

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**CERQANA - QBITERA SOFTWARE, S.L.**

CIF:B99447997

C/Ana Isabel Herrero nº:6

50008 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

QBITERA SOFTWARE SL

#### 02 - Dirección - CP - Población

C/ Ana Isabel Herrero 6 2º, 50008, Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Desarrollo informático

#### 04 - Año comienzo actividad.

2015

#### 05 - Número de personas empleadas

4

#### 06 - Persona contacto

Alfonso Escriche Martínez

+34 610 601 582

[alfonso@cerqana.com](mailto:alfonso@cerqana.com)

#### 07 - E-mail contacto

[contacto@cerqana.com](mailto:contacto@cerqana.com)

#### 08.- Página web

<https://cerqana.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**

El objetivo principal de CerQana es luchar contra la exclusión tecnológica que sufren personas mayores o discapacitadas, y en favor de su inclusión e igualdad.

Respecto a cómo nos afectan las tendencias políticas, cambios en la gestión de los servicios sociales, medidas políticas tomadas en favor de las personas con discapacidad o mayores, etc.; tienen un impacto directo en CerQana que puede apoyar o menoscavar nuestra labor.

En cuanto a políticas internas, dentro de nuestra posibilidad la empresa crea empleo de calidad y teniendo en cuenta la igualdad de género, si no teniendo el mismo número de mujeres que de hombres al ser solo 3 personas en la empresa (1 mujer y 2 hombres), sí ofreciendo siempre las mismas oportunidades de contratación.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Aunque de forma individual una startup como CerQana tiene muy poco, por no decir nulo, peso en las cuestiones anteriores, la implementación de políticas que atiendan estas cuestiones en nuestras pequeñas empresas supone un pequeño grano de arena que suma en el conjunto, así como un paso en el cambio de mentalidad general de la sociedad.

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

### **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**

El objetivo y razón de ser de CerQana es luchar en favor de varios de estos retos.

En cualquier caso, CerQana contempla además colaborar con donaciones a determinadas entidades sociales (abierto a colaborar con otras) mediante una campaña de afiliación <https://cerqana.com/colabora.php>

## **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**

La gestión de las relaciones con inversores, partners y proveedores está gestionada por una persona, y la relación con clientes, público y comunicación por otra persona.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

#### **6.1. Información adicional**

La empresa se crea en base a esta necesidad detectada. Es decir, CerQana surge porque un futuro cliente identifica su necesidad y trabaja con nosotros en el proceso de creación de lo que es hoy CerQana. A partir de ese momento hemos buscado colaborar con distintas entidades sociales a las que pertenecen nuestro cliente para que nos ayuden a detectar y concretar las necesidades y cómo CerQana puede cubrirlas.

Parte de este proceso incluye reuniones informales con stakeholders, y otra parte encuestas formales a usuarios y la obtención directamente de métricas que son analizadas para validar si CerQana está cubriendo de forma positiva o no una necesidad.

## **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**

Al tratarse de una empresa pequeña el código de conducta está muy influenciado por la cultura de la empresa. Se establecen una serie de pautas, principalmente relativas a la comunicación, indicando cómo y a través de qué canales se deben darse. Por otro lado, al ser todavía pocos trabajadores, aun podemos garantizar individualmente que quienes formamos parte de CerQana compartimos los mismos valores.

### **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**

Al tratarnos de una empresa pequeña la cultura es clave, y los objetivos de la misma deben ser entendidos y compartidos por todos los compañeros y colaboradores externos. La alineación con nuestra ética y objetivos es filtro a la hora de elegir colaboradores.

## **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**

Se realizan actividades de responsabilidad social, como la participación y organización de acciones de concienciación con distintos partners públicos y privados en el Día Internacional del Autismo. Pero no existe un plan específico para ello, todas las acciones realizadas se consideran clave para la empresa y alineadas con nuestro objetivo último, por lo que se encuentran dentro de nuestro plan de actuación, no de un plan específico de rsc

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

#### **10.1. Información adicional**

Los objetivos planteados son medidos a través de los KPI de impacto social que utiliza la empresa en sus métricas

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

##### **11.1. Información adicional**

De forma formal se obtiene información sobre la satisfacción de los clientes a través de una encuesta que se envía a los 15 días de haber comenzado a utilizar CerQana y después de forma periódica para validar que CerQana cumple sus expectativas y pedir feedback sobre posibles mejoras u otras funcionalidades nuevas que cubran otras necesidades.

De forma informal, se obtiene información a través de entrevistas a players clave, como terapeutas o presidentas de entidades que colaboran con nosotros, y familias; o en ocasiones son los mismos clientes los que envían su feedback de manera voluntaria sugiriendo mejoras o cambios

#### **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 saber si son exitosas

##### **12.1. Información adicional**

Las mejoras o nuevas necesidades detectadas a través de encuestas u otros medios se

incorporan a las encuestas de satisfacción una vez implementadas para validar su eficacia y utilidad.

Además, a través de las métricas de uso obtenidas en tiempo real se valida cuantitativamente la eficacia de las funcionalidades.

## **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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

#### **13.1. Información adicional**

La innovación es la clave del éxito o fracaso de CerQana, como de cualquier startup. Por ello en la fase inicial se realizó un estudio partiendo de las necesidades que nos habían comunicado, para determinar qué soluciones había en el mercado, y cómo podían mejorarse.

