

RSA - AUTONOMOS

Empresa evaluada

**BERTA MARCÓN BERDEJO - FABULA
COMUNICACIÓN**

CIF:72986660R

Violante de Hungría 10 Esc Dcha 6c

50009 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Fábula Comunicación (Berta Marcón Berdejo)

02 - Dirección - CP - POBLACION

C/ Albareda, 18 escalera 1 bajo A 22888 Canfranc (Huesca)

C/ Violante de Hungría, 10 escalera dcha 6C 50009 (Zaragoza)

03 - Sector. Actividad

Diseño de páginas web, branding, gestión de campañas de marketing y redes sociales, community manager, organización de eventos. Formación de marketing.

04 - Año comienzo actividad.

2021

05 - Persona de contacto

Berta Marcón

06 - e-mail contacto:

hola@fabulacomunicacion.com

07.- Página web

<https://www.fabulacomunicacion.com/>

GENERAL

Tendencias Globales

1 - Considera que su negocio tiene en cuenta o se ve afectado, 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 del negocio y se ponen marcha planes a medio / largo plazo.

1.1. Información adicional.

En un sector tan voluble y que cambia tanto como el mío, todos los temas mencionados son importantes y sin duda afectan, sobre todo al ser autónoma y tener que estar doblemente actualizada. Llegar a clientes mayores uniéndome a otros compañeros, conseguir una actualización continua en temas tecnológicos, los cambios de gobierno, de leyes, de fiscalidad, son algunos de los temas globales que podemos bajar a nuestro nivel y que apliquen a nuestro negocio.

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

2 - Al planificar la actividad de su negocio, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Se diferencian sin existir metodología específica

2.1.- Información adicional.

Debido a la corta edad de la empresa, no existe una estrategia plasmada que diferencie los planes a corto o medio plazo, se va adaptando según los objetivos cumplidos o pendientes de cumplir de manera mensual. Actualmente me encuentro en un período de aprendizaje y crecimiento, marcando hitos y buscando experiencias que en años posteriores me ayuden a establecer nuevos objetivos.

3 - ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales?

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

3.1. Información adicional.

No tengo un presupuesto fijo actualmente pero a través de una web y perfil social que gestiono en mi tiempo libre puedo dar voz a cualquier asociación u ong que me pide publicar sus noticias o eventos.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4 - Tiene identificados en su negocio 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..

Se conocen los grupos de interes con los que interactuamos en la actividad del negocio

4.1. Comentarios

Conozco a mis clientes tanto como grupo como de manera específica. Igualmente tengo identificados quiénes pueden ser mis colaboradores para acciones a las que yo sola no pueda llegar. Actualmente no dispongo de muchos proveedores debido al modelo de negocio pero igualmente los tengo identificados, así como a las administraciones a las que me tengo que dirigir según mi necesidad.

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

Se conocen las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

5.1. Comentarios

A través de conversaciones o reuniones de seguimiento que fijamos conozco las necesidades actuales de mis clientes de manera específica. A través de lecturas, blogs, artículos de tendencias o analítica web puedo conocer las necesidades de mi público objetivo.

En cuanto a proveedores y colaboradores, están en la misma línea de trabajo que yo, por lo que sus necesidades van a ser similares a las mías.

Gobierno

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

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

6.1. Comentarios

No dispongo de un código por escrito pero me baso en la ética y deontología tanto del sector como de la sociedad en general, cuidando todo lo relacionado y tratando de aplicarlo tanto en cuanto a precios justos, evitar guerras con la competencia o políticas de protección de datos. Creo que hay que trabajar por y para uno pero sin entorpecer el trabajo de los demás y respetando tanto a clientes como a proveedores y competidores.

Plan de Responsabilidad Social

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

Se están abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social. En caso de responder a una de las tres primeras opciones, pasar a la pregunta 9.

7.1. - Comentarios

Son los primeros pasos, formación en materia de RS para obtener el sello RSA.

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

Sin respuesta

8.1. - Comentarios

Sin respuesta

CLIENTES

Satisfacción de Clientes.

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

Se conoce la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que

tenemos con ellos

9.1. - Comentarios.

Actualmente no dispongo de ningún mecanismo formal para evaluar la satisfacción de mis clientes, sin embargo las reuniones o el contacto con ellos es constante por lo que puedo saber de primera mano sus reacciones a mi trabajo. En cuanto al diseño web, ellos tienen acceso continuo al trabajo realizado lo que permite modificar cualquier punto prácticamente al instante. Con la gestión de redes sociales el feedback es también prácticamente instantáneo, y las campañas de publicidad también tienen reacciones inmediatas por lo que el seguimiento de su satisfacción es por lo general instantáneo.

Calidad del servicio y Transparencia informativa.

10 - ¿Cómo realiza en su negocio 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.

10.1. - Información adicional

A través de la web o perfiles en redes sociales explico los servicios que podemos ofrecer. Una vez el cliente pregunta por alguno de ellos, trato de tener una reunión o una conversación telefónica donde me detalle qué es lo que necesita, para poder ofrecerle un presupuesto acorde a sus necesidades con los productos que le pueden encajar.

11 - ¿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

11.1.- Información adicional

Además de ofrecer el presupuesto siempre trato de explicar al cliente qué es cada uno de los conceptos y qué incluye, creo que es beneficioso para ambos que sepa exactamente qué se le ofrece y qué trabajo se está realizando en cada una de las fases. Al ser servicios lo que se contrata, creo que es más difícil cuantificar el trabajo y por eso es muy importante para mí que todo quede claro y me esfuerzo en dar toda esta información.

PERSONAS EMPLEADAS

Seguridad y salud.

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

Se ha realizado un informe de evaluación de riesgos

12.1.- Información adicional

En anteriores trabajos he recibido varias formaciones de riesgos laborales en puestos similares a los que puedo ocupar actualmente (administrativo, comercial, etc.). En caso de ampliar con personas contratadas adecuaría sus puestos de trabajo en primer lugar mientras refrescara o ampliara mis conocimientos para poder ofrecer un puesto de trabajo seguro.

PROVEEDORES

Compras responsables

13 - En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?

Se selecciona el proveedor en función de la calidad del producto / servicio, el precio y la procedencia del proveedor para fomentar el desarrollo local

13.1.- Información adicional

Actualmente la relación de proveedores que tengo es mínima, el servicio de hosting con el que llevaba trabajando años atrás y con el que estoy satisfecha por su calidad, soporte técnico y producto es el más importante. Por otro lado, tema de impresión, proveedores o colaboradores que pueda necesitar voy a priorizar su cercanía, que sean locales, ya que además de ayudar al desarrollo de la economía es preferible a la hora del trato que haya cercanía y entendimiento.

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?

Además del precio se tienen en cuenta variables de calidad de servicio

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 algunos planes de forma puntual

15.1. Información adicional

Como he indicado anteriormente, a través de una página web y una página en instagram que elaboro en mi tiempo libre, doy voz a las asociaciones que lo solicitan. En las últimas semanas he publicado información de los mercados de primavera y de las luces, que colaboraban con diferentes asociaciones (Canem, Donamedula y Asociación de Ucrucianos en Aragón)

Por otra parte la cuenta de facebook e instagram de fábula comunicación incluye tips que pueden ayudar a otras empresas o clientes a mejorar su comunicación digital.

En un futuro espero realizar más colaboraciones en asociaciones de manera más proactiva.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones

en curso

16.1. Información adicional

En mi caso, de momento, la propia colaboración es una comunicación. Una vez empiece a realizar otro tipo de colaboraciones trataré de crear un plan de comunicación más adecuado.

MEDIOAMBIENTAL

Identificación de actividades de gestión 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.

Pese a no tener un plan específico del impacto medioambiental, tengo la suerte de que debido a mi sector, que es prácticamente digital, no necesito utilizar grandes cantidades de papel, por ejemplo. Intento digitalizar todos los documentos y enviarlos por mail. Además la firma electrónica evita muchos trámites en la administración y muchas solicitudes en papel ya que presento todo de manera telemática.

Plan de gestión ambiental y comunicación

18 - ¿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

18.1. Información adicional

Lo mencionado, uso mínimo de papel para documentación, sí que tengo tarjetas de visita pero el resto de publicidad es a través de medios digitales. Evito utilizar medios de transporte, de manera que si necesito realizar varias visitas normalmente las agrupo, optimizando recursos.

19 - En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental, ¿en qué medida se comunica a los grupos de interés?

No de una manera formal

19.1. Información adicional

No se comunica de manera formal ya que en mi actividad apenas hay impacto.

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

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?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Atención personalizada al cliente, me involucro mucho en cada proyecto y trato siempre de ofrecer un plus, tanto en el servicio como en la relación. Creo que soy una persona ética y justa y que eso lo transmito en el trabajo que realizo.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Llevo muy pocos meses con la empresa creada y todavía me falta muchísimo recorrido, por lo que áreas de mejora hay muchas, desde una mayor planificación a un buen desarrollo de planes de negocio. Quiero dar pasos pequeños pero seguros y seguir aprendiendo y mejorando cada día.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, conozco la Agenda 2030 pero no he establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 5. Igualdad de género.
- 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.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.