

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

FRANCISCO VICENTE NAVARRO

CIF:29120091K

C/ Antonio Agustín Nº26, 3ºD

50002 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Fran Vicente Navarro- FranVN

02 - Dirección - CP - POBLACION

C/ Antonio Agustín 26

50002 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Actividades de consultoría, comunicación y formación.

04 - Año comienzo actividad.

2019

05 - Persona de contacto

Francisco Vicente Navarro

06 - e-mail contacto:

fran@franvn.com

07.- Página web

www.franvn.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, 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.

En FranVN se trabaja de forma transversal los aspectos económicos, social y medioambiental. Mi trayectoria personal y laboral está en el marco del compromiso de economía social, a nivel interno de marca personal como autónomo y en la relación con mis clientes y socios clave.

Trato de trabajar optimizando los recursos energéticos de luz, calefacción. El consumo de papel se reduce a lo indispensable y los desplazamientos se realizan, siempre que es posible, en transporte público, bicicleta o a pie. Si se utiliza vehículo trato de medir la huella de CO2

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

2 - 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

2.1.- Información adicional.

Se está trabajando en la viabilidad de nuevos objetivos sociales (ver nuevos retos sociales a los que contribuir) y ambientales (economía circular y reciclaje) de cara a 2024-2025

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

Actualmente contribuyo con la cuota de socio al desarrollo de proyectos en Nicaragua a través de la cuota de socio de la Asociación Hermanamiento León (Nicaragua)-Zaragoza (España)

Para minimizar el impacto medioambiental se apuesta por la economía circular y el aprovechamiento con la donación libros en la librería de la ONG AIDA que está en la calle Mayor y dando un uso nuevo a parte del mobiliario simplemente pintándolo en lugar de adquirir nuevo.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4 - Tiene identificados 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 y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

4.1. Comentarios

Dentro de la proyección del proceso de mejora continua del proyecto tenemos identificados los grupos de interés. La comunicación con ellos nos permite mantener el equilibrio de compartir las mismas inquietudes sociales, económicas y ambientales.

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

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

5.1. Comentarios

Por medio del diálogo analizamos que las necesidades de nuestros grupos de interés se encuentran alineadas con nuestra propuesta de valor. En un segundo momento en que el proyecto vaya avanzando estableceremos encuestas e indicadores de evaluación para un mejor análisis, ya que el entorno social, económico y político está en constante cambio.

Gobierno

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

Existe un código de conducta que se revisa periódicamente

6.1. Comentarios

Los valores éticos con enfoque empresarial son inherentes al proyecto FranVN. La confianza, transparencia y el compartir esos valores éticos es fundamental en mi trato con el cliente. En esta fase de mi proyecto tengo claro que la revisión periódica del código ético me permitirá ajustar y mejorar mi propuesta de valor a las necesidades de los clientes que ya tengo y de los potenciales. Si algún potencial cliente no está alineado con el código ético decido no trabajar con él.

Plan de Responsabilidad Social

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

Este año se ha elaborado un primer plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

7.1. - Comentarios

Se ha asistido a la formación RSA de Aragón Empresa para poder hacer regularizar las acciones a través de un Plan de Responsabilidad Social.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

8.1. - Comentarios

Se ha definido una plantilla de medición del Plan de Responsabilidad Social, con un autodiagnóstico, economía circular, alianzas, mecenazgo, formación y compensación de emisiones de CO2 en los desplazamientos en vehículo privado.

CLIENTES

Satisfacción de Clientes.

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

9.1. - Comentarios.

La relación con el cliente se basa en el trato personal y en el acompañamiento. Esto me permite saber la satisfacción y la calidad de mi servicio a través de un breve formulario y de conversación. Tengo establecidos unos indicadores de referencia para consolidar los puntos fuertes y trabajar en las áreas de mejora con ellos. Es la mejor forma de que el cliente sea prescriptor para que el proyecto crezca de forma sostenible y pueda contratar para ir delegando tareas que es el deseo de todo proyecto emprendedor.

Calidad del servicio y Transparencia informativa.

10 - ¿Cómo realiza en su negocio 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

10.1. - Información adicional

El ser un autónomo con un proyecto de autoempleo no implica aceptar todas las propuestas. Se han rechazado colaboraciones con empresas o instituciones con las que no comparto valores y con una ética distinta a la línea que quiero mantener.

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

La transparencia es fundamental en FranVN si quiero crecer. Los servicios no son estandarizados, son personalizados atendiendo a las necesidades del cliente y presupuesto.

PERSONAS EMPLEADAS

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

Actualmente es un proyecto personal sin trabajadores contratados.

PROVEEDORES

Compras responsables

13 - ¿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.

13.1.- Información adicional

Antes de realizar una compra o aceptar un servicio se investiga en la web que compartimos valores y afinidades éticas viendo si es socialmente responsable. Esto me facilita la toma de decisión.

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?

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.

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?

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten medir el impacto social.

15.1. Información adicional

Mi proyecto es mi marca personal y participo en acciones sociales, gratuitas y voluntarias relacionadas con mis actividades. Mi dedicación es en tiempo y/ o servicios de forma desinteresada con acciones sociales con las que comparto afinidad. También colaboro como socio del Hermanamiento León (Nicaragua) Zaragoza (España) o donando parte de mi biblioteca para los proyectos de la ONG AIDA.

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

Estoy trabajando en un Plan de Comunicación para redes sociales en el que incluya las buenas prácticas porque, además, las que ahora comunico de forma aislada son las más valoradas. Actualmente el buen hacer se comunica poco y se sabe por el boca a boca, un canal lento pero más efectivo porque viene de primera mano pero es un punto de mejora el llegar a otros grupos de interés, al fin y al cabo, lo que no se comunica, no existe.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

Se evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

17.1. Información adicional.

El plan de actuación se establece en:

- Minimizar el uso de papel.
- Los proveedores tengan compromiso ambiental.
- Uso compartido de instalaciones.
- Movilidad en transporte público o si el tiempo acompaña a pie.
- Comunicación online.
- Economía circular de ámbito de negocio y privado con puntos de recogida: Reciclaje de cristal, papel, aceite vegetal, usado, pilas plástico y ropa

Economía circular y comunicación

18 - ¿Conoce y aplica en su negocio los principios de economía circular?

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

18.1. Información adicional

Se está trabajando en un nuevo rumbo profesional y quiero dar un paso más en la economía circular y mejorar la comunicación al respecto.

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

No de una manera formal

19.1. Información adicional

Los servicios que realizo no implican residuos empresariales, los grupos de interés conocen el compromiso social y medioambiental de mi marca.

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

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?

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Transparencia y compromiso de mejora continua. Estoy muy involucrado socialmente.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Plan de eficiencia en la gestión del tiempo para ser un proyecto económicamente sostenible y poder algún día generar empleo.

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, ¿Cuáles son?

- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.