

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

#### 960 PIXELS COMUNICACIÓN

CIF:B99229221

Plaza Reina Sofía nº4 Piso 3ºA

50013 - Zaragoza

Zaragoza

### 01 DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

960 Pixels Comunicación SL.

#### 02 - Dirección - CP - Población

Plaza Reina Sofía 4 3ºA Zaragoza, 50.013.

#### 03 - Sector. Actividad

Comunicación y desarrollo de competencias.

#### 04 - Año comienzo actividad.

2008.

#### 05 - Número de personas empleadas

0.

#### 06 - Persona contacto

Viriato Monterde Alloza.

#### 07 - E-mail contacto

vimonterde@gmail.com.

#### 08.- Página web

<https://960pixels.es>

## 1 GENERAL

### 1.a Tendencias Globales

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

- Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...
- Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas, ....)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, ....)
- Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales ....)
- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional,

## **educación, formación....)**

Se tienen en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la empresa y se ponen marcha planes a medio / largo plazo.

### **1.1 Información adicional**

En 960 Pixels Comunicación SL tenemos en cuenta varios de estos factores en las medidas que determinan nuestro día a día. Ejemplos:

- Económicos: nos aseguramos del cumplimiento legal nuestro y de nuestros clientes. Por ejemplo, cumplimos con la nueva legislación europea de protección de datos en tiempo y forma.
- Medioambientales: nuestra atención a este punto va desde la selección de nuestra oficina (nos ubicamos en un centro de trabajo creado con materiales recuperados y de bioconstrucción, hasta la elección de nuestros equipos técnicos en función del ranking Greener Electronics de Green Peace,.
- Tecnológicos: misma atención puesto que se trata de uno de los escenarios dónde se desarrolla nuestro trabajo. Procuramos además concienciar en un buen uso de la tecnología a través de formaciones en campos como el consumo sano de contenidos o aprendizaje de redes sociales para padres e hijos.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Prácticamente a todos. Ser una empresa pequeña limita mucho en cuánto a la velocidad con la que puedes hacer algunos cambios en la política de la empresa -muchas veces nos gustaría introducir más cambios y nos tenemos que guiar por el "paso a paso" por la limitación de recursos. Sin embargo, ser una PYME facilita la profundidad de esos cambios, puesto que nos resulta más sencillo que esa política se extienda a todos los miembros de la empresa, incluso a proveedores, clientes, etc.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

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

### **3.- Al planificar la actividad de su empresa, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?**

Se plantean y planifican de forma voluntaria específicamente en el corto, medio y el éxito a largo plazo de la empresa

#### **3.1. Información adicional**

Efectivamente en nuestros planes siempre recogemos medidas a corto, medio y largo plazo.

Ejemplo: ahora estamos preparando un proyecto de formación online. Nuestra idea es que se proyecto tenga un componente de responsabilidad social claro. Y para ello planificamos diferentes medidas según las etapas del proyecto:

- a) Corto plazo. Ejemplo de medida: destino de un porcentaje de los beneficios a causas sociales.
- b) Medio plazo. Ejemplo de medida: migrar a hosting ecológico.
- c) Largo plazo. Ejemplo de medida: contratación de personal que responda a un perfil (por ejemplo, personas en riesgo de exclusión social).

#### **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**

Desde los primeros pasos de la empresa hemos ido destinando porcentajes de nuestros beneficios a causas sociales.

Por ejemplo, en el año 2013 publicamos un libro transmedia titulado "El mundo girado" -precisamente sobre conflictos sociales y cuestiones medioambientales- y destinamos un porcentaje fijo del proyecto a causas sociales (<http://elmundogirado.com/ong/>).

Uno de los retos que tenemos marcados en la actualidad es definir una estrategia anual para esta línea de actuación.

---

**Puntuación sección 62,50 %**

#### **1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

##### **5.- Tiene identificados su empresa 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 empresa y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

##### **5.1. Información adicional**

Tenemos identificados y categorizados diferentes tipos de agentes con los que -por las características de nuestros servicios- interactuamos: proveedores, clientes, medios de comunicación, instituciones públicas, etc.

A todos ellos los tenemos categorizados y nos relacionamos con ellos según esas categorías.

Ejemplo: utilizamos Google Contacts para archivar y categorizar los diferentes contactos con los que interactuamos. Las comunicaciones vía email que emitimos -además de cumplir con el reglamento de protección de datos- son siempre segmentadas.

##### **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 grupos de interés

### 6.1. Información adicional

Utilizamos diferentes herramientas (encuestas online, reuniones presenciales, etc) para identificar las necesidades de nuestros grupos de interés.

