

RSA - PYMES

Empresa evaluada

Hugo LANDA TURMO - CIERZO

COMUNICACIÓN

CIF:18172432V

C/ Mariano Esquillor Gómez

50018 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Cierzo Comunicación

02 - Dirección - CP - Población

Edificio CEMINEM SPINUP s/n, C. de Mariano Esquillor Gómez, 50018 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Comunicación, Marketing online y Desarrollo web

04 - Año comienzo actividad.

2019

05 - Número de personas empleadas

1

06 - Persona contacto

Hugo Landa

07 - E-mail contacto

hola@cierzocomunicacion.com

08.- Página web

<https://cierzocomunicacion.com/>

GENERAL

Tendencias Globales

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

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

- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Creo que son temas importantes y que tienen que ser tenidos en cuenta. En nuestro caso particular, la oficina la tenemos dentro de Zaragoza Activa, un edificio que pertenece al Ayuntamiento, y el propio Ayuntamiento es cliente nuestro y formamos parte de la Junta Gestora de La Colaboradora, una red de emprendedores gestionado por el Ayuntamiento de Zaragoza. También tenemos contratos con otras administraciones públicas y nos influye mucho la política, pero también los cambios en la economía o sociales. Nuestro objetivo es ayudar a otras empresas a llevar sus proyectos adelante, por lo que creemos importante ser flexibles y adaptarnos a las situaciones de cambio para dar un mejor servicio y estar en constante actualización.

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

Si

2.1. Información adicional

Creo que como empresarios es importante tener los pies en la realidad y conocer la sociedad y el mundo que nos rodea. Adaptarse, ser flexible y estar informado. Creo que en esta situación puede encajar el dicho "Piensa globalmente, actúa localmente" ya que todos podemos aportar nuestro granito de arena y con nuestro trabajo hacer un mundo un poco mejor.

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?

Sin respuesta

3.1. Información adicional

Sin respuesta

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

4.1. Información adicional

En nuestro caso no se refiere a presupuesto económico si no a trabajo voluntario en beneficio a asociaciones sin ánimo de lucro y ONGs a las que asesoramos, diseñamos campañas de publicidad o desarrollamos páginas web de manera altruista.

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.

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

5.1. Información adicional

Creemos en la importancia del feedback y el networking no sólo con clientes si no también con empleados, colaboradores, distribuidores, instituciones... por lo que intentamos estar en constante comunicación con los stakeholders con los que nos relacionamos ya que creemos que una buena comunicación fluida nos beneficia a todos, aunque exceptuando el caso de los clientes, es verdad que no lo hacemos de una manera estructurada.

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

A todos los clientes les pasamos un enlace en el que pueden valorar nuestro trabajo y comentar su experiencia con nosotros (a través de Trustpilot y Google My Business)
Respecto al diálogo interno todas las semanas nos reunimos para pensar todo lo que se podría mejorar.
Dentro de la red de empresarios en la que estamos, La Colaboradora, también hacemos una reunión semanal con todos los miembros que quieran asistir y una reunión al mes de la Junta Gestora

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

Al ser una organización pequeña, hasta el momento no hemos visto la necesidad de crear un documento para establecer la forma de trabajar, aunque creemos que puede ser útil en el futuro y a medida que la empresa crezca.

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

Al igual que en la anterior pregunta, al ser una empresa pequeña no se han establecido protocolos formales, pero lo tendremos en cuenta conforme vaya creciendo la empresa y

se pueda incorporar más gente.

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

La responsabilidad social está implícita en nuestra manera de trabajar y en nuestra filosofía empresarial, aunque de momento lo hemos hecho de manera natural e informal, probablemente el siguiente paso sea desarrollar un plan de RSC de manera más formal y que nos sirva de guía para futuras acciones.

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

Aunque conocemos nuestros objetivos y trabajamos para conseguirlos, probablemente se puedan concretar de una manera más clara y realizar un protocolo con unos pasos a seguir más claros y concisos.

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

Solicitamos feedback a través de encuestas a todos nuestros clientes y les pedimos que sean totalmente sinceros, ya que puede que hagamos cosas mal o que se pueden mejorar y nosotros no somos conscientes, por lo que sus críticas nos pueden ayudar a mejorar.

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

Siempre estamos en actualización y mejora constante. Cuando hay una mejora que consideramos importante, lo comunicamos a nuestros clientes a través de newsletters y por redes sociales. Si esa mejora afecta de manera considerable a un cliente, se lo comunicamos personalmente.

