

RSA - PYMES

Empresa evaluada

960 PIXELS COMUNICACIÓN

CIF:B99229221

San Pablo 12, Local

50003 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

960 Pixels Comunicación SL.

02 - Dirección - CP - Población

Calle San Pablo 12 (Zaragoza, 50003).

03 - Sector. Actividad

Asesoría de comunicación. Especializada en estrategia, identidad e innovación.

Ejemplo de servicios:

- > Documentos estratégicos para la comunicación digital de instituciones, empresas, entidades
- > Informes-análisis estado de comunicación de marca
- > Generación de podcast para marcas e instituciones
- > Programación de eventos de comunicación
- > Diseño web
- > Consultoría en innovación para medios de comunicación
- > Producción de newsletters corporativas
- > Gabinete de comunicación
- > Estrategia y formación en redes sociales y otros canales digitales
- > Generación de contenidos

04 - Año comienzo actividad.

2008.

05 - Número de personas empleadas

1.

06 - Persona contacto

Viriato Monterde Alloza.

07 - E-mail contacto

vimonterde@gmail.com.

08.- Página web

<https://960pixels.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)

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en 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 y estructuramos nuestra política de RSE en base a los ODS:

EDUCACIÓN DE CALIDAD

> Colaboramos activamente con Cuentale.es, una cuentoteca digital que ofrece de forma gratuita relatos ilustrados infantiles sobre temáticas vinculadas a problemáticas sociales, medioambientales, etc.

> Además hemos elaborado uno de los relatos, titulado «Una llamada», en el que se refleja cómo influye en los más pequeños el uso de la tecnología que hacen los adultos.

ENERGÍA SOSTENIBLE Y NO CONTAMINANTE

> La compañía de hosting en la que alojamos las diferentes páginas webs que diseñamos trabaja casi por completo con energía renovable.

REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

> Somos colaboradores de El Gancho CF, club deportivo referencia en Zaragoza en la utilización del deporte para la inclusión social. A través de las colaboraciones el club financia las fichas y material de jugadores y jugadoras que proceden de familias en dificultades, además de organizar eventos como «El partido por la inclusión».

CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

- > Nuestro espacio está situado en el Gancho Coworking, un emplazamiento construido con materiales recuperados y de Bioconstrucción.
- > Más del 95 % de los desplazamientos que realizamos a lo largo del año son a pie o en bicicleta.

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

- > Nuestros dispositivos móviles son de la marca holandesa Fairphone, empresa referencia en teléfonos fabricados con el mínimo impacto medioambiental, un diseño modular y ético.
- > Separamos y reciclamos los diferentes tipos de residuos y reutilizamos residuos dándoles un nuevo uso para nuestro desempeño profesional.
- > Tanto desde nuestra entidad, como con cada cliente con el que trabajamos, seguimos políticas de comunicación que respetan un flujo sano y respetuoso con el tiempo y capacidad de concentración de sus destinatarios. Esto se refleja por ejemplo en la cantidad moderada de contenidos que publicamos en plataformas sociales y por las pautas que seguimos en el proceso de elaboración.
- > Impartimos formaciones de consumo de contenidos responsable.

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

Si

2.1. Información adicional

Sí. Al menos a varios de ellos. Ser una empresa pequeña limita la velocidad con la que se puede implantar hacer algunos cambios en la política de la empresa, así como el volumen de los mismos, Sin embargo, facilita la profundidad de esos cambios, puesto que resulta más sencillo que esa política se extienda a todos los miembros de la empresa, incluso a proveedores, clientes y otros actores relacionados. Asimismo el seguimiento del proceso de implantación, fidelización, etc, es más sencillo de monitorizar.

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?

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/>).

En los siguientes años se destinó un porcentaje fijo de las formaciones impartidas.

En los últimos años se asignaba una cantidad modesta a diferentes causas y entidades. Desde el ejercicio 21-22 cambiamos la estrategia e invertimos un 90% de la partida destinada a este capítulo a una entidad concreta, el Gancho CF, que trabaja la inclusión social a través del deporte.