Más adelante se llevó a cabo un estudio formal y la creación de un plan de innovación y crecimiento realizado por Bain & Company, al ser CerQana seleccionado como un caso de estudio pro-bono por la consultora. Actualmente se continúan siguiendo sus pautas para mantener la ventaja competitiva a través de la innovación, midiendo cada nueva innovación para evaluar su éxito o fracaso, y ayudando a determinar la ruta de desarrollo a seguir.

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

### **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**

Cada familia usuaria tiene asignada una persona de contacto en caso de necesitar cualquier asistencia. Toda modificación de la plataforma es anunciada por distintos canales y en distintos tiempos según su importancia: newsletter si es una mejora o una nueva funcionalidad, email personal en caso de cambio que afecta de manera importante al uso de CerQana, o se contacta de forma personal por teléfono (si está disponible la opción y se ha consentido) en caso de emergencia

## **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**

Como parte de nuestro plan de marketing se publicita toda la información completa de

CerQana por distintos medios y se comparten tutoriales y explicaciones concretas de cada funcionalidad o recomendaciones de uso a través de artículos en el blog, experiencias, etc.

## **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**

Somos 3 trabajadores y un colaborador en contacto constantemente. No hay necesidad de implantar ningún mecanismo formal para conocer nuestra satisfacción todavía. Por otro lado, hay total libertad para expresarla, se comunica tanto las situaciones positivas que merecen felicitarnos como las negativas para que podamos conocerlas y solucionarlas

### **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 startup pequeña no hay un plan específico de igualdad de oportunidad y no discriminación. Sin embargo dentro de nuestras posibilidades siempre hay igualdad de oportunidad, al ser solo 3 personas fijas no hay realmente puestos vacantes para los que pueda haber igualdad de oportunidades de promoción, pero sí hay igualdad cuando surge alguna oportunidad, como por ejemplo, de realizar un viaje para acudir a un evento.

### **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.**

Hasta la fecha no ha sido necesario un plan de conciliación específico, al no haber ningún trabajador con hijos o necesidad especial de conciliación.

Sin embargo siempre hemos apostado por un horario totalmente flexible. CerQana se estructura por objetivos, no por horarios, de forma que hay total disponibilidad para la conciliación cuando ha sido necesario por motivos personales siempre y cuando se notifique con antelación para poder organizarnos.

## **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.**

Cuando ha sido necesario formarse en algún área concreta para la realización de alguna actividad, hemos sido nosotros mismos quienes hemos detectado la necesidad de formación. A la inversa, cuando por la estrategia de desarrollo a seguir hemos detectado que era necesario formar a uno de nosotros en una determinada área, hemos buscado los recursos para hacerlo.

## **Seguridad y Salud**

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

## **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.**

Se colabora en acciones sociales dentro del plan de acción y difusión de CerQana, pues siguen los mismos objetivos que nuestra empresa.

## **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, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

### **26.1. Información adicional.**

Todas las acciones y planes desarrolladas son planificadas y medidas tras su ejecución para valorar los resultados. Como estas acciones son el centro de nuestro negocio, no se plantean como proyectos adyacentes, sino que son el centro de nuestra estrategia de crecimiento y comercialización

## **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**

La comunicación de la labor social de CerQana es la base de nuestro plan de comunicación, por lo que esta es compartida, medida y estudiada detalladamente. A nivel interno la comunicación de los éxitos e impactos sociales conseguidos es totalmente transparente, y celebrada

## **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 base de nuestro plan de comunicación y marketing es la comunicación de la labor social de CerQana

## **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 se realiza ninguna actividad que tenga un impacto medioambiental significativo, por lo que no hay un plan específico. Sí que se tiene en cuenta en la pequeña medida en que las actividades cotidianas puedan impactar, gestión responsable del consumo energético, reciclaje de materiales de oficina e informáticos, proveedores como por ejemplo imprenta responsables, etc.

## 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.

Dado que la actividad de la empresa no tiene de forma directa ningún impacto medioambiental, positivo o negativo, no es una estrategia central. A nivel interno se reduce al mínimo de consumo de papel, utilizando firmas electrónicas por ejemplo, imprimiendo solo en caso de expresa necesidad,

Se valora que los proveedores sean responsables socialmente (imprensa, servidores, material informático o la oficina)

## Economía circular

## 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

Solo se comunica a los empleados, principalmente las guías de buenas prácticas a realizar

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

## 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?**

El propio objetivo empresarial de CerQana es una labor de impacto social

Al ser un equipo pequeño tenemos mucho control sobre las políticas internas y la transparencia, podemos garantizar que todos tenemos los mismos valores y objetivos; y podemos darle importancia capital a las personas de nuestro entorno que son a la vez nuestros clientes y quienes se benefician de la labor social, tenemos amplio margen de maniobra y libertad para adaptar nuestra labor a sus necesidades reales en cada momento.

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

Al ser un equipo pequeño no tenemos capacidad para realizar grandes acciones de RSC o comunicar a gran escala nuestras acciones. Solo podemos limitarnos a pequeñas acciones previamente estudiadas y seleccionadas en función de cuál es la que mayor impacto va a conseguir.

**Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**