

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**CATINRED, S.L.**

CIF:B99162083

Alfonso Solans, 2 Local 13

50014 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

CATINRED, S.L.

#### 02 - Dirección - CP - Población

Alfonso Solans 2, local 13

50014 · Zaragoza · SPAIN

#### 03 - Sector. Actividad

Diseño Gráfico y Multimedia

#### 04 - Año comienzo actividad.

2005

#### 05 - Número de personas empleadas

3

#### 06 - Persona contacto

Pablo Olivera Soler

#### 07 - E-mail contacto

pablo@catinred.com

#### 08.- Página web

catinred.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**

La actividad de la empresa se ve afectada por temas generales como la economía y política, ya que estos afectan a algunos de nuestros clientes y, en consecuencia, a nosotros indirectamente.

Siempre hemos estado concienciados con este tema y hemos sido cautos en las inversiones y gastos fijos, lo que nos ha permitido superar la crisis económica sin dejar de prestar nuestros servicios.

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

Si

**2.1. Información adicional**

Evidentemente, todo tiene unos límites y, aunque la tendencia global económica puede llevarse por delante tanto a pequeñas como grandes empresas, la gestión interna de recursos, proveedores y clientes, colaboraciones, trabajadores y partners, enfocados a medio/largo plazo, pueden suponer la diferencia entre mantener la actividad o no.

**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?**

No hay una planificación formal en la organización

**3.1. Información adicional**

Por el tipo de actividad de nuestra empresa, habitualmente no existe una planificación formal.

Bien es cierto que, en la proyección de los trabajos que se van validando, tenemos en cuenta que la repercusión de nuestras acciones a corto-medio plazo tanto en temas sociales como ambientales.

**4.- ¿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 se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

**4.1. Información adicional**

La forma de colaboración de catinred con proyectos sociales se basa, no en destinar un porcentaje de los beneficios en forma de aportación económica, sino en tiempo y recursos de la empresa destinados a ayudar en la promoción y divulgación de diferentes asociaciones con las que hemos trabajado, sobre todo del sector social infantil y ambiental.

## **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**

Participamos activamente en varias asociaciones y grupos de nuestro sector y entorno, participando y asistiendo a actividades, reuniones y ferias, tanto de nuestro interés directo como del interés de nuestros clientes como en el caso de ferias temáticas de sus sectores, a las que acudimos de su mano para entender mejor su idiosincrasia y así poder ofrecerles un servicio, no solo personalizado, sino práctico y acorde con sus necesidades.

**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**

En catinred nos gusta tener un trato cercano con nuestros trabajadores y colaboradores habituales y solemos realizar reuniones frecuentes e informales con todos ellos para conocer su situación, su ánimo y sus inquietudes y se tratan temas como los proyectos en curso y las expectativas personales y profesionales de todos, de forma que podemos acompañarnos en nuestras líneas de desarrollo teniendo en cuenta la conciliación personal/laboral de cada uno.

En cuanto a nuestros clientes, con los que llevamos más de 10 años trabajando hay una relación similar a la de nuestros colaboradores, a los nuevos o esporádicos, solemos reunirnos con ellos para intercambiar información acerca de la experiencia del trabajo realizado y les invitamos a valorar nuestro trabajo en la plataforma pública de Google My Business.

## **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 conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

### **7.1. Información adicional**

Los valores de catinred son conocidos no solo por los trabajadores, sino por todos aquellos colaboradores que, en algún momento, dan la cara por nosotros en algún cliente. Estos valores se tratan con trabajadores y colaboradores desde el principio de la relación comercial/laboral y al comienzo de cada proyecto.

**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**

La imagen de empresa y de marca es conocida por todas las personas que trabajan y colaboran con el estudio y por nuestros clientes que saben que pueden contar con nosotros y siempre les atenderemos de forma amable y profesional.

