Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

Alberto CASAMIÁN GUERRERO - APPACTIVA
CIF:254******
50171 - La Puebla de Alfindén

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

AppActiva

03 - Sector. Actividad

Marketing Online, Sistemas Audiovisuales, Sistemas de Telecomunicaciones e Informáticos,

04 - Año comienzo actividad.

Marzo de 2017

05 - Persona de contacto

Alberto Casamián Guerrero

07.- Página web

https://appactiva.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, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1. Información adicional.

Principalmente creemos que se ve afectado en la parte tecnológica ya que al vender servicios de este tipo debemos estar a la vanguardia. Al ser una empresa de reciente

creación desde el principio tratamos de utilizar herramientas de uso online y nos planteamos mantener la empresa al 100% en la nube con el fin de poder tener acceso desde cualquier lugar en cualquier dispositivo.

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

3 - ¿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.

3.1. Información adicional.

Sin una valoración económica, hemos desarrollado para un Club Ciclista una Aplicación Móvil con el fin de mantener informados a los miembros del club, al ser una APP pública también se da publicidad al club en internet. A cambio el club nos hace publicidad de nuestra marca en la equipación

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4 - Tiene identificados 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.

Sabemos que existen, pero no los tenemos identificados específicamente

4.1. Comentarios

No existe una estrategia de diálogo con los distintos grupos de interés.

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

No tenemos identificados los grupos de interés, por tanto, tampoco sus necesidades y/o expectativas.

5.1. Comentarios

Es una de las tareas pendiente a medio plazo.

Gobierno

6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o código de conducta?

Se tienen en cuenta normas y códigos de referencia en el sector

6.1. Comentarios

Tratamos de mantenernos informados respecto a los protocolos de actuación en nuestro sector y actualmente estamos documentando el plan de actuación en cuanto a nuestra oferta de servicios de marketing online. En dicho documento estamos incorporando cada uno de los procesos de trabajo a realizar desde la presentación de la oferta del servicio correspondiente hasta la entrega del trabajo al cliente, incluyendo un listado de los productos de proveedores externos que se deben contratar en dicho servicio.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estoy actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

7.1. - Comentarios

Patrocinamos un Club Ciclista por segundo año consecutivo ofreciendoles de forma gratuita una APP con información puntual de todos y cada uno de los actos que se vienen desarrollando. El club da publicidad de nuestra marca a través de varios formatos.
También ofrecemos colaboración a través de compra de publicidad en programas de fiestas tanto para el Ayuntamiento de La Puebla de Alfindén como para el Ayuntamiento de Villamayor de Gállego.

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

No existe Plan de RS, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

8.1. - Comentarios

No se han establecido todavía objetivos ni métodos de medición de resultados ya que se le ha dado más valor a la colaboración que al posible beneficio.

CLIENTES

Satisfacción de Clientes.

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

9.1. - Comentarios.

Una vez entregado el producto o servicio, realizamos un seguimiento telefónico informal con el fin de conocer si existen nuevas necesidades de atención personalizada.

Calidad del servicio y Transparencia informativa.

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información de las características del producto o servicio.

11.1.- Información adicional

A la entrega del proyecto, se adjunta la documentación necesaria y se incluye la formación correspondiente para el manejo de los equipos o software necesario.

PERSONAS EMPLEADAS

Seguridad y salud.

12 - ¿Tiene implantados en su negocio mecanismos de salud y seguridad laboral?

Se ha realizado la evaluación de riesgos y se gestiona de forma autónoma las obligaciones en prevención de riesgos

12.1.- Información adicional

Se ha realizado una evaluación de riesgos relacionada con la actividad con la herramienta de la seguridad social autopreven-t desde la que a partir de los datos introducidos se elabora un informe relacionado con la actividad de mi empresa.

PROVEEDORES

Compras responsables

Clasificación y evaluación de proveedores

14 - ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?

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.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Se colabora en proyectos afines a los valores sin planificación específica

15.1. Información adicional

Se realizan mantenimientos informáticos y audiovisuales de forma desinteresada para la emisora local de radio, la Parroquia local y un Club Ciclista.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

16 - ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social que desarrolla?

No se comunican

16.1. Información adicional

No se ha planificado una comunicación efectiva de las labores sociales realizadas.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

17 - Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta el impacto

ambiental en el desarrollo de la actividad?

No existe una planificación para estos temas

17.1. Información adicional.

Hasta el momento no se han tomado medidas de carácter medioambiental mas allá que las del reciclaje selectivo en el caso de residuos.

Economía circular y comunicación

19 - 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

19.1. Información adicional

Actualmente no existe una comunicación de este tipo de información.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

20 - 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 un negocio rentable y sostenible en el tiempo
2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
4 - Capacitación y desarrollo profesional
5 - Gestionar con ejemplaridad
6 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
8 - Disponer de presupuesto
9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local

Valoración Global

21 - ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

5

Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El punto fuerte que consideramos tener es la juventud de la empresa ya que al estar en los comienzos nos podemos adaptar mejor y "sin vicios" a la gestión responsable. De hecho damos mucho valor a este tipo de consejos empresariales y al aprendizaje de todos estos valores que en algún caso es nuevo para nosotros pero que de forma intuitiva ya hemos puesto en marcha desde nuestros inicios hace poco mas de un año.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Sin duda, debemos mejorar y alcanzar una normalización general de todos los puntos enunciados en esta formación. No brillamos en nada y alguno de los criterios de responsabilidad social son manifiestamente mejorables.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible