

RSA - PYMES

Empresa evaluada

HELIOOM COMUNICACIÓN Y MARKETING, S.L.

CIF:B99510471

C/Cinco de Marzo nº:6, piso 3ºC

50004 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

HELIOOM COMUNICACIÓN Y MARKETING, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

C/ Cinco de Marzo nº6, 3ªC

50.004 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Comunicación, Marketing y gestión de marca

Desarrollamos nuestros servicios desde la consultoría, el desarrollo y ejecución de acciones de comunicación y marketing responsable.

- Comunicación corporativa y comercial.
- Creatividad y diseño gráfico.
- Consultoría en marketing y acciones de promoción.

04 - Año comienzo actividad.

2016

05 - Número de personas empleadas

3

06 - Persona contacto

Neus López Iturbe

07 - E-mail contacto

hablamos@helioom.es

08.- Página web

www.helioom.es

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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

1.1 Información adicional

En nuestro ámbito de trabajo (comunicación, marketing y diseño) las tendencias y temas globales afectan de manera indirecta a la empresa en la medida que afecta a nuestros clientes y proveedores. Aspectos relacionados con el entorno económico, social y medioambiental nos permiten identificar oportunidades de mejora para nuestros clientes sus proyectos y sus marcas.

Cambios de hábitos de consumo, procesos de compra, cambios legislativos, aspectos sociales y compromisos que el consumidor valora en las marcas etc son factores que impactan en los mercados y en las audiencias, e influyen en nuestra metodología de trabajo, gestión y relación.

Las redes sociales y el entorno digital ha influido de manera notable en cómo las empresas se comunican y relacionan con sus grupos de interés.

Realizamos análisis de las tendencias y tomamos decisiones para adaptarnos a los cambios.

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

Si

2.1. Información adicional

Las empresas son las principales impulsoras del cambio. La economía cambiará si, en la gestión de la empresa, se toma conciencia del impacto que tiene cada decisión que se toma.

Las organizaciones tienen que asumir compromisos más allá de la normativa a cumplir y responsabilizarse de impactar de manera positiva. El tamaño condicionará los recursos que puedan destinar a acciones determinadas, no obstante debe primar la actitud y el compromiso a la capacidad económica.

Relacionarse con los diferentes grupos de interés, generar sinergias y apoyarse en organizaciones empresariales y sectoriales contribuirán al cambio.

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?

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de

forma sistemática

3.1. Información adicional

En nuestra actividad ponemos el foco en los retos sociales y medioambientales. Estos se detectan y desarrollan alineados con nuestra actividad y en la medida que detectamos e identificamos necesidades durante el desarrollo de los proyectos con nuestros clientes,

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

Realizamos trabajos Pro bono en proyectos que estén alineados con los valores de nuestra empresa y a los que podamos apoyar dotándoles de una mayor visibilidad.

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 nuestros grupos de interés y realizamos gestiones específicas con cada uno de ellos.

Fomentamos el diálogo continuo a través de manera presencial y de canales digitales.

6.- ¿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

6.1. Información adicional

Nuestra actividad exige una comunicación bidireccional y continuada que nos permite identificar las necesidades de nuestros grupos de interés, en especial de los prioritarios. Se refuerza con reuniones de seguimiento y evaluación de proyectos y encuestas de satisfacción.

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?

Existe un código de conducta a disposición de todas las personas de la organización

7.1. Información adicional

En los estatutos de la empresa se establece que en las decisiones y actuaciones de la empresa se deberá tener en cuenta cómo éstas impactan en los diferentes grupos de

interés.

Disponemos de un documento en el que se recogen las políticas de actuación.

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, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1. Información adicional

Todo el equipo de la empresa es conocedor de la visión y misión de la empresa, los valores corporativos y los objetivos del plan estratégico.

Se realizan reuniones anuales y semestrales para el desarrollo y seguimiento de la estrategia.

En las reuniones de proyectos y trimestrales se establecen los objetivos, seguimiento y control. Cada miembro del equipo es conocedor de sus funciones y metas a alcanzar.

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

Nuestro compromiso social está reflejado en nuestros estatutos, en los que se establece que en cualquier decisión que se tome tendrá que considerar el impacto que tendrá en nuestros grupos de interés.

Colaboramos en proyectos con impacto en el territorio y apoyando iniciativas que estén alineadas con nuestra actividad y valores.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

10.1. Información adicional

Colaboramos mediante trabajo pro bono y monitorizamos el tiempo invertido en cada uno de ellos.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿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

11.1. Información adicional

El contacto continuo con los clientes en el desarrollo de los proyectos nos permite identificar sus necesidades, adaptarnos a ellas e identificar el grado de satisfacción.

Al inicio de los proyectos se realizan una serie de reuniones previas en las que se identifican las necesidades y expectativas del cliente. Esta información se recoge en un documento base y se refleja en el proyecto de colaboración. La gestión diaria y su ejecución, nos ayuda a identificar posibles desviaciones y darles solución. Los proyectos se concluyen con reuniones de evaluación y cierre.

Las mejoras identificadas se implementan en nuestros servicios y en la metodología de trabajo de los proyectos.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

12.1. Información adicional

Como se ha comentado en apartados anteriores, en el desarrollo de los proyectos se realizan reuniones de seguimiento y evaluación final. Se elabora un informe en los que se destacan las conclusiones y aspectos de mejora propuestos por los clientes y detectados por el equipo.

Estas propuestas y conclusiones son analizadas y evaluadas. Una vez consensuadas se implementan en nuestra metodología de trabajo y en el diseño de nuestros servicios.

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 investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

En el ámbito de la comunicación, del marketing y el diseño es clave estar informado de tendencias que se están produciendo en el mercado y en el sector.

Realizamos investigación y estudios a nivel interno de tendencias, metodologías, herramientas de trabajo y casos de éxito. La participación en asociaciones profesionales y foros de debate también nos permite detectar tendencias.

Las innovaciones detectadas son evaluadas por el equipo para su automática incorporación tanto en servicios como en procesos.

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

En el desarrollo y prestación de nuestros servicios tenemos en cuenta cómo se impacta en el medioambiente.

? Priorizamos las reuniones telemáticas y el desplazamiento del equipo en transporte público.

? El cliente recibe los proyectos en formatos digitales evitando la impresión en papel.

? En caso de tener que realizar impresiones siempre se prioriza que sea en papel reciclado.

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

Todos los proyectos se desarrollan en base a unos objetivos cuantitativos y cualitativos definidos. Nuestro equipo actúa de manera pro activa ante cualquier opción de mejora detectada. Cualquier situación no prevista en el desarrollo e implantación es resuelta con el fin de garantizar la calidad del proyecto y alcanzar los objetivos del cliente.

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 clientes disponen de información detallada de las fases y acciones a realizar. Se les facilita un informe de seguimiento del proyecto y de los recursos destinados para su ejecución.

En el detalle de trabajos (especialmente en el diseño) se especifican los que se incluyen. Al cliente se le facilita información de posibles acciones que pueden surgir durante el desarrollo del proyecto y los recursos que pueden implicar.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

17.1. Información adicional

El tamaño de la empresa, y los servicios y proyectos que desarrollamos nos hacen estar en comunicación constante todo el equipo. El diálogo es permanente.

Mantenemos reuniones periódicas (mínimo una al mes) en las que se trabaja sobre los niveles de motivación y frenos que puedan existir para dar solución. Se dota de herramientas y recursos para su desarrollo personal y profesional.

Se realizan acciones específicas para mantener y cuidar la satisfacción del 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)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

El equipo está conformado tres socios: una mujer (dirección) y dos hombres. Los roles y funciones están consensuados y evaluados de manera objetiva sin existir discriminación. Los salarios están equiparados en base al trabajo desempeñado sin existir discriminación de edad ni género. No disponemos de planes ya que no tenemos personas empleadas.

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?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

19.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

Existe flexibilidad horaria, siempre que se garantice el desarrollo de los proyectos y cumplimiento de fechas de entrega.

Los horarios especiales (verano, festividades) se acuerdan de manera conjunta.

Se valora y cuida los niveles de productividad del equipo, permitiendo flexibilizar las jornadas cuando el rendimiento ha podido bajar por factores diversos.

Se ha facilitado y apoyado a los componentes del equipo en situaciones de enfermedad y hospitalizaciones de familiares.

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 empresa fomenta la formación e identifica temáticas que permitan mejorar la empleabilidad en aspectos técnicos y en competencias personales.

Para ello se tiene en cuenta las tendencias del mercado y el desempeño en los proyectos, Se informa de las formaciones relacionadas con la actividad de la empresa y los proyectos.

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.