## **Plan de Responsabilidad Social**

### **9.- 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

#### **9.1. Información adicional**

Desde que abrimos en 2005 hemos trabajado con diferentes asociaciones de apoyo a la infancia y salud mental para las que se han realizado proyectos a precio de coste.

Tanto para trabajadores como para colaboradores no se fijan horarios para que podamos conciliar nuestra vida familiar y personal con el trabajo. Trabajar por proyectos y permitir la auto-organización nos ayuda a ser más responsables y efectivos.

En 2019 vamos a formalizar lo que hemos hecho años anteriores de forma aleatoria y estamos estableciendo unas bases para ofrecer, a partir del segundo semestre, nuestros servicios a coste cero mediante una convocatoria a empresas o entidades con carácter socioecológico. Las bases estarán disponibles en nuestra web.

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

#### **10.1. Información adicional**

Existen varios planes de responsabilidad social.

El plan interno implica una serie de actuaciones poniendo el bienestar de los trabajadores y colaboradores como base para un ambiente de trabajo amable, responsable y de trabajo en grupo.

En el plan empresarial está la creación de las bases para la creación de la convocatoria de realización de servicios a coste cero para una empresa o entidad con carácter socioecológico.

## **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**

Durante la realización de cada proyecto nos encargamos de conocer el estado de satisfacción de cada proyecto y tras concluirlo, invitamos a nuestros clientes a valorar nuestro trabajo e incluir una reseña en nuestro perfil público de Google My Business. Actualmente tenemos 10 reseñas con una puntuación de 5 estrellas. La máxima.

## **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**

La satisfacción de nuestros clientes es nuestra máxima preocupación. Por eso es un trabajo del día a día mejorar la experiencia de cliente con nuestra empresa, mejora que van disfrutando nuestros nuevos clientes.

No disponemos de un mecanismo de control para recoger estas mejoras ya que se van implantando en el día a día en nuestro hacer.

## **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**

Pertenece a varias asociaciones, del sector empresarial y del diseño gráfico y estamos suscritos a diversas publicaciones impresas y digitales con las que nos mantenemos al tanto de las novedades del sector.

En cuanto a la innovación, en catinred estamos continuamente ampliando nuestros conocimientos para ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio, realizando cursos de formación y homologaciones con los que hemos conseguido entre otras cosas el certificado de operador de drones por la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) o la Homologación como estudio de diseño gráfico de imagen corporativa y packaging del Gobierno de Aragón y el CADI.

## **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 cada proyecto que se desarrolla en nuestra empresa, tratamos de evaluar consecuencias social y ambientalmente responsables.

### **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**

Nuestro servicio post-venta se basa, no solo en seguir al proyecto realizado hasta su fin final, sino, una vez terminado este, hablar con nuestro cliente para obtener su feedback acerca del grado de satisfacción y uso que ha realizado del mismo.

Esto nos ayuda a mejorar nuestro servicio para siguientes proyectos, siendo proactivos con nuestros clientes y ofreciéndoles proyecto tras proyecto soluciones personalizadas.

## **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**

Desde el momento de realización del presupuesto informamos de las posibilidades de nuestros servicios, resolvemos dudas y mantenemos esta comunicación durante todo el proceso.

## **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**

Tenemos un contacto continuo tanto con los trabajadores como con los colaboradores habituales, manteniendo un flujo de información bidireccional que mantiene tanto a la empresa como al trabajador al tanto de todo lo que ocurre. La transparencia en se sentido es cristalina y eso se manifiesta en la buena relación que hay entre todos, incluso con trabajadores que ya no pertenecen a catinred.

### **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 de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

##### **18.1. Información adicional.**

Actualmente no disponemos de una estructura en la que podamos realizar promociones internas, por lo que no requerimos de planes de igualdad de oportunidades, pero sí que contamos con una fuerte convicción de libertad de credo, género y racial que no afecta en modo alguno en el momento de contratar o subcontratar servicios. De echo? servicios como el de la limpieza del estudio lo subcontratamos con una empresa Certificada como

RSA.