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

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.

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

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

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

Disponemos de un documento básico de actuación -que vamos actualizando periódicamente.

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

Parte de nuestra política está publicada en la web:
<https://960pixels.es/responsabilidad-social-empresarial/>

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/responsabilidad-social-empresarial/>. Este compendio se va actualizando cada ejercicio.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, 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.

CLIENTES

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 organización?

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

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 "repasar" algo de lo que hemos visto en la formación presencial, acude a su videotutorial y lo hace sin problema.

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 específica.

13.1. Información adicional

Utilizamos diferentes caminos para estar al tanto de la innovación en nuestro sector. Empezando por formaciones ad hoc para ampliar nuestro conocimiento y conocer los pormenores de las últimas tendencias en comunicación o diseño. Un ejemplo: en el año 2021 nuestro máximo responsable, Viriato Monterde, obtuvo el título Máster en Innovación Periodística de la Universidad Miguel Hernández.

Además fomentamos la asistencia a conferencias, eventos del sector. Resúmenes o notas de algunas de ellas se pueden encontrar en el apartado de actualidad de nuestra web (<https://960pixels.es/novedades/>) o en algunas de nuestras redes (<https://twitter.com/vimonterde>).

Disponemos también de un sistema diseñado y revisado de consumo de contenidos profesionales. El sistema es un embudo que bebe información de fuentes como listas de twitter o Feedly, filtra en Notion y termina con documentos resumen en Google One.

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, una revista digital sobre conflictos sociales, cuestiones medioambientales y culturales que obtuvo muy buenos datos de visitas, puesto que se trataba de unas las 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, 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).

Adicionalmente estamos a días de publicar un podcast mensual sobre innovación periodística.

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

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.

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.

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, 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.

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)?

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.

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.

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.

Formación y desarrollo profesional

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

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 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?

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

25.1. Información adicional.

Hemos actuado en diferentes vías, pero careciendo de un Plan formal que mida el impacto. Ejemplos de iniciativas anteriores no mencionadas previamente en el documento:

- 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 +".

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?

No, no están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Desde el año 2019 en el capítulo de formación trabajamos bajo los siguientes criterios:

- 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 una buena parte de la oferta formativa se basa en cuestiones que consideramos de interés social como un consumo sano de la información o una correcta gestión del tiempo.

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 difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

27.1. Información adicional

Publicamos nuestras acciones tanto en la página web como en redes sociales.

Además participamos en iniciativas la Huella Fiscal de la Fundación Knowcosters, que trabaja en pro de la transparencia en Adm. Pública y empresas.

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

28.1. Información adicional

Se comunica a otros colectivos (proveedores, clientes, etc) a través de diferentes canales digitales.

Además impartimos formaciones en materia vinculadas a la responsabilidad como el consumo sano de contenidos.

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 evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

29.1. Información adicional.

Tenemos una serie de compromisos escritos , adquiridos que se reflejan en nuestro Plan de RSE.

En su momento fueron basados en la iniciativa ?Un millón por el clima? de la fundación ECODES y se han ido actualizando con el paso de los años.

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.

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

Tenemos compromisos concretos respecto a los ODS 7, 11 y 12.

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, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

32.1. Información adicional

Ejemplo: comunicamos el uso de la aplicación Ciclogreen (con el objetivo de fomentar una movilidad sostenible) a través de redes sociales.

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

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?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El conjunto de medidas que llevamos a cabo (medioambientales, sociales, económicas) conforman una estrategia sólida que sostiene el concepto de comunicación responsable e innovadora.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Hay dos ámbitos donde tenemos un gran campo de mejora:

- 1) Dotar a los clientes de más herramientas para trasladar la evaluación de nuestros servicios.
- 2) Creación de protocolos que incluyan medidores y seguimiento para las diferentes iniciativas que llevamos a cabo.

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 y tiene un compromiso público 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 4. Educación de calidad.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.