

RSA - PYMES

Empresa evaluada

TRIDDEO STUDIO, S.L.L.

CIF: B99425647

CEEI Aragón. C/María de Luna 11, Nave 3.

50018 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

TRIDDEO STUDIO SLL

02 - Dirección - CP - Población

CALLE MARÍA DE LUNA, 11 - CEEI ARAGÓN - NAVE 3 - 50018 - ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

AGENCIA DE MARKETING DIGITAL

04 - Año comienzo actividad.

2015

05 - Número de personas empleadas

3

06 - Persona contacto

ROBERTO ARIZA MUÑO

07 - E-mail contacto

info@triddeo.com

08.- Página web

www.triddeo.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 para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Dado nuestro carácter de Agencia de Marketing Digital, algunas de las cuestiones enumeradas tienen un impacto directo y muy importante en nuestro sector, como son las tecnológicas. Hay otras en las que nuestros valores personales nos hacen estar concienciados y actuamos en consecuencia, aunque todavía no tenemos documentación que refleje lo que nuestra empresa hace al respecto.

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

Si

2.1. Información adicional

El hecho de que se trate de una pyme no impide tomar medidas. Lo que hace un colectivo no es más que lo que hace la suma de sus individuos.

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

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

Dentro de una de nuestras líneas de negocio, que es la venta online de productos para mascotas, colaboramos con protectoras dentro de nuestra capacidad, tanto en términos de difusión de sus mensajes y necesidades como en cuanto a medios (donaciones de productos). De momento no hay un presupuesto en concreto

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.

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

5.1. Información adicional

Tenemos identificados algunos de los grupos de interés, pero no todos. En cuanto a clientes y proveedores, hay un conocimiento bastante profundo y el diálogo es fluido.

Pertenece a varias asociaciones como ASES, ATVA, Cámara y tenemos relación cercana con CEEI, ZAC, y otros.

En cuanto a posibles inversores, estamos buscando colaboraciones que nos permitan explorar algunas oportunidades pero de momento sin éxito. Nuestras relaciones van

progresando con medios de comunicación locales, pero tenemos que mejorar.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

6.1. Información adicional

Utilizamos medios electrónicos y digitales, como videoconferencia, chat, correo electrónico y en especial las Redes Sociales.

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

De momento los únicos empleados somos los tres socios trabajadores. Nos conocemos desde hace muchos años y compartimos valores y un estilo de trabajo común pero no lo tenemos reflejado formalmente en ningún documento.

Hacemos reuniones frecuentes en las que compartimos dudas y opiniones, y nos damos ayuda unos a otros. Juntos, establecemos políticas de actuación acordándolas de forma verbal, pero no las reflejamos en ningún documento

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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

Sí, los valores y cultura de la empresa es algo que analizamos desde el principio. De momento solo estamos los tres socios trabajadores y no ha sido necesario establecer un mecanismo de comunicación a los empleados, pero lo haremos próximamente.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

La adhesión a la RSA que promueve Aragón Empresa es muestra de nuestra intención de formalizar lo que ya hacemos al respecto y de mejorarlo. Nuestros valores nos hacen desarrollar nuestro día a día de una forma socialmente responsable, tanto a nivel interno como externo. RSA nos va a ayudar a tomar conciencia de lo que hacemos y a oficializar un plan de desarrollo y mejora.

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

Somos conscientes de la importancia que tiene que todas las empresas y entidades tanto públicas como privadas sean socialmente responsables, pero de momento nuestro esfuerzo está enfocado a la supervivencia. El negocio es muy reciente y nuestro foco está puesto en asentarlo. No hemos dedicado tiempo a indicadores fuera del propio negocio.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿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

11.1. Información adicional

Nos preocupamos por la satisfacción de los clientes pero de momento no hemos formalizado mecanismos para hacer mediciones. Seguimos de cerca las reacciones en redes sociales, y por correo electrónico, pero de momento no hemos trabajado con encuestas. Es probable que lo hagamos en un futuro próximo

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Identificamos mejoras y las incorporamos pero no tenemos un mecanismo definido

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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

En la línea de negocio de venta de productos online, investigamos tendencias y exploramos la reacción de nuestros clientes en RRSS. Siempre buscamos productos de calidad, y beneficiosos para las mascotas. En cuanto a la línea de negocio de Marketing Digital permanecemos en continua formación, explorando mejoras tecnológicas y herramientas analíticas que nos ayudan a ofrecer un mejor servicio a los clientes.

Calidad de los productos y servicios

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Se ofrece un servicio postventa integral

15.1. Información adicional

Nos hacemos responsables de las incidencias que pueda haber con el producto y con el canal de distribución. Tenemos una transparencia máxima con el cliente. Si detectamos que un producto no funciona de forma óptima lo descatalogamos.

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

Los productos que comercializamos son de gran calidad y hacemos un filtrado al respecto antes de incluirlos en nuestro catálogo. La satisfacción del cliente es primordial en nuestro modelo de negocio, así como la calidad del producto y la protección de las mascotas. Nuestra información es total y veraz. Además, al ser nuestro ámbito el digital, tanto en la venta de productos online como en nuestros servicios como Agencia de Marketing Digital, debemos cumplir la LSSI y LOPD, que obligan a una serie de actuaciones que cumplimos escrupulosamente

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

17.1. Información adicional

De momento no hay empleados aparte de los socios trabajadores. Somos socios, compañeros y amigos, y cuidamos los unos de los otros. Compartimos nuestras sensaciones de forma permanente aunque informal. Pondremos en práctica mecanismos al respecto cuando empecemos a incorporar más personas al equipo

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 habrá igualdad de oportunidades y por supuesto, ningún tipo de discriminación. Habrá justicia en las retribuciones y todos tendrán las mismas

oportunidades. Pero de momento no hay empleados salvo los socios trabajadores y no ha habido necesidad de establecer formalmente el tipo de acciones que se cuestiona en este punto

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.

En nuestra empresa tenemos conciencia de la importancia de la conciliación familiar y profesional. Tenemos un horario flexible que nos permite cumplir nuestras obligaciones profesionales y atender las personales. Además, hemos implementado los medios necesarios para poder trabajar en remoto cuando es necesario, lo que facilita mucho la conciliación.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

La formación es un aspecto esencial en nuestra empresa. Analizamos las necesidades de mejora individuales. así como escuchamos las que cada persona cree necesitar, y planificamos la formación necesaria. Consideramos la formación de los empleados un elemento esencial, por un lado, para que la empresa siga mejorando el nivel de sus servicios, pero también para que los propios empleados se sientan apreciados, motivados, y profesionalmente competitivos.

Seguridad y Salud

PROVEEDORES

Compras responsables

Clasificación y evaluación de proveedores

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.

Colaboramos en proyectos relacionados con entidades de protección animal,

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?

Se planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Los proyectos en los que colaboramos están alineados con la estrategia de negocio, pero no hay una partida presupuestaria concreta destinada al efecto. Principalmente dedicamos esfuerzo y horas de trabajo, pero no hacemos una valoración económica de lo que supone

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

Hacemos difusión con el entorno y con los implicados pero no hay un mecanismo interno formal, dado el reducido tamaño de nuestra empresa y que solo estamos los tres socios trabajadores

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?

No se comunican

28.1. Información adicional

Hay comunicación con las entidades implicadas, pero no en la Comunidad Local

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

No existe una planificación para estos temas.

29.1. Información adicional.

Si bien tomamos medidas para el cuidado medioambiental no hay un mecanismo definido para hacer una evaluación

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?

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

30.1. Información adicional.

Tomamos todas las medidas que podemos al respecto, tanto en reciclado de residuos como en gestión energética y sostenibilidad, pero no hay un plan específico ni de difusión.

Economía circular

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 comunican, pero exclusivamente a grupos de interés implicados

32.1. Información adicional

De momento son políticas internas que buscan una actuación eficiente y responsable. No hay una difusión.

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

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión

socialmente responsable que actualmente realiza?

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Sin duda, nuestro punto fuerte al respecto es que somos conscientes de la importancia que tiene hacer una gestión responsable. Cuidar el entorno, compartir un ambiente de trabajo agradable y motivador, ayudar a crecer a nuestra comunidad, es esencial. Todo lo que se ha enumerado en este documento lo hacemos, no por ser una obligación sino por convencimiento. Hemos puntuado con un nueve la pregunta anterior, lo que puede parecer pretencioso, Pero lo hemos hecho así porque dentro de nuestra capacidad, hacemos todo lo que está en nuestra mano. Y si pudiéramos más, haríamos más.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Nos gustaría poder dedicar un presupuesto mayor a este tipo de actividades, pero de momento tenemos que poner nuestro esfuerzo en consolidar la empresa. Esperamos que en los próximos años vayamos teniendo más capacidad al respecto porque tenemos muchas ideas y ganas de llevarlas adelante.

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 pero no ha establecido ningún compromiso 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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.