

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

#### OR COMUNICACIÓN

CIF:B50580448

C/Alfonso 1º, 16, 1º A

50003 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

RAZÓN SOCIAL: ORTIZ REMACHA ASOCIADOS SL

NOMBRE COMERCIAL: OR COMUNICACIÓN

#### 02 - Dirección - CP - Población

Calle Alfonso I, 16, 1ºC 50003 Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Comunicación corporativa, RR.PP. gestión de marca, publicidad

#### 04 - Año comienzo actividad.

1994

#### 05 - Número de personas empleadas

2 empleadas+ 1 trabajador autónomo que es uno de los socios

#### 06 - Persona contacto

Alfonso Ortiz Remacha ( director)

#### 07 - E-mail contacto

or@or-comunicacion.com

#### 08.- Página web

www.or-comunicacion.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 para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

**1.1 Información adicional**

En marzo 2020 renovamos nuestra participación en el Pacto Mundial de Naciones Unidas como Socio Signatory (con participación económica) y por tanto en la Red Española del Pacto Mundial., asistimos a la mayor parte de las acciones informativas y formativas que se celebran con el fin de transmitir esta información hacia las empresas clientes y contribuir así a la mejora de nuestro entorno.

Desde 2017, como hemos informado en los años precedentes, y tras realizar Curso Superior de Experto en RSC en el Observatorio de la RSC en Madrid ( 680 horas lectivas, Calificación obtenida: Sobresaliente) asesoramos a nuestros clientes para avanzar en materia de RSC, incluyendo adherirse al sello RSA, a fin de fortalecer el liderazgo de la comunidad de Aragón en materia de sostenibilidad empresarial.

Claro está que la empresa se ve afectada ya sea de manera directa o de forma indirecta ( al verse afectados nuestros clientes y proveedores) por todos aquellos aspectos que tienen que ver con el entorno económico, social y medioambiental, al igual que por todos aquellos aspectos que inciden sobre la comunicación en las empresas. Sin lugar a dudas, las redes sociales son en la actualidad uno de los modos de comunicación con los grupos de interés que ofrecen una mayor eficiencia tanto desde el punto de vista económico como desde el punto de vista social mejorando la transparencia empresarial. Por todo ello pasamos a la acción en nuestro día a día. Tenemos publicada memoria de actividades en la web del Pacto Mundial de Naciones Unidas:  
[https://compactlink.pactomundial.org/services/documentmanager/file\\_handlers/embed\\_file.php?h=0e350bd4d0f8531eb9f4a70ed41582827564](https://compactlink.pactomundial.org/services/documentmanager/file_handlers/embed_file.php?h=0e350bd4d0f8531eb9f4a70ed41582827564)

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

Si

**2.1. Información adicional**

Si bien consideramos que una PYME puede afrontar por si misma los retos de desarrollo sostenible, lo cierto es que pertenecer a Asociaciones u organismos que lo fomentan, como es el caso del sello RSA, allanan notablemente el camino., No puede haber una empresa realmente exitosa en una sociedad que no lo es. Todas las empresas pueden aportar valor a la sostenibilidad global. Cualquier acción positiva en lo particular suma positividad a lo general. En OR consideramos que no hay acción pequeña en RSC. Se trata de que entre todos, cada uno conforme a sus posibilidades, impulsemos un modelo económico sostenible también desde el punto de vista social y medioambiental. Sin duda una Pyme tiene condicionadas sus políticas de responsabilidad por su pequeño tamaño, con unos recursos humanos y materiales limitados, pero todo suma. La responsabilidad social comienza por la asunción de la responsabilidad individual. La esencia que subyace sobre la RSE son las personas, ya sea que estén configuradas en torno a una multinacional o en una Pyme. Más que de capacidad, se trata de compromiso y de actitud empresarial. Es una

manera de gestionar, una forma de ser empresa y queremos seguir avanzando en este sentido.

## **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?**

Sin respuesta

#### **3.1. Información adicional**

Sin respuesta

### **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**

El 22 de marzo de 2019 organizamos ProBono para el Banco de Alimentos de Zaragoza, una jornada de concienciación sobre la incidencia del desperdicio alimentario, en el marco del 25 aniversario del Banco de Alimentos de Zaragoza, con una mesa de debate en la que contamos con Clara Arpa, CEO de ARPA Equipos Móviles de Campaña, Miembro de la Junta Directiva del Pacto Mundial de Naciones Unidas; Víctor Viñuales Sociólogo, cofundador y Director de ECODES, profesor y miembro de diversos consejos asesores; y Félix Longás, presidente de la Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón. El evento se celebró en el Patio de la Infanta de Ibercaja.

## **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**

Grupos de interés internos:

Trabajadores

Socios

Grupos de interés externos:

Clientes

Proveedores

Colaboradores ( otros profesionales con los que trabajamos de forma conjunta)

Sector profesional

Medios de comunicación

Organizaciones sociales

Sociedad en general

Administraciones públicas

**6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?**

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

**6.1. Información adicional**

Nuestra pequeña dimensión nos permite un trato muy personalizado con cada uno de los grupos de interés una. Tenemos sistema de reuniones ad hoc para un contacto directo y bidireccional con nuestros grupos de interés prioritarios para conocer sus necesidades y expectativas a través de conversaciones frecuentes y personalizadas.

**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**

Somos tres personas trabajando en equipo, dos de nosotros desde 1994, estamos totalmente sincronizadas en nuestro trabajo y conocemos los procedimientos de la empresa, sistematizado nuestro código de conducta.

**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**

Tenemos reuniones de equipo para puesta al día, en las que se pone en común la estrategia de la empresa y se escuchan y se tienen en cuenta todas las percepciones y opiniones para poder estar armonizados al respecto.

**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**

Trabajamos para sistematizar nuestras acciones en esta materia, pues aunque durante nuestros 25 años de trayectoria hemos realizado de manera continua actuaciones que podrían enmarcarse en el ámbito de la RSC, queremos darle un marco de referencia, recibiendo formación continua especializada al respecto de forma que redunde tanto en nuestras actuaciones internas como en nuestro desempeño en el asesoramiento sobre

comunicación a nuestros clientes. Este año hemos avanzado en nuestras actuaciones para hacer extensiva esta sensibilización, fundamentalmente a nuestros clientes y hemos pasado a asesorar a empresas en este sentido.

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

**10.1. Información adicional**

No tenemos todavía un plan RSC concretado, si bien nos empujamos siempre a un siguiente paso de compromiso.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

**11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?**

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

**11.1. Información adicional**

Tenemos sistematizada reuniones periódica, pues aunque en OR tenemos pocos clientes a quienes se realiza un servicio de comunicación integral, queríamos conocer su grado de satisfacción para ayudarnos a prestar un mejor servicio.

**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**

Uno de nuestros valores es la formación continua. Forma parte de nuestro trabajo estar al tanto de las tendencias en materia de comunicación que existen, tanto en general como en los sectores a los que pertenecen nuestros clientes. Estas mejoras, una vez analizadas y consensuadas, se implementan de manera automática en nuestro servicio, procurando siempre en mayor cuidado hacia la reputación de nuestros clientes, pues nuestro trabajo maneja fundamentalmente intangibles.

### **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**

Cada servicio está hecho a medida del cliente. Nos mantenemos al día en nuestro sector de actividad a través de un proceso de formación continua y de publicaciones y foros online. Realizamos investigación y estudio a nivel interno analizando otras investigaciones, estudios de tendencias y casos de empresas como puntos de partida sobre los que poder

mejorar nuestro servicio, algo que en nuestro sector muchas veces es una cuestión de enfoque.

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

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

Sin respuesta

##### **14.1. Información adicional**

Sin respuesta

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

Se ofrece un servicio postventa integral

##### **15.1. Información adicional**

En nuestro caso no puede ser de otra manera pues estamos en contacto continuo con el cliente. Salvo excepciones, no realizamos trabajos puntuales, sino que establecemos relaciones de larga duración con nuestros clientes.

### **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**

Se consensúa con el cliente la planificación de los servicios, cada contenido, plazos y costes, informamos de los riesgos corporativos a nivel de imagen para ciertas empresas en su exposición pública. De igual manera protegemos siempre la propiedad intelectual de los materiales utilizados e informamos de ellos a nuestros clientes.

### **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**

Sistematizada reunión a este propósito. Tenemos comunicación plena para conocer el punto en el que se encuentra cada integrante del equipo. Se trata de un equipo bien engranado con décadas de trayectoria.

#### **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.**

El equipo está conformado por dos mujeres (trabajadores por cuenta ajena) y un hombre (socio, autónomo).

La retribución de los dos consultores del equipo (trabajadora y socio) está totalmente equiparada.

Todos los miembros del equipo pueden solicitar aquella formación que deseen para mejorar su desempeño y empleabilidad.

### **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 trabajadora tiene a su cargo un familiar gran dependiente desde hace 9 años y se le facilita en horario y medios la conciliación de su trabajo y vida familiar. El teletrabajo es una de las medidas adoptadas.

Tras un traslado de domicilio, se modificó el horario de otra de las trabajadoras para mejorar su calidad de vida.

En todos los casos, se ha facilitado y apoyado a los trabajadores en situaciones familiares diversas, enfermedades 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.**

Si bien la empresa tiene en cuenta la opinión de los trabajadores preguntando por sus necesidades de formación de cara a mejorar sus habilidades y empleabilidad, también se tienen en cuenta las tendencias del mercado para proponer formación complementaria a los trabajadores. Durante la época del confinamiento y el teletrabajo hemos reforzado nuestra formación a través por ejemplo del programa +Cerca del IAF y otros.

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

Sin respuesta

**21.1. Información adicional.**

Sin respuesta

**Seguridad y Salud**

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

Sin respuesta

**22.1. Información adicional.**

Sin respuesta

**PROVEEDORES**

**Compras responsables**

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

Sin respuesta

**23.1. Información adicional.**

Sin respuesta

**Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Sin respuesta

**24.1. Información adicional.**

Sin respuesta

**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.**

Durante años sistematizamos nuestro calendario de acciones pro-bono hacia dos ONG , La pandemia ha paralizado la organización de los eventos en los que colaborábamos, si bien nuestro objetivo es retomas estas actividades en cuanto la situación se estabilice. Procuramos además que nuestros clientes apoyen causan de impacto social positivo.

## **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.**

Desarrollamos nuestra acción social en el campo en el que estamos especializados: la comunicación y la RSC.

## **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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

### **27.1. Información adicional**

Buscamos sinergias cruzadas. Todos los miembros del equipo colaboramos con estas actuaciones y además potenciamos el patrocinio u otras formas de colaboración de nuestros clientes con estas causas sobre las que tomamos responsabilidad.

## **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**

Realmente nuestra colaboración consiste en comunicar, fundamentalmente a través de notas de prensa y organización de eventos abiertos a empresas y medios, en los que ponemos en valor las actividades de las causas que apoyamos. Se comunican a aquellos grupos de interés que consideramos pueden afectar de manera positiva a los objetivos de las ONG,s con las que colaboramos. Publicamos también en nuestro blog y RRSS. Como ya hemos indicado, tenemos además publicada nuestra memora en el Pacto Mundial [https://compactlink.pactomundial.org/services/documentmanager/file\\_handlers/embed\\_file.php?h=0e350bd4d0f8531eb9f4a70ed41582827564](https://compactlink.pactomundial.org/services/documentmanager/file_handlers/embed_file.php?h=0e350bd4d0f8531eb9f4a70ed41582827564)

## **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.**

Tenemos en marcha sistema de separación de residuos, recomendación de no impresión de documentos salvo ser necesario, reciclaje de papel y trabajamos por mejorar nuestra eficiencia energética. Solicitamos a las imprentas papeles ecológicos.

### **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.**

Las anteriormente señaladas que se comunican internamente. Compromiso de reducción de uso del aire acondicionado en verano y adecuación del horario de verano para minimizar su impacto.

### **Economía circular**

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

Sin respuesta

#### **31.1. Información adicional**

Sin respuesta

### **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**

La comunicación interna es vital en este sentido si bien tenemos publicada memoria en en la web del Pacto Mundial de Naciones Unidas [https://compactlink.pactomundial.org/services/documentmanager/file\\_handlers/embed\\_file.php?h=0e350bd4d0f8531eb9f4a70ed41582827564](https://compactlink.pactomundial.org/services/documentmanager/file_handlers/embed_file.php?h=0e350bd4d0f8531eb9f4a70ed41582827564)

## **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 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés

- 2 - Capacitar a las personas de la empresa
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 5 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 6 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 7 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 8 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 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?**

Este año hemos fortalecido nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas. Tenemos formación especializada, experiencia y capacidad para dar voz a diferentes causas y propiciar un modelo económico sostenible y una mejora relevante para la sociedad. Creemos en lo que hacemos.

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

La situación económica provocada por la situación sanitaria ha provocado que sea algo más difícil concienciar a las Pymes locales acerca de la importancia de implementar acciones de RSC. Por ello estamos trabajando en la línea del Green Deal para fortalecer nuestro argumentario y lograr que más clientes vayan introduciendo en su actividad políticas RSC, y dar así mayor visibilización de los ODS

### **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 y tiene un compromiso público 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 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.

- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.