

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**VERTIGO CONECTANDO SL**

CIF:B05431903

Avenida Tenor Fleta, 8, 7a

50007 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Vértigo Conectando, SL

#### 02 - Dirección - CP - Población

Calle Félix Latassa, 26, 3ºC

50006

Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Comunicación, marketing, publicidad

#### 04 - Año comienzo actividad.

2021

#### 05 - Número de personas empleadas

0 personas empleadas como trabajadoras

2 socios autónomos, también trabajando

#### 06 - Persona contacto

María Vidosá Raimundo

#### 07 - E-mail contacto

[conectamos@vertigoconectando.es](mailto:conectamos@vertigoconectando.es)

#### 08.- Página web

[www.vertigoconectando.es](http://www.vertigoconectando.es)

### 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)**

### **1.1 Información adicional**

Las personas que formamos Vértigo Conectando somos muy conscientes de la importancia de mantener presentes valores éticos y sociales en todos los ámbitos de actuación.

La mayoría de nuestros clientes comparten esta misma visión. En cuanto a nuestros proveedores y colaboradores, tratamos en la medida de lo posible que sean afines a nuestra forma de pensar y actuar.

Algunas actividades que desarrollamos están intrínsecamente vinculadas al ámbito social, medioambiental, tecnológico, político y económico, como por ejemplo charlas de sensibilización y concienciación medioambiental o de igualdad y diversidad, gestión de redes sociales y comunicación online, desarrollo de eventos socio-culturales y de dinamización del medio rural o para colectivos desfavorecidos o en riesgo de exclusión social, colaboraciones con entidades públicas (ayuntamientos y comarcas) para la prestación de servicios para la población, etc.

En todo ello, sea cual sea el cliente o la actividad, el precio ha de ser justo, acorde a la prestación que se ofrece y los recursos que se destinan a ella.

Actualmente no tenemos ninguna persona contratada, aunque en determinadas temporadas (especialmente en verano) se contrata a una o dos personas para servicios puntuales. En la contratación de otras personas siempre tenemos en cuenta la promoción de personas jóvenes, personas con necesidad de obtener experiencia profesional o personas en situación de especial necesidad.

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

### **2.1. Información adicional**

Todos podemos aportar con nuestro compromiso y nuestra forma de actuar.

Para nosotros, lo importante es contribuir y defender aquello que consideramos importante para la sociedad, sin permitir que en nuestro entorno (laboral y personal) haya personas que no compartan aquellos valores que consideramos esenciales.

## **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?**

#### **3.1. Información adicional**

Los retos económicos, sociales y ambientales están presentes en nuestra empresa, en nuestro entorno y en nuestra vida. No integrarlos adecuadamente en la estrategia de la empresa comprometería su continuidad.

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

##### **4.1. Información adicional**

Existe un presupuesto que se destina a colaborar de forma voluntaria con diversas entidades sin ánimo de lucro (en el ámbito de la igualdad y la diversidad) y con acciones sociales desarrolladas por parte de entidades públicas.

Los resultados de dichas colaboraciones se analizan para decidir sobre la continuidad de la colaboración.

#### **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.**

##### **5.1. Información adicional**

Además de tener identificados a nuestros grupos de interés, se actualiza continuamente la información disponible sobre ellos y se trabaja en la comunicación específica con cada uno de los grupos.

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

##### **6.1. Información adicional**

A través de la comunicación continua y específica con cada uno de los grupos de interés, se determinan sus necesidades y expectativas. La integración de éstas en nuestra actividad es condición indispensable para mantener a nuestros grupos de interés como aliados en el desarrollo de nuestro negocio y en la consecución de nuestros objetivos.

#### **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?**

##### **7.1. Información adicional**

Nuestro documento de código de conducta presenta las pautas esenciales a considerar en el desarrollo del trabajo, especialmente en lo relativo a interactuar con otras personas y a la gestión de recursos y residuos.

También informa de los recursos existentes en la empresa para la gestión de posibles cuestiones que no están expresamente incorporadas en el documento.

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

### **8.1. Información adicional**

Continuamente difundimos y explicamos los valores que nos impulsan y la cultura de nuestra organización en la comunicación corporativa que realizamos en distintos medios y canales (página web, redes sociales, dossiers de presentación, documentación comercial, etc.),

Además de esta comunicación abierta al público general, también se informa de nuestros valores a los distintos grupos de interés, especialmente a los trabajadores, clientes y proveedores (por la cercanía y la relación continua).

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

#### **9.1. Información adicional**

Hasta ahora se habían realizado diferentes acciones en materia de Responsabilidad Social, de forma espontánea y sin un plan integrador.

En estos momentos disponemos de un Plan de Responsabilidad Social, que se revisa continuamente y se actualiza de forma periódica.

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

#### **10.1. Información adicional**

Al ser un Plan de Responsabilidad Social de muy reciente creación e implantación en la empresa, se han establecido objetivos e indicadores a nivel general. Uno de los objetivos de las sucesivas revisiones y actualizaciones es el incluir en el Plan objetivos más concretos e indicadores específicos para cada uno de ellos.

Por el momento, no consideramos incluir en el Plan de RS cuestiones derivadas del plan de negocio o competencia, ya que la empresa se constituyó en 2021 y todavía está en fase de rápido crecimiento y constante evolución.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

##### **11.1. Información adicional**

No disponemos de una metodología específica para conocer la satisfacción de nuestros clientes. El servicio que prestamos es muy diferente entre distintos clientes (en la mayoría de los casos se trata de servicios de comunicación diseñados a la medida de necesidades

concretas y muy específicas), por lo que la sistematización de esta cuestión es realmente difícil.

Utilizamos encuestas con los clientes habituales para los que trabajamos de forma continua y con clientes más esporádicos con los que realizamos trabajos más puntuales pero de mayor envergadura.

Por el tipo de actividad que realizamos, tenemos un trato directo con todos nuestros clientes, a los que conocemos y con los que nos relacionamos por diferentes vías y sobre todo en persona. Por eso, muchos de ellos nos transmiten su opinión de forma libre y espontánea, que registramos para incorporarla junto con las de otros clientes y las derivadas de las encuestas.

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

### **12.1. Información adicional**

Las mejoras se identifican a través de las opiniones de clientes, proveedores, colaboradores, trabajadores, etc. pero también a través de la autoevaluación que realizamos periódicamente sobre nuestra actividad y de forma ocasional sobre la prestaciones de servicios más especiales (diseñados a la medida).

Su implantación en los procesos de la organización nos permite evolucionar y mantener alto el nivel de satisfacción de nuestros clientes y del resto de los grupos de interés.

## **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?**

#### **13.1. Información adicional**

La diversidad de los servicios prestados y la oferta de servicios diseñados y desarrollados a la medida de necesidades especiales de los clientes dificultan la sistematización del proceso de investigación. Sin embargo, disponemos de diferentes recursos para la identificación de oportunidades que puedan traducirse en nuevos servicios o en servicios mejorados. La mayor parte de la investigación en materia de innovación de nuestros servicios se realiza de forma espontánea atendiendo a necesidades puntuales.

## **Calidad de los productos y servicios**

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

#### **14.1. Información adicional**

Los aspectos sociales y ambientales están incorporados en el proceso de prestación de servicio y se analizan de forma periódica para garantizar un buen resultado en la gestión de la actividad.

No existe un proceso normalizado, aunque se informa a clientes, proveedores y trabajadores sobre las medidas medioambientales y sociales que se han integrado en los procesos de producción y prestación de servicios de la empresa.

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

**15.1. Información adicional**

No existe un servicio post-venta por las características propias del servicio que prestamos. Sí que se atienden posibles incidencias en un periodo de tiempo muy corto después de la prestación del servicio.

**Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

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

**16.1. Información adicional**

Se ofrece información completa de todos los servicios proporcionados, ya que es la única manera de poner en valor las características propias del servicio y su diferenciación con respecto a servicios similares disponibles en el mercado.

Además, las cuestiones ambientales y sociales son de vital importancia para nosotros y para nuestros clientes, por lo que siempre se informa de todas aquellas cuestiones contempladas en los servicios concretos.

**PERSONAS EMPLEADAS**

**Satisfacción de las personas empleadas**

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

**17.1. Información adicional**

Se emplean entrevistas personales y encuestas para conocer la satisfacción de las personas empleadas. Además, tenemos un trato directo y estrecho con todas ellas, por lo que su opinión surge de forma espontánea en muchas ocasiones.

El mejor indicador de la satisfacción de las personas empleadas (actuales y pasadas) es su continua disposición a trabajar para nuestra empresa siempre que sea preciso contratar personal.

**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)?**

### **18.1. Información adicional.**

No se han desarrollado actividades en materia de igualdad de oportunidades y no discriminación, ni se dispone de planes específicos en esta materia, porque no existe ningún departamento responsable de la selección y contratación del personal, ni de la supervisión del personal contratado; son responsabilidades del equipo directivo formado por los dos socios de la empresa. Ya que el equipo directivo contempla la igualdad de oportunidades y la no discriminación (en todos los ámbitos) como principios básicos en el desarrollo del negocio, todas las contrataciones se realizan de forma consensuada y conforme a estos principios.

A corto plazo, está prevista la formalización del compromiso con la Carta de Diversidad.

## **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?**

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

No solo existen medidas específicas para garantizar la conciliación y la corresponsabilidad, sino que nuestra empresa ha desarrollado servicios de comunicación concretos para el diseño y la implementación de Planes de Conciliación y Corresponsabilidad, así como su difusión y desarrollo, tanto para empresas privadas como para entidades públicas (Instituto Aragonés de la Mujer y varias comarcas y ayuntamientos).

## **Formación y desarrollo profesional**

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

#### **20.1. Información adicional.**

No existe un plan específico en materia de formación de las personas empleadas, ya que actualmente no hay ninguna persona empleada y las contrataciones que se realizan son para servicios concretos de corta duración.