El equipo de helioom lo integran los tres socios de la agencia. En la actualidad no contamos con un equipo en plantilla.

La formación y el desarrollo personal se planifica en función de los objetivos anuales de la empresa y las competencias necesarias para el desarrollo de los proyectos.

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.

En la actualidad el equipo de helioom lo integran los tres socios de la agencia. El plan de prevención de riesgos se centra en un modelo sencillo que incluye un formato mixto de trabajo presencial y teletrabajo.

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.

El modelo de agencia y de prestación de servicios de servicios implica una gestión de compras responsable y con un nivel de consumo de suministros bajo. Los criterios de selección de proveedor son:

- Proveedores locales. Compra en tiendas físicas.
- Suministro de energía 100% renovable. (compañía "holaluz")
- Materiales reciclados y reciclables.
- Productos y productores nacionales.
- Evitamos las compras online por el impacto ambiental y el de última milla.

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 contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

24.1. Información adicional.

En la selección de proveedores tenemos en cuenta los siguientes aspectos:

- Se prioriza al proveedor local, nacional y europeo.
- La compra física es prioritaria a la compra online.
- Se tienen en cuenta las políticas sociales y medioambientales del proveedor.
- Los colaboradores cumplen preferentemente con un perfil senior.
- Se priorizan las energías renovables.
- La variable precio nunca es la variable decisiva en un proceso de selección de un proveedor.

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 con una planificación formal

25.1. Información adicional.

Colaboramos en proyectos que estén alineados con nuestros valores, cultura corporativa y actividad.

Hemos participado en el diseño de un producto que busca asentar población rural y recuperar conjuntos etnográficos y únicos en España. Apoyamos a asociaciones y emprendedores que fomenten la cultura. Ayudamos a impulsar proyectos empresariales que promuevan la economía circular.

Nuestro objetivo es apoyar a proyectos que aportan valor a la sociedad y que sabemos que no cuentan con recursos económicos para darle visibilidad.

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 sociales en los que participamos siempre están relacionados con nuestra actividad de comunicación, marketing y diseño gráfico.

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

Cuando se identifica un proyecto con el que poder colaborar se valora por parte de todo el equipo. El tamaño de nuestra empresa hace que exista una comunicación fluida y que sea conocedora en todo momento de las acciones con las que se está colaborando y su evolución.

Potenciamos el desarrollo de iniciativas por parte de nuestros clientes.

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?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan

28.1. Información adicional

La comunicación de los proyectos se realiza en medios sociales (web y redes sociales corporativas) y se difunde de manera directa a los grupos de interés a los que detectamos les puede afectar de manera positiva.

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.

Al desarrollar una actividad de servicios el impacto medioambiental es inferior. No obstante llevamos a cabo medidas básicas de ahorro energético; uso responsable de materiales de trabajo; separación y reciclaje de material; mobiliario reciclado o recuperado; prioridad de consumos de Km. 0; reuniones por Skype; fomento de desplazamientos en transporte público; contratación de energía 100% renovable; recomendamos la no impresión de papel; disponemos de impresora remanufacturada y toners con certificado medioambiental de biomasa reciclable 100%.

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.

30.1. Información adicional.

Las medidas y mejoras se comunican a nivel interno y externo, Entendemos que nuestro impacto medioambiental no es relevante (en relación a otros sectores) y cuando se comunica externamente es a clientes y proveedores y de manera informal.

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

La economía circular se implementa en dos niveles:

- Interno: existen iniciativas en las que se prioriza la reutilización de materiales, equipos y mobiliario. Además, formamos parte del grupo impulsor de COEPLAN (Coalición de Empresas por el Planeta) desde donde se fomentan las políticas de economía circular.
- Externo: en el desarrollo de los proyectos de branding de nuestros clientes promovemos y les apoyamos en la implementación de acciones de economía circular y en su implementación en las estrategias de empresa.

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

Las acciones medioambientales que realizamos se comunican a los grupos de interés prioritarios y a aquellos que puedan verse afectados de manera directa.

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 - 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 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 8 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local

- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 10 - Disponer de presupuesto

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?

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La cohesión e implicación del equipo con el compromiso de crear una empresa responsable que contribuya a la mejora de la sociedad y el territorio.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Al ser una empresa joven tenemos muchos temas y áreas en las que mejorar: la medición del impacto social de nuestra actividad, el desarrollo y mejora de metodologías, gestión medioambiental.

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 17. Alianzas para lograr los objetivos.