Ejemplo: somos organizadores -junto con el Ayuntamiento de Zaragoza- del encuentro mensual sobre contenidos digitales On Topic. Al final de cada edición del mismo, facilitamos a los asistentes una encuesta online para que puedan realizar cualquier tipo de valoración, comentario, etc: <http://ontopic.es/contact/>

De la misma forma, todavía carecemos de una estrategia concreta y definida para todos los grupos.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

### 1.d Gobierno de la empresa

#### 7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la empresa y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la empresa?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la empresa que se revisa periódicamente

##### 7.1. Información adicional

Disponemos de un documento básico de actuación -que vamos actualizando periódicamente- y está público en nuestra web: <https://960pixels.es/empresa/responsabilidad/>.

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

Sí, se forma/informa a todas las personas de la empresa

##### 8.1. Información adicional

En este caso somos una empresa tan pequeña que ese cumplimiento resulta más sencillo.

---

**Puntuación sección 87,50 %**

### 1.e 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

Tal y como manifestábamos en un punto anterior, trabajamos en base a un conjunto de medidas que quedan recogidas en: <https://960pixels.es/empresa/responsabilidad/>. Ese compendio se va actualizando y tratamos de ampliarlo año a año.

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

No se plantean objetivos ni indicadores

**10.1. Información adicional**

Si bien trabajamos para el cumplimiento de las citadas medidas, no hemos desarrollado un sistema de seguimiento que incorpore objetivos concretos e indicadores.

---

**Puntuación sección 25,00 %**

**2 CLIENTES**

**2.a Satisfacción de cliente**

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

**11.1. Información adicional**

Lo cierto es tratamos de medir la satisfacción de nuestros clientes a través de email, llamadas y reuniones. Pero carecemos de un protocolo para ello.

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

Se identifican mejoras de manera esporádica pero no se implantan en los procesos de la empresa

**12.1. Información adicional**

Tal y como decíamos en el punto anterior, carecemos de un protocolo como tal para identificar esas mejoras, pero sí tratamos de hacerlo por diferentes vías: encuestas, email, llamadas y reuniones. Cuando un cliente nos deja ver campo de mejora en algún, automáticamente estudiamos la implementación de ese servicio.

Ejemplo: anteriormente cuando entregábamos una web terminada a un cliente, le dábamos una formación presencial para enseñarle a utilizar el gestor de contenidos de su web. A lo largo de un tiempo, algunos clientes nos trasladaron que se les olvidaban algunas nociones de esas formaciones y que luego les resultaba muy complicado utilizar la web con eficacia. A partir de ahí comenzamos a añadir al proceso de entrega de la web, videotutoriales que complementasen la formación presencial, de forma que ahora cuando un cliente tiene que "repassar" algo de lo que hemos visto en la formación presencial, acude a su videotutorial y lo hace sin problema.

---

**Puntuación sección 37,50 %**

**2.b 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 investigan nuevos productos con metodología y planificación

### **13.1. Información adicional**

Utilizamos diferentes caminos para estar al tanto de la innovación en nuestro sector. Desde formaciones ad hoc para ampliar nuestro conocimiento y conocer los pormenores de las últimas tendencias en comunicación, diseño, etc. Hasta la asistencia a conferencias, eventos del sector. Pasando también por un sistema diseñado y revisado de consumo de contenidos profesionales, para el cuál nos apoyamos en dos herramientas fundamentales: el lector de RSS Feedly.com y opción de las listas de Twitter.

Además esta apuesta por estar al día en la innovación de nuestro sector no se queda en algo teórico, si no que lo trasladamos a la práctica en los diferentes proyectos que periódicamente lanzamos desde la empresa y que complementan a nuestros servicios tradicionales. Ejemplos:

- En 2008 coincidiendo con el nacimiento de la empresa lanzamos [elmundodewayne.es](http://elmundodewayne.es), una revista digital sobre conflictos sociales, cuestiones medioambientales y culturales que obtuvo muy buenos datos de visitas, puesto que se trataba de unas pocas publicaciones de ese carácter que había en España en ese momento.
- En 2012 lanzamos "El Mundo Girado"; uno de los primeros libros transmedia que se hicieron en Aragón.
- En 2013 publicamos [Finikito.com](http://Finikito.com), una revista digital sobre economía y empleabilidad.
- En 2015 pusimos en marcha la escuela online Vivir Mejor.

Además hemos apostado por la innovación con la puesta en marcha de eventos sobre innovación en el sector periodístico, tales como Prensa D (2009-2013) u On Topic (2017-actualidad).

---

**Puntuación sección 75,00 %**

## **2.c Calidad del servicio**

### **14.- ¿Cómo realiza su empresa la puesta en el mercado del producto o servicio?**

Se comercializa el producto/servicio y se asesora de manera transparente al clientes sobre su uso.

#### **14.1. Información adicional**

Nuestro protocolo de comercialización consta de varias etapas. En las más iniciales, la puesta en contacto, el envío de un dossier corporativo adaptado a cada cliente potencial, son algunos de los pasos. Hacia el final del proceso, siempre damos a los potenciales clientes la opción de establecer un período de prueba de nuestro servicio y, en ocasiones concretas, incluso les damos una pequeña porción de muestra de forma gratuita.

Ejemplo: en el proyecto de la escuela online "Vivir Mejor" ofrecemos el primer módulo de

cada curso de manera totalmente gratuita, de forma que el potencial alumno pueda probar el material antes de decidirse a comprarlo.

#### **15.- ¿Cuales son las características del servicio post venta de su empresa?**

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la empresa informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

##### **15.1. Información adicional**

Nuestro seguimiento post-venta de los clientes y del producto es total. Las características de nuestro producto obligan a hacerle un mantenimiento (por ejemplo en la renovación de dominios), a estar muy atentos al día a día (posibilidad de se caiga un servidor y allá que solucionarlo a la mayor brevedad posible) y proponer a nuestros clientes opciones constantemente.

Nuestra comunicación con nuestros clientes en la fase post-venta es constante, proactiva y necesaria. Por ejemplo: cuando se aprobó el nuevo reglamento europeo de protección de datos hubo que contactar con cada cliente para avisarle de la necesidad de actualizar los diferentes apartados legales de cada página web.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

### **2.d 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**

Con la totalidad de nuestros clientes se firman contratos por escrito que recogen las características de los productos o servicios que contratan, así como los compromisos, riesgos, etc, que suponen.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

### **3 PERSONAS EMPLEADAS**

#### **3.a 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, se identifican mejoras y se implantan.

##### **17.1. Información adicional**

Realizamos reuniones periódicas (último viernes de cada mes) para revisar toda la información de la que disponemos y posibles caminos de mejora, etc.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

### **3.b Igualdad de oportunidades y no discriminación**

**18.- ¿Cómo se garantiza en su empresa 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.....)?**

No se han desarrollado actividades en esta materia

#### **18.1. Información adicional.**

En nuestra empresa somos dos personas. Por eso carecemos de protocolos, que sí consideramos indispensables en caso de crecimiento.

### **3.c Conciliación de la vida personal, familiar y laboral**

**19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su empresa con medidas que faciliten su equilibrio?**

Existen actuaciones para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas

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

De nuevo ocurre que al tratarse solo de dos profesionales es una cuestión que tenemos más enfocada a la práctica que a la teoría. Es decir, carecemos de protocolos escritos, pero fomentamos, entre otros:

- El teletrabajo como opción para facilitar la conciliación.
- Los espacios para el deporte diario.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

### **3.d Formación y fomento de la empleabilidad**

**20.- ¿Cómo identifica su empresa las necesidades de formación de las personas empleadas?**

La empresa pone a disposición de las personas empleadas formación estándar

#### **20.1. Información adicional.**

Una vez más este capítulo está condicionado por ser sólo dos profesionales, pero cada uno de nosotros identifica una formación que considera necesaria, la comparte con el otro compañero, se analizan las posibilidades de llevarla a cabo y se toma una decisión.

**21.- ¿Cómo se gestiona la formación en su empresa?**

Se hace formación puntual para algunas personas empleadas que lo solicitan

#### **21.1. Información adicional.**

En línea de lo explicado en el epígrafe anterior, somos los propios profesionales los que identificamos la formación que nos interesa. La compartimos con el compañero y en el caso 100% de los casos, procedemos a contratarla y realizarla.

---

**Puntuación sección 37,50 %**

### **3.e Seguridad y salud.**

#### **¿Tiene implantado en su empresa mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Se ha realizado la evaluación de riesgos pero no se han actualizado los cambios detectados

##### **22.1. Información adicional.**

No tenemos ningún Plan al respecto.

---

**Puntuación sección 25,00 %**

## **4 PROVEEDORES**

### **4.a Compras responsables**

#### **23.- En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?**

Se selecciona el proveedor no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social

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

En la elección de proveedores siempre atendemos a criterios sociales y medioambientales. Ejemplos:

- Los diferentes productos tecnológicos que adquirimos para el desarrollo de nuestro trabajo (ordenadores, tablets, teléfonos, etc) lo hacemos siguiendo el ranking Greener Electronics de Greenpeace.

- En la primera edición XL (formato congreso) de On Topic regalamos una libreta y seleccionamos una hecha con material reciclado. Misma situación que para nuestras tarjetas de visitas (con la empresa Moo).

