

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**OSMOEUROPA, S.L.U.**

CIF:B50801794

Polígono Industrial de Malpica. Calle F Oeste Nave  
95

50016 - Zaragoza  
Zaragoza

## DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

### 01 - Denominación de la organización

OSMOEUROPA S.L.U.

### 02 - Dirección - CP - Población

POL. MALPICA C/F OESTE NAVE 95, 50016 ZARAGOZA

### 03 - Sector. Actividad

Nuestro sector de actividad es el agrícola y ganadero. Pero realmente, y aún teniendo en cuenta siempre a nuestros usuarios finales, nuestros clientes reales son empresas distribuidoras, es decir, instaladores, cooperativas que venden a sus socios y tienen departamento de ingeniería, grandes empresas de electricidad que realizan instalaciones, constructoras de granjas y almacenes que a su vez realizan "llaves en mano", etc.

### 04 - Año comienzo actividad.

1999

### 05 - Número de personas empleadas

Ahora mismo contamos con 7 empleados.

### 06 - Persona contacto

CRISTINA MORENO ZAPATA

### 07 - E-mail contacto

[administracion@osmoeuropa.com](mailto:administracion@osmoeuropa.com)

### 08.- Página web

[www.osmoeuropa.com](http://www.osmoeuropa.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**

Seguimos un Plan Estratégico a 3 años vista, que revisamos y modificamos periódicamente, en función precisamente de este tipo de factores y tendencias, promoviendo acciones dentro de nuestros límites.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Con limitaciones, no pocas, pero Sí, con un análisis previo profundo, se pueden llegar a realizar ciertas acciones, que si bien posiblemente no se puedan comparar con el poder y la influencia de grandes empresas y multinacionales, sirve como concienciación y plan de cambio hacia nuestro entorno más cercano.

### **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?**

Se incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

### **3.1. Información adicional**

Además de aspectos ambientales y sociales de cumplimiento legal obligatorio, sea por poner algún ejemplo las declaraciones periódicas y anuales de residuos, con planificación tanto a corto como a medio plazo, la formación en aspectos como el acoso por parte de todos los empleados y directivos, etc. Osmoeuropa es una empresa muy empática con los problemas de actualidad a nivel mundial, y trata de acometer siempre proyectos, en la medida que sus recursos se lo permiten, de apoyo social, como donaciones de distinta índole, o mejoras en sus procesos productivos y de gestión que repercutan en un bien social.

### **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**

Con las limitaciones de una empresa pequeña, destinamos no una parte de beneficio, pero sí una cantidad anual según las acciones que hemos planificado.

### **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 empleados y clientes

#### **5.1. Información adicional**

Realmente, aparte de clientes y empleados, también solemos contribuir con algunas ONG o asociaciones, pero no a un nivel elevado.

Además somos responsables con nuestras obligaciones legales y administrativas.

Buscamos la transparencia y el cumplimiento de nuestros compromisos, con todos, desde gerencia, empleados, clientes, proveedores, administraciones públicas, etc.

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

#### **6.1. Información adicional**

En cuanto a clientes basándonos en encuestas de satisfacción y diálogo continuo y con los empleados, mantenemos reuniones para intercambiar impresiones y buscar soluciones ante demandas individuales o colectivas. Además, promovemos formación no solo para nuestros empleados, sino también para nuestros clientes, según demanda y necesidades.

Creemos en la comunicación como punto fuerte y desarrollamos estrategias en este sentido.

### **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?**

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

#### **7.1. Información adicional**

Disponemos de un texto de "bienvenida" que está disponible para los empleados nuevos y se explica y comenta de forma de individual, pero tenemos dentro de nuestra planificación una propuesta de "manual de acogida" que queremos implementar con ciertos temas comunes de interés para toda la plantilla.

**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**

Como he comentado antes, además del manual de acogida, nuestra política de trabajo es

conocida por todos con total transparencia, así como procedimientos, éxitos y ciertos indicadores de diferentes áreas.

## **Plan de Responsabilidad Social**

### **9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?**

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### **9.1. Información adicional**

No tenemos como tal un plan específico de responsabilidad social, pero muchas de nuestras actuaciones, sin vincularlas al mismo y más relacionadas con nuestra certificación de calidad o nuestro plan estratégico., responden a lo que busca precisamente un plan de responsabilidad social como tal, quizá sin abordar a todos los grupos de interés, pero sí realizando acciones en esa dirección.

### **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**

Sin tener un plan como tal, las acciones que he nombrado anteriormente son planificadas en el tiempo, dirigidas, con responsable, seguimiento y toma de decisiones posteriores según resultados, si bien, posiblemente no abrancan a la totalidad de los agentes afectados en un plan de responsabilidad social.

## **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**

Nuestra empresa tiene la certificación de calidad y uno de los aspectos fundamentales, precisamente en el ámbito comercial, es precisamente la satisfacción del cliente, y según nuestra concreta política de calidad, la satisfacción no solo del cliente sino también del usuario final, para ello, medimos anualmente la satisfacción de nuestