

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**SET PUBLICIDAD, S.L.**

CIF:B50304328

C/Silveria Fañanas nº:61 Local.

50011 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Set Publicidad, s.l.

#### 02 - Dirección - CP - Población

C/ Silveria Fañanás 61, local

50011 - Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Regalo promocional y merchandising

#### 04 - Año comienzo actividad.

1.986

#### 05 - Número de personas empleadas

2 empleados

#### 06 - Persona contacto

Berta Pomar

#### 07 - E-mail contacto

[berta@setpublicidad.com](mailto:berta@setpublicidad.com)

#### 08.- Página web

[www.setpublicidad.com](http://www.setpublicidad.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)**

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**

Como a cualquier empresa, todos los cambios políticos, económicos, laborales, etcétera nos afectan.

Tenemos que estar al día de lo que sucede en el mundo y sobre todo en nuestro país para poder así dar respuesta a las necesidades y exigencias de nuestros clientes, tanto presentes como futuros, y de la sociedad en general.

Consideramos que el conocimiento y la adaptación a los cambios es esencial para la supervivencia de cualquier negocio.

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

Si

**2.1. Información adicional**

Teniendo en cuenta que las PYMES somos el motor de la economía española, nuestra voz y nuestros actos son más importantes de lo que solemos pensar.

**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?**

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

**3.1. Información adicional**

En cada proyecto se estudian los aspectos ambientales y sociales a aplicar según las necesidades de cada cliente.

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

**4.1. Información adicional**

No tenemos un presupuesto determinado para dichos fines pero sí participamos activamente con diferentes clientes proporcionándoles de forma gratuita material para rastrillos, materiales educativos, ropa, etcétera.

Aunque a nivel personal, sí contribuimos económicamente con diferentes ong's.

**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 divididos los grupos de interés del ámbito de nuestra empresa e interactuamos siguiendo líneas concretas para cada uno de ellos.

**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**

Disponemos de mecanismos individualizados para identificar las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés e interactuamos de forma concreta con cada uno de ellos.

**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**

Dado el tamaño de nuestra empresa y siendo que trabajamos en un espacio abierto, existe una comunicación constante entre nosotras.

No tenemos escrito ningún tipo de protocolo de actuación, pero todas somos conocedoras de los principios y valores de la empresa, que se van ampliando según va evolucionando la sociedad, el mercado y el mundo en general

**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**

Dado el tamaño de nuestra empresa y siendo que trabajamos en un espacio abierto, existe una comunicación constante entre nosotras.

No tenemos escrito ningún tipo de protocolo de actuación, pero todas somos conocedoras de los principios y valores de la empresa, que se van ampliando según va evolucionando la sociedad, el mercado y el mundo en general.

**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**

Además de estar inmersas en el proceso de obtención del Sello RSA, la conciliación laboral, gestión de residuos y reciclaje, la selección de proveedores y la atención personalizada a nuestros clientes entre otros, forman parte de nuestra filosofía de empresa.

## **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**

No disponemos por el momento de un Plan de Responsabilidad Social.

## **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**

El trato con nuestros clientes es, en general, personal y muy fluido, tanto telefónicamente como por email y también de manera presencial.

## **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**

En Set Publicidad estamos constantemente recibiendo información de nuevos artículos, los cuales filtramos y clasificamos para dar a nuestros clientes lo que mejor se adapte a sus necesidades en cada momento.

Intentamos adelantarnos proponiendo a nuestros clientes cualquier artículo que, después de haber pasado una serie de filtros, pensemos puede necesitar en un futuro próximo, o dar mayor visibilidad a su marca o negocio.

### **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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

### **13.1. Información adicional**

Tal como comentaba en la respuesta anterior, estamos al día de las innovaciones en productos y artículos de nuestro campo, e intentamos ofrecer a nuestros clientes artículos y servicios que creemos pueden ser de su interés, presente o futuro, después de haber estudiado la calidad del producto y asegurarnos de que cumple todas las normativas vigentes.

Además de lo citado, en caso de que nos pidan un artículo determinado, siempre intentamos ofrecer opciones más ecológicas e innovadoras que satisfagan sus necesidades.

## **Calidad de los productos y servicios**

### **14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?**

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

#### **14.1. Información adicional**

Se tienen en cuenta aspectos sociales y ambientales a la hora de ofrecer productos a los clientes.

Se ofrecen productos y servicios de calidad, asegurando que existen especificaciones técnicas en su caso, cumpliendo medidas de seguridad, salud, medio ambiente, así como las condiciones de uso/conservación, y respondiendo ágilmente en caso de defectos en diseño, fabricación o distribución adoptando medidas para su reparación, así como gestión del servicio postventa.