## **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.**

Una de las actuaciones que hemos realizado desde que catinred abrió en 2005 es la convicción de que la libertad de horarios para cumplir con las obligaciones familiares, médicas y familiares es clave para el bienestar de los trabajadores, a los que se les ha dado plena confianza desde el principio teniendo incluso llaves del estudio.

## **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.**

Cuando a un empleado o persona en prácticas ha manifestado interés en realizar un curso de formación específico, la empresa ha intentado facilitárselo.

### **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.**

Dadas las características propias de nuestro sector, en continua evolución tecnológica, tratamos de aportar a nuestros empleados las medidas formativas necesarias para estar siempre al tanto de las últimas novedades.

## **Seguridad y Salud**

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias.

#### **22.1. Información adicional.**

Contamos con un proveedor externo que se ocupa de la evaluación de riesgos de la empresa, así como de todas las acciones de concienciación y formativas que necesita nuestro equipo.

## **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.**

Además de las compras responsables que tienen en cuenta criterios ambientales y sociales, ponemos especial interés en el comercio de proximidad, que favorece a las empresas vecinas y evita desplazamientos y consumos innecesarios.

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

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

##### **24.1. Información adicional.**

Ponemos especial interés en el comercio de proximidad, que favorece a las empresas vecinas y evita desplazamientos y consumos innecesarios.

## **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.**

En algunos casos se realizan campañas gratuitas para algunas instituciones cuyos objetivos sociales nos parecen interesantes.

### **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 desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

##### **26.1. Información adicional.**

El proyecto social cuenta con una consultoría en naming e imagen corporativa valorada en

un máximo de 6.000?, aportados como especie con el trabajo de nuestro equipo.

### **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**

Todo el equipo participa en la acción y están informados de los avances de cada paso del proyecto.

### **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**

Para el lanzamiento de la acción, se realizarán notas de prensa para la captación de solicitudes.

Una vez seleccionada la empresa o proyecto elegido, se realizará otra nota de prensa.

Durante el proceso se mantendrá la comunicación a través de al web del estudio y una vez terminado se realizará una presentación pública.

## **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.**

En el estudio reciclamos cartón y envases y utilizamos materiales reciclados y reciclables tanto para uso interno como para los proyectos gráficos que realizamos para nuestros clientes.

También utilizamos transportes sostenibles para la mayoría de desplazamientos y visitas a nuestros clientes dentro de Zaragoza.

### **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 a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

### **30.1. Información adicional.**

El uso de transportes sostenibles en ciudad y la actualización de la flota de la empresa con nuevos motores más eficientes son parte de nuestro compromiso contra el cambio climático.

## **Economía circular**

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

#### **31.1. Información adicional**

En esta empresa todo el papel que se consume es reciclado. Así mismo, los consumibles de impresoras y plotters son rellenables y reutilizables, priorizando además tintas respetuosas con el medio ambiente. Igualmente, se reciclan todos los sobrantes de papel y cartón que se generan.

## **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**

Todo el personal del estudio está informado y concienciado con el reciclaje y el cuidado del medio ambiente.

## **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 - Capacitar a las personas de la empresa
- 2 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 5 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 7 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 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?**

7

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

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

Al ser una empresa pequeña, la relación con nuestros trabajadores, clientes y proveedores es muy personal y familiar lo que nos capacita a todos de un sentimiento más allá de lo laboral, confiando en el buen hacer y capacidades individuales de cada uno.

En el estudio hay libertad de horarios, se trabaja por proyectos y plazos de entrega, permitiendo tanto a trabajadores como colaboradores que organicen su tiempo, dando libertad total para la conciliación familiar.

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

Estamos intentando ser más proactivos en temas sociales, utilizando nuestra experiencia en el mundo emprendedor para ayudar a empresas de nueva creación a comenzar con una buena imagen corporativa y facilitando e informando de los primeros pasos a dar para llegar a consolidar cada proyecto.

### **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 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.