En el caso de personas empleadas de forma discontinua, sí que se les imparte un curso de formación específico de la actividad a desarrollar, al inicio de su contratación, y durante la duración de la relación laboral se les ofrece la posibilidad de ampliar y/o actualizar la formación si lo consideran necesario.

El equipo directivo decide sobre sus propias formaciones según sus necesidades y las oportunidades disponibles.

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

#### **21.1. Información adicional.**

No se trabaja el desarrollo de competencias personales. El personal contratado no ha

mostrado interés al respecto y no se ha detectado necesidad alguna.  
Es una cuestión que se deberá abordar si se amplía la plantilla.

## **Seguridad y Salud**

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

#### **22.1. Información adicional.**

Aparte de la evaluación y prevención de riesgos, no se aplica un mayor detalle en cuestión de seguridad y salud, dado el reducido tamaño de la plantilla.

En cualquier caso, en el desarrollo del trabajo, se considera que los trabajadores deben descansar y realizar sus actividades laborales con las condiciones necesarias para que sean saludables a nivel tanto físico como mental.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

##### **23.1. Información adicional.**

Se consideran cuestiones ambientales y sociales en la adquisición de todos los productos, que es responsabilidad exclusiva del equipo directivo.

Además, cuando esos productos se van a aplicar en concreto a la prestación de un servicio, se informa al cliente de los criterios aplicados en la compra de los productos.

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

##### **24.1. Información adicional.**

En la selección de proveedores, aplicamos los mismos criterios que deseamos para nosotros mismos, valorando su responsabilidad social en conjunto.

Además, siempre que es posible, contratamos con proveedores de cercanía y tratamos de favorecer a autónomos y pymes.

## **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?**

### **25.1. Información adicional.**

Se realizan colaboraciones en varios proyectos afines a la cultura de la empresa, de forma planificada y con evaluación de resultados de dichas colaboraciones con el objetivo de decidir sobre la continuidad de la colaboración.

No existe un plan en materia de colaboraciones porque aún no se ha desarrollado. Llegado el momento, se elaborará dicho plan, contemplando los resultados obtenidos de las evaluaciones de las colaboraciones realizadas.

## **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?**

### **26.1. Información adicional.**

Los proyectos con los que se colabora están relacionados con el negocio de la empresa, ya que la propia empresa desarrolla actividades de índole social en materia de igualdad, diversidad, medioambiente, etc.

## **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?**

### **27.1. Información adicional**

La comunicación de las colaboraciones que se realizan desde la empresa se dirige a todos los grupos de interés de la misma manera que se comunica ampliamente la cultura de la empresa y sus valores, a través de medios online (página web y redes sociales) y en material corporativo y comercial.

El objetivo es contribuir en la medida de nuestras posibilidades y comunicarlo de forma transparente es la manera de poner en valor nuestra cultura y nuestro compromiso social.

## **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?**

### **28.1. Información adicional**

La actividad principal de la empresa es la comunicación, por lo que disponemos de nuestro propio plan de comunicación, también aplicable a las acciones desarrolladas en materia social. Realizamos un riguroso seguimiento y evaluación de impactos en medios de comunicación y redes sociales, al igual que lo hacemos para nuestros clientes y con

cualquier servicio de comunicación que desarrollamos.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

**29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

#### **29.1. Información adicional.**

Existe una evaluación ambiental completa que recoge los impactos ambientales de la actividad de la empresa y las medidas necesarias para su reducción y/o compensación.

Al ser una actividad de prestación de servicios (no de producción de servicios), los residuos generados son considerados equivalentes a los domésticos, por lo que la gestión de los residuos es sencilla, al igual que la reducción en el consumo de recursos naturales.

### **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?**

#### **30.1. Información adicional.**

El aspecto ambiental es el menos desarrollado en nuestro recién estrenado Plan de RS, por lo que no disponemos de un plan de acciones específico y no se hace comunicación pública en materia ambiental. Un ámbito a desarrollar en futuras revisiones de nuestro plan...

### **Economía circular**

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

#### **31.1. Información adicional**

El compromiso de la empresa con la economía circular se plasma en todas sus actividades y se informa al cliente cuando la prestación de un servicio incluye productos o materiales reutilizados.

### **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?**

#### **32.1. Información adicional**

Las acciones desarrolladas en materia ambiental se comunican sólo a los grupos de interés implicados, como los clientes (si la prestación de servicios para ellos incluye materiales reciclados o reutilizados, por ejemplo) y los trabajadores (para que conozcan los compromisos medioambientales de la empresa y desarrollen su trabajo de forma coherente con ellos).

## **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)**

-

### **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?**

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

**35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Principios sólidos que guían nuestra actividad y nuestra voluntad de contribuir en todos los ámbitos posibles

**36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

La sistematización de las acciones de responsabilidad social que desarrollamos, para facilitar su comunicación, seguimiento y evaluación

### **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

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

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

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