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

El marketing online y desarrollo web son tecnologías que cambian rápidamente y hay que estar muy actualizado y atentos a las noticias y tendencias del mercado. Dedicamos una parte de nuestra jornada laboral a la formación y a la innovación, tenemos nuestros propios proyectos con los que podemos "experimentar" e innovar.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

Sin respuesta

14.1. Información adicional

Sin respuesta

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

En todos los casos y aunque el contrato con el cliente haya terminado, le ofrecemos un email y un teléfono de soporte para que contacte con nosotros para cualquier duda o incidencia relacionada con el servicio que le hemos realizado y nos comprometemos a darle respuesta en 48 horas (en días laborables).

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

De algunos productos se proporciona información sobre sus características

16.1. Información adicional

Se le da toda la información básica y que sea útil, es decir, información de valor para el cliente. Por supuesto, si el cliente quiere más información se la damos de manera detallada y transparente. Intentamos que la información sea suficiente, útil y relevante, pero que tampoco sea abrumadora, ya que creemos que puede confundir y, en definitiva, ser contraproducente.

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

Hacemos una reunión semanal con el objetivo de saber cómo se puede mejorar.

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.

Recientemente, para la solicitud de una persona para un puesto de prácticas, hemos puesto en marcha una manera de hacer una preselección que es sencilla pero creemos que encaja muy bien con los principios de no discriminación y la igualdad de oportunidades. Consiste en que en el currículum que nos tienen que enviar no tiene que aparecer foto, edad, nacionalidad ni género, para que así solo se valore la capacidad y la experiencia.

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.

Por suerte, en nuestra área de trabajo más del 90% se puede realizar de forma telemática, así que damos libertad total de horarios, flexibilidad para realizar el trabajo de forma presencial, semipresencial o a través de teletrabajo y con los horarios que a cada uno le vengán mejorar para la corresponsabilidad familiar.

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.

Estamos inscritos en una plataforma de formación y que se actualiza semanalmente sobre cursos relacionados con nuestra área de trabajo. Si una persona necesita una formación

más específica o sobre aspectos que no están relacionados directamente con el trabajo que desempeña se busca conjuntamente la manera de que se pueda formar en ese área.

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

Sin respuesta

21.1. Información adicional.

Sin respuesta

Seguridad y Salud

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

Sin respuesta

22.1. Información adicional.

Sin respuesta

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Sin respuesta

23.1. Información adicional.

Sin respuesta

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Sin respuesta

24.1. Información adicional.

Sin respuesta

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?

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

25.1. Información adicional.

Por una parte, se realizan labores en nuestro campo de trabajo, de forma altruista y periódicamente, para ONGs y asociaciones sin ánimo de lucro que realicen una labor acorde con principios universales de igualdad, respeto y tolerancia.

Por otra parte, tenemos un proyecto con famosos e influencers, en el que una parte de lo recaudado va destinado a diferentes ONGs con las que tenemos firmado un convenio.

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.

Nuestra filosofía empresarial, visión y misión, están alineados con estos proyectos y son una parte importante de nuestra estrategia de negocio.

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

Se comparten dentro de la empresa, no se suelen hacer públicas de cara al exterior ya que podría perder la esencia del altruismo si lo usamos para mejorar nuestra imagen o reputación, aunque hay ocasiones en los que sí se comunica si nos parece que el mensaje es importante y hay que difundirlo.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

28.1. Información adicional

Tenemos un proyecto para hacer seguimiento a las donaciones a ONGs con las que tenemos convenio a través del proyecto que tenemos con famosos e influencers, pero todavía no se ha llevado a cabo por la dificultad y el trabajo que implica, aunque está en nuestros planes.

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.

Intentamos en la medida de lo posible ser respetuosos con el medio ambiente, en nuestro caso lo hacemos a través de la digitalización, no usamos prácticamente nada de papel y en la oficina intentamos no utilizar monodosis no reutilizables ni plásticos desechables de un solo uso y no biodegradables.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

30.1. Información adicional.

En el footer de los emails y en los presupuestos incidimos en que si no hace falta, no es necesario imprimir y gastar papel y tinta, y la importancia de cuidar el medioambiente. Es un pequeño grano de arena pero dentro de nuestras posibilidades creemos que es algo que genera conciencia y responsabilidad social

Economía circular

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

Sin respuesta

31.1. Información adicional

Sin respuesta

Comunicación ambiental

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

Se comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

Tal como he comentado anteriormente, lo comunicamos en los emails y los presupuestos online con intención de ir creando conciencia

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

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Creo que nuestro punto fuerte es que de manera natural nuestra empresa está muy alineada con los objetivos de RSC y llevamos a cabo acciones en esa dirección, aunque sea de una forma informal.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Creo que sobre todo hay que mejorar en planificar las estrategias, establecer protocolos y planes concretos, para formalizar las acciones y tener claros los objetivos.

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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.

- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.