

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

08.- Página web

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)

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?

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?

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?

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.

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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)?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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)

-

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?

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 area 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)?

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

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