- El espacio de trabajo dónde nos encontramos (Coworking El Gancho) fue seleccionado por estar rehabilitado con materiales re-utilizados y de bioconstrucción.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

### **4.b Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Se valoran la calidad de servicio, el precio y las prácticas sociales y medioambientales en su actividad

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

Se hace desde un punto de vista práctico (por ejemplo se hacen cuadros de evaluación a la hora de adquirir productos dónde un campo clave es el impacto medioambiental), pero nos falta crear un protocolo con toda esa información.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

## **5 SOCIAL**

### **5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

**25.- En cuanto a la implicación en la Comunidad en la que desarrolla la actividad su empresa, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?**

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la empresa sin planificación específica

#### **25.1. Información adicional.**

Hemos actuado en diferentes vías, pero careciendo de un Plan formal que mida el impacto. Alguna de estas vías:

- Realización de servicios de forma gratuita para apoyar/impulsar una causa. Ejemplo: Diseño de la página web de "Zaragoza en blanco". Objetivo: apoyar al fomento cultural.
- Donación directa a proyectos sociales. Ejemplo: el importe íntegro de la formación en desarrollo de competencias que impartimos en 2017 en Paraguay fue destinado a la ONG local "Fútbol +".

---

**Puntuación sección 50,00 %**

### **5.b Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

**26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su empresa?**

No, no están unidos con el negocio

#### **26.1. Información adicional.**

Si bien no están "pautados" todavía, sí estamos trabajando para que los objetivos económicos vayan mucho más de la mano. Ejemplos de este trabajo que se está realizando:

Estamos preparando un nuevo proyecto de formación online, dónde queremos:

- Que un porcentaje fijo del importe del curso sea destinado a una causa social (y que el comprador sepa tanto el importe como la causa).
- Que parte de la formación se base en cuestiones que consideramos de interés social como un consumo sano de la información o una correcta gestión del tiempo.

### **5.c Transparencia con el entorno**

**27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se**

**comparten con las personas empleadas animándoles a su participación, y con otros grupos de interés?**

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés expresamente implicados

**27.1. Información adicional**

La estrategia de inversión social es definida conjuntamente por los dos profesionales que trabajamos en 960 Pixels.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

**5.d Comunicación y fomento de buenas prácticas**

**28.- ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social desarrolladas por la empresa?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan

**28.1. Información adicional**

Se comunica a otros colectivos (proveedores, clientes, etc) a través de nuestra newsletter trimestral. En la misma además incluimos un espacio fijo en el que recogemos una causa social -estemos colaborando nosotros con ella o no-.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

**6 MEDIOAMBIENTAL**

**6.a Identificación de actividades de gestión ambiental**

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

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental

**29.1. Información adicional.**

Tenemos una serie de compromisos escritos , adquiridos y basados en la iniciativa ?Un millón por el clima? de la fundación ECODES.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

**6.b Estrategia frente al cambio climático**

**30.- ¿Se ponen en marcha medidas que evidencien el compromiso público de la empresa con los impactos ambientales que pueda ocasionar?**

Existen planes que se comunican internamente y externamente

**31.1. Información adicional.**

Recogemos nuestros compromisos de forma pública en:  
<https://960pixels.es/empresa/responsabilidad/>

### 6.c Plan de gestión ambiental

#### 31.- ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?

Existen iniciativas de reducción de costes de energía de manera informal

##### 31.1. Información adicional

Algunas de las medidas en este campo:

- No entregamos papel en nuestras formaciones. Toda la documentación es online.
- Minimizamos el uso del stand by.
- Usamos equipos electrónicos basándonos en el ranking Greener Electronics.
- Configuramos el modo de ahorro de energía de los equipos electrónicos.
- Mantenemos el termostato entre 19°C y 21°C en invierno y entre 24°C y 26°C en verano.
- Mantenemos limpias las lámparas y pantallas.

### 6.d Comunicación ambiental

#### 32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a las personas empleadas y a otros grupos de interés?

No de una manera formal

##### 32.1. Información adicional

Sin respuesta

## 7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

### 7.a 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 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 2 - Capacitar a las personas de la empresa
- 3 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 4 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 5 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 6 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 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 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

10 - Disponer de presupuesto

## 7.b Valoración Global

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

3

## 7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

Un punto fuerte dentro de nuestra política de responsabilidad social es el punto medioambiental. Al ser una empresa pequeña y con ciertas características (servicio en vez de producto físico, etc), podemos cumplir más fácilmente con los criterios que marcamos en campos como la movilidad, el gasto energético o la utilización de materiales desechables.

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

En general tenemos que dar pasos hacia la creación de protocolos que incluyan medidores y seguimiento para las diferentes iniciativas que llevamos a cabo. Además creo que tenemos un campo abierto y fuerte en la formación y fomento de prácticas responsables en el entorno de la comunicación.

---

**Puntuación encuesta 57,26 %**