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

Se ofrece un servicio postventa integral

#### **15.1. Información adicional**

La satisfacción de nuestros clientes es nuestro principal objetivo. Les acompañamos en todo el proceso, desde la aparición de la necesidad hasta que ésta quede cubierta con todas las garantías.

## **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**

Además de todas las características de los productos que aparecen reflejadas tanto en los catálogos como en los presupuestos que realizamos, proporcionamos toda la información extra que consideramos pertinente.

Y, por supuesto, si creemos que el artículo solicitado no es el apropiado para cubrir la necesidad de nuestro cliente, se lo hacemos saber, proporcionándole otras alternativas que se adapten mejor a sus necesidades.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

##### **17.1. Información adicional**

Dado el tamaño de nuestra empresa la comunicación entre nosotras es un pilar fundamental.

Aunque no dispongamos de medidores formales de satisfacción todo se habla y, en caso de que surja cualquier desavenencia, se ponen medidas para solucionarlo a la mayor brevedad.

### **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.**

Comentar sobre este aspecto que la totalidad de la empresa está formada por mujeres. Prácticamente todos los años agotamos los recursos de los cursos bonificados.

### **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.**

La calidad de vida de las trabajadoras de Set Publicidad es de gran importancia. Implantamos hace años la jornada continua para que podamos conciliar nuestra vida laboral y familiar.

### **Formación y desarrollo profesional**

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

### **20.1. Información adicional.**

Investigamos y analizamos qué conocimientos o habilidades necesitan mejorar los empleados y estudiamos qué es necesario para cada puesto de trabajo. Además todos los trabajadores tienen libertad absoluta para proponer nuevas opciones de formación.

### **21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

#### **21.1. Información adicional.**

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

## **Seguridad y Salud**

### **22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

#### **22.1. Información adicional.**

Se realizan evaluaciones de riesgos laborales y se planifica la acción preventiva.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

### **23.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?**

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

#### **23.1. Información adicional.**

Se tienen en consideración los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

### **24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?**

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

#### **24.1. Información adicional.**

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la

responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales. Siempre que es posible se trabaja con estos 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 algunos proyectos de forma puntual

#### **25.1. Información adicional.**

Como he comentado anteriormente, participamos aportando material en rastrillos y colegios.

### **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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

#### **26.1. Información adicional.**

Normalmente nuestras participaciones se realizan con nuestros clientes.

### **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?**

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

#### **27.1. Información adicional**

Se comunican las actuaciones de la empresa en el ámbito diario, ya que todas somos partícipes de dichas actuaciones.

### **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?**

Se informa únicamente cuando se demanda

#### **28.1. Información adicional**

Obviamente si en alguna conversación sale el tema, se comenta.

## **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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

#### **29.1. Información adicional.**

Siempre ofrecemos a nuestros clientes opciones más respetuosas con el medio ambiente, productos biodegradables y reciclados. Minimizamos el impacto ambiental en temas de transporte, embalajes y reducción de plásticos en todo lo posible.

Se ha cambiado todo el sistema lumínico de la empresa a luces led de bajo consumo. Trabajamos con luz natural siempre que es posible.

Fomentamos la participación en materia de reciclaje (pilas, separación de basuras), así como coches compartidos para disminuir nuestras emisiones.

## **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 y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

#### **30.1. Información adicional.**

Hemos creado un catálogo virtual con artículos hechos con materiales 100% reutilizados, reciclados o biodegradables, se publican en redes sociales nuevas opciones y tendencias más ecológicas. Nuestros clientes son conocedores de que existe un compromiso por nuestra parte y que apostamos por un consumo más responsable.

## **Economía circular**

### **31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?**

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

#### **31.1. Información adicional**

Se han implementado directrices que se siguen siempre que es posible a la hora de integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

## **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 no de manera sistemática u organizada

### **32.1. Información adicional**

Existe una comunicación interna en la que se concretan las nuevas medidas y se deciden las estrategias a seguir . No existe una comunicación ambiental externa propiamente dicha, lo que se hace es poner en práctica las decisiones tomadas de manera interna y que benefician directamente a nuestros clientes, ya sea por la reducción de residuos, elección de materiales más ecológicos, reducción de gastos...

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

### **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?**

6

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

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

Como punto fuerte resaltaría nuestro compromiso con la conciliación laboral, con el medio ambiente y la ecología.

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

Creo que una de las áreas en las que tenemos que mejorar es la participación en proyectos sociales que contribuyan a mejorar la sociedad de la que formamos parte.

### **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 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.