

RSA - AUTONOMOS

Empresa evaluada

CODEK STUDIO - JAVIER RINCÓN BOROBIA

CIF:52441530N

C/Alfonso Zapater Cerdán, 7, 8R

50014 - Zaragoza

Zaragoza

01 DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

codek studio

02 - Dirección - CP - POBLACION

Alfonso Zapater Cerdán, 7, 8ºR - 50014 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Diseño y desarrollo web.

04 - Año comienzo actividad.

2016

05 - Persona de contacto

Javier Rincón Borobia

06 - e-mail contacto:

javi@codekstudio.com

07.- Página web

codekstudio.com

1 GENERAL

1.a 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....)**

Estos temas son importantes para el negocio 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.

Dentro del Plan de Márketing general, se han identificado diferentes factores que pueden influir. Se ha realizado un análisis PEST donde se han señalado los siguientes puntos:

- Factores Político-Sociales: Ley 34/2002 de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico, Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD), Subvenciones para la incorporación de TIC 2016 en Navarra.

- Factores económicos: Informe BBVA Research sobre la economía Aragónés y Navarra (ámbitos de actuación a corto plazo).

- Factores Sociales: Investigación de datos del INE sobre empleo, estado de inclusión de tecnologías de la información en las empresas y de páginas web en concreto.

- Factores Tecnológicos: Extracción de datos de "Páginas Amarillas Census 2015" sobre el estado de las PYMES y sus páginas web. También a partir del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información y Fundetec se han extraído elementos influenciadores del negocio sobre la Implantación de las TIC en PYMEs españolas en 2015.

Puntuación sección 100,00 %

1.b 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 plantean y planifican de forma voluntaria específicamente en el corto, medio y el éxito a largo plazo del negocio

2.1.- Información adicional.

Existen diferentes objetivos a corto plazo (tres primeros años) y largo plazo, en los cuales se definen la evolución que debería conseguir el negocio. Los primeros se centran en asentar el estilo y prestigio de los trabajos realizados para posteriormente, a largo plazo, tender a realizar trabajos más exclusivos con clientes mejor seleccionados.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

3.1. Información adicional.

Se destina el 0,7% sobre el beneficio de cada proyecto a programas de ayuda. Éstos programas varían en cada momento según disponibilidad y pueden ser sociales o medioambientales.

Puntuación sección 100,00 %

1.c 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..

Existen pero no los tenemos identificados específicamente

4.1. Comentarios

Pese a conocer los clientes objetivo en general y a largo plazo, se tiene dificultades en identificarlos en concreto. Los proveedores se encuentran en el entorno digital (servidores, servicios varios de programación, diseño y SEO...). Existen algunos colaboradores puntuales y a largo plazo la idea es externalizar ciertos servicios.

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

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

5.1. Comentarios

Uno de los valores destacables del negocio es el propio proceso del desarrollo de un proyecto. Puesto que la base es la personalización (realización de webs a medida personales y programadas desde cero, sin plantillas ni CMS standar), el trato y metodologías utilizadas de cara al cliente son vitales... exclusivas. Así, dentro del proceso se aplican diferentes metodologías a través de entrevistas y reuniones con los clientes donde se extrae no solo la esencia de sus deseos respecto a la web sino su idiosincrasia misma y manera de ver y hacer las cosas puesto que transmitir éstas a su sitio web es parte esencial del negocio y uno de los pilares del mismo.

Por lo tanto se conocen de manera muy exhaustiva las necesidades y deseos de los clientes como parte esencial del proceso de trabajo.

Puntuación sección 62,50 %

1.d Gobierno

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

Existe un documento con normas o pautas de actuación

6.1. Comentarios

En un documento informal se ha desarrollado la imagen corporativa de codek studio (marca personal) dentro del cual se indican formas de actuar y maneras de relacionarse con los clientes para tener una forma coherente en todos los ámbitos. Se especifican desde los clientes a los que nunca se desearía llegar por ser contrarios a la ética de la empresa, hasta la manera de dirigirse al cliente en la web y los folletos publicitarios y cartas de presentación.

Este documento, es informal debido a que no se a finalizado pero se pretende que cuando este completo sea la definición de la imagen y marca del negocio.

Puntuación sección 50,00 %

1.e 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

Se ha iniciado ha realizar (y publicar en la web) algunas pequeñas acciones en este sentido, como el destinar el 0,7% de los beneficios de cada proyecto a programas de ayuda o realizar cursos gratuitos en determinados ámbitos.

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

Puntuación sección 25,00 %

2 CLIENTES

2.a Satisfacción de Clientes.

9 - ¿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

9.1. - Comentarios.

Cada vez que se termina un proyecto se envía un cuestionario para conocer la opinión del cliente y si se han cumplido o no sus expectativas. Posteriormente estos formularios (digitales) se integran en el CRM que se usa para acumular y analizar los resultados.

Puntuación sección 100,00 %

2.b 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 ofrece de manera proactiva al cliente información transparente.

10.1. - Información adicional

A través de la página web (punto de venta principal) se ofrece información general del proceso y puntos destacables del servicio ofrecido.

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

En la web se especifican los servicios que se ofrecen con algunas características básicas. Si el cliente pide presupuesto, se tiene un modelo de presupuesto que detalla exhaustivamente todos los servicios incluidos plazos (cronograma incluido dependiendo del proyecto) y desglose de unidades con descripciones en lenguaje claro.

Puntuación sección 62,50 %

3 PERSONAS EMPLEADAS

3.a 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

No he prestado mucha atención a este tema la verdad. De todas las opciones, he seleccionado la que se aproxima más, pero en realidad no tengo un Plan de Seguridad y Salud y como autónomo (Profesional) ni si quiera sabía que debía tenerlo.

Puntuación sección 25,00 %

4 PROVEEDORES

4.a Compras responsables

13 - 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

13.1.- Información adicional

En la base de mi negocio, como ya he apuntado antes, está la responsabilidad con el medioambiente, con la sociedad e incluso con los animales. Nunca realizaría una compra a una empresa que sepa que no respeta estos aspectos. El documento sobre la imagen y marca de mi negocio así lo sugiere.

Puntuación sección 75,00 %

4.b 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?

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

Puntuación sección 75,00 %

5 SOCIAL

5.a 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 la cultura de la empresa sin planificación específica

15.1. Información adicional

Soy integrante de La Colaboradora, una iniciativa de Zaragoza Activa (Ayuntamiento de Zaragoza) basada en una economía colaborativa como medio de lanzar proyectos en sus primeras fases. Yo realizo trabajos a otras personas que me pagan con tiempo, que luego yo puedo usar para pedir colaboración a otros.

Puntuación sección 50,00 %

5.b 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 la web se especifican públicamente las actuaciones que se realizan a este respecto.

Puntuación sección 50,00 %

6 MEDIOAMBIENTAL

6.a 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?

Se analizan impactos ambientales de forma puntual

17.1. Información adicional.

Debido a la naturaleza del negocio (diseño y desarrollo de paginas web) no hay impactos

ambientales excesivos. No obstante es un tema integrado en los valores éticos. En el documento de la imagen y marca del negocio se especifica la no colaboración con empresas expresamente contaminantes o perjudiciales con el medioambiente. Asimismo es uno de los temas al que se quieren dedicar el 0,7% de los beneficios obtenidos.,

Puntuación sección 25,00 %

6.b 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

Se intenta no imprimir esbozos o diseños de las web en papel y mantener al mínimo imprescindible cualquier tipo de soporte en papel. Todos los comunicados, desde encuestas a clientes hasta, facturas etc... se realizan de forma digital. Los únicos elementos en papel son los folletos publicitarios y tarjetas..

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

Sí, pero no de manera sistemática u organizada

19.1. Información adicional

Lo publico en mi web, que es el centro de mi negocio.

Puntuación sección 25,00 %

7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

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

7.b 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

7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Colaboración con proyecto colaborativos (La Colaboradora), cursos gratuitos en la misma y en Zaragoza Activa y sobre todo estar dispuesto a dar el 0.7%\$ de beneficios a proyectos diversos y ofrecer realizar webs a precio de coste o incluso gratis a determinados colectivos desfavorecidos.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Me gustaría poder realizar algo más activamente por el medioambiente y los animales ya que es más sencillo para mi implicar a mi negocio en temas sociales pero no tanto en temas mediambientales/animal.

Puntuación encuesta 59,72 %