral de las personas, que son el grupo de interés principal de la organización.

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

Cuando hemos tenido iniciativas se ha estudiado la inversión y se ha aportado, sin tener una previsión específica y anticipada para ello. Sobre la marcha.

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

Tenemos un ecosistema muy simple de clientes, proveedores y trabajadores, con sus necesidades y expectativas sobre lo que la empresa debería aportarles, y lo trabajamos de manera individual.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

6.1. Información adicional

Conocemos lo que requieren, y los tenemos en cuenta en nuestros planes y previsiones de mantenimiento y desarrollo de negocio.

Gestionamos los proveedores con las personas que más trabajan con ellos, y lo evaluamos de forma periódica.

Gestionamos el talento interno con encuestas periódicas y reuniones generales, además de tener el máximo de situaciones ya protocolizadas.

Gestionamos los clientes desde el departamento de gestión de clientes, incluyendo no solo la mecánica diaria, además intentamos adelantarnos a sus expectativas con comunicación informal y medición de la satisfacción.

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

Tenemos una base de conocimiento abierta, una intranet, que con cada actualización según surgen necesidades y oportunidades se actualiza y se avisa a todo el equipo por chat y se comenta en la reunión general.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

Tenemos un plan muy dinámico, y es importante que todo el mundo lo conozca, mensualmente lo comunicamos a nivel general, y de forma regular de manera informal.

La transparencia interna es una de nuestras máximas, muy necesario para generar confianza y estar alineados en nuestras acciones.

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

Tenemos mucho interés en seguir mejorando, hasta ahora es una preocupación general en la empresa, pero solo hemos abordado acciones de forma esporádica y no recurrente, tales como donaciones y patrocinios.

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

10.1. Información adicional

Cuando hemos tenido pequeños planes esporádicos, nos hemos marcado unos mínimos, tanto de dinero a aportar. Cuando lo comunicamos en nuestros canales, medimos el alcance, impacto e interacciones, principalmente en social media, que es donde nos comunicamos con nuestro público.

En este momento no sabemos qué mas medir en un plan, ya que lo hacemos con un objetivo altruista.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

11.1. Información adicional

Básicamente incentivamos a todos nuestros clientes a que dejen su opinión en Google, algo que tenemos muy en cuenta.

Paralelamente hacemos encuestas para medir el índice de calidad del servicio, lo hacemos mediante encuestas en Google Forms que mandan los responsables de los clientes, y es revisado e interpretado desde dirección. Lo hacemos una vez al año.

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

No solemos encontrar mejoras muy importantes en los años que llevamos en marcha. Todo son pequeños detalles y matices.

Si encontráramos mejoras sustanciales por parte de los clientes las aplicaríamos.

De forma muy esporádica realizamos un concurso interno de ideas de mejora por parte de los empleados. No obstante de forma recurrente pensamos mucho en el cliente, y llevamos la mejroa como algo continuo, no algo basado en mecánicas y ciclos determinados.

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

Ofrecemos un tipo de servicios que no suelen variar mucho y de los cuales no podemos salirnos, por ejemplo, con una gestión de anuncios en Facebook, nos limitamos a poder gestionar la plataforma lo mejor posible, dentro de las posibilidades.

No obstante intentamos innovar en la forma en la que ofrecemos estos servicios y cómo nos relacionamos con los clientes.

Esto lo hacemos mediante reuniones recurrentes en las que intentamos adaptarnos a las tendencias del mercado, peticiones de clientes e ideas de los empleados para poder anticiparnos a lo que demandan los clientes. Básicamente nos basamos en un porcentaje grande en las novedades tecnológicas de nuestros proveedores (Google, Facebook, Microsoft, etc...)

Posteriormente evaluamos el éxito de las innovaciones, muchas ideas van a una vía muerta, y otras llegan a transformar los servicios que ofrecemos.

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

El tipo de servicio (marketing digital) para los clientes implica que no hay un impacto directo en la cadena de producción o en la prestación del servicio. Sin embargo, se han tenido y tienen en cuenta aquellos aspectos en los que sí puede haber un impacto indirectamente, como por ejemplo, se han minimizado las reuniones presenciales con clientes en la prestación de los servicios, para reducir el transporte y el tiempo invertido en desplazamientos. Asimismo, hay una política de conciliación con flexibilidad horaria y facilidades para el teletrabajo, para poder facilitar la prestación del servicio reduciendo los desplazamientos a la oficina y mejorando la calidad de vida de las personas de la organización.

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

No es algo que sea relevante en nuestro sector y servicios que ofrecemos, pero siempre ayudamos si surge algo, por ejemplo, con una web que hayamos hecho hace tiempo, siempre vamos a ayudar si surgen problemas imprevistos.

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

Hay documentación detallada y compartida sobre como realizamos cada uno de los servicios, con sus procesos y seguimiento.

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

17.1. Información adicional

Dos veces al año medimos el clima de la empresa mediante encuestas anónimas y nombradas. es parte de la comunicación interna el hecho de comunicar temas de clima por departamentos y equipo. En 2023 hemos obtenido el distintivo "Happy Index At Work" de ChooseMyCompany que se consigue mediante un cuestionario anónimo de clima organizacional, eNPS, y se contrasta con el porcentaje de participación.

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.

Controlamos la paridad de empleados. Si bien no condicionan la contratación, ya que buscamos perfiles técnicos concretos y difíciles de encontrar y nos basamos en la valía del candidato, con una condiciones previas sea cual sea su sexo.

Periódicamente conforme evoluciona la empresa evaluamos el número de empleados y empleadas, y sus salarios medios.

Se ha establecido un plan de carrera público para las personas de la organización, con niveles salariales públicos y cuyas variables se establecen exclusivamente en función de la experiencia, formación, y desarrollo interno.

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.

Desde hace años tenemos teletrabajo opcional y sin explicaciones.

Tenemos horario intensivo de mañanas por defecto, algo extraño en nuestro sector.

Igualmente la flexibilidad horaria con los empleados es total, eligen su horario según su vida.

Las vacaciones tampoco están gestionadas, siempre que haya coordinación con su persona que le cubre.

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.

Hay un comité de formación formado por empleados que se encarga de recopilar y mover las iniciativas formativas externas de las que el equipo tiene necesidad. Igualmente tenemos un día al mes de formación interna entre compañeros.

Si hay formaciones más generalistas o transversales se promueven desde dirección.

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

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

21.1. Información adicional.

Se ha incorporado un plan de carrera que se personaliza, acompaña a cada persona en su crecimiento. El plan de carrera se ha desarrollado con un plan de formación en habilidades complementarias a las formaciones técnicas ya descritas en el anterior punto. Se realizan anualmente una edición de formación en liderazgo, y una edición de formación en habilidades de comunicación y persuasión, para facilitar el crecimiento y fortalecimiento de las habilidades. Existe un plan de autoevaluación del desempeño para que cada persona pueda evaluar, seguir, y fortalecer aquellos aspectos implicados en su plan de carrera y objetivos a cumplir. Se ha implementado un sistema de OKRs para alinear los esfuerzos hacia la visión de la organización.

Seguridad y Salud

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

Cada persona de la organización ha realizado un curso de prevención de riesgos laborales. Por la tipología de empresa no hay una relación de accidentes laborales significativo, por lo que no se realiza un seguimiento, control y mejora de este indicador.

A través del comité de salud y deporte se incentiva mediante acciones propuestas la realización de deporte moderado, y se realizan acciones en grupo de iniciación en deportes para fomentar la mejora de la salud a través de la actividad física moderada. A través del comité humano se desarrollan actividades que fortalecen la cohesión, la salud psicológica. Existe un protocolo contra el acoso sexual con unos representantes para canalizar cualquier posible problema relacionado. Se realizan de vez en cuando actividades como por ejemplo espalda sana/postura adecuada en el puesto de trabajo para todas las personas.

Se ofrece para los puestos en teletrabajo ratón ergonómico, y monitor adicional para mejorar las condiciones del puesto.

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.

En algunos casos se fomenta la compra y adquisición de productos procedentes de los clientes. Además, se van reformando diferentes zonas de las oficinas adaptando la iluminación para ser LED y reducir el consumo. En la última reforma se ha creado principalmente un graderío conformado por tableros de OSB (virutas de madera prensada de procedencia sostenible).

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.

La tipología de proveedores para la prestación de los servicios de marketing digital es fundamentalmente en el entorno local o cercano. No se tienen en cuenta de manera directa aspectos de esta índole. Si en algún caso obtenemos información relevante en materia social, medioambiental, etc sí que la podemos considerar.

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 algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Estamos comenzando en ello. Hemos planteado una guía de RSC para las personas, y se están estudiando acciones para impactar en el entorno. Se han realizado colaboraciones para plantar árboles, participar en actividades de RSC de nuestros clientes, y patrocinamos acciones sociales en eventos de nuestro entorno.

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 planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Lo poco que hacemos lo intentamos alinear con cosas que hacemos y controlamos.

Por ejemplo durante el COVID estuvimos ayudando a empresas y comercios aragoneses de mano de un plan que hicimos con el ayuntamiento.

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

Intentamos implicar al máximo equipo posible para que sientan el proyecto como suyo. Pero es muy poco lo que hemos hecho, llevamos poco tiempo en esto.

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 informa únicamente cuando se demanda

28.1. Información adicional

Hemos hecho muy poco pero lo hemos comunicado abiertamente.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el

impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

No existe una planificación para estos temas.

29.1. Información adicional.

No sabemos enfocar esta parte, al tener un negocio puramente digital.

No usamos papel, no consumimos productos como tal. Reciclamos todo lo posible, pero son todo servicios digitales. Para esto hay un comité de ecología que se encarga de recordarlo, pero no tenemos algo intenso con esto.

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.

Hemos cambiado el proveedor de energía a energía verde, y seguimos intensos con el reciclaje y la reutilización, pero no sabemos como más encararlo de forma proactiva.

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

A través del comité humano se incentivan y desarrollan acciones tales como distintos puntos para depositar residuos separados para poder reciclar, infrautilización de la impresión de documentos (actualmente los equipos de trabajo desarrollan su actividad y presentan los informes en formato digital a los clientes; en los procesos de contratación también se ha pasado a utilizar la firma digital de documentos y envío por email para reducir la impresión de documentación). También se llevan a cabo acciones formativas de sensibilización y conocimiento de la economía circular e importancia del reciclado a través de este comité.

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?

No de una manera formal

32.1. Información adicional

No estamos abarcando este ámbito, no hay actuaciones relevantes que comunicar.

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

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

6

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Tenemos presupuesto y le damos importancia a estos temas, aunque no sabemos como enfocarlo, y tendríamos que sacar tiempo. Vamos a lanzar una votación abierta para promover ideas de cómo enfocar nuestro plan de RSC entre todas las personas de la organización.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

La parte de planificación de este tipo de acciones. No hay un plan actualmente desarrollado.

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 3. Salud y bienestar.

- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 13. Acción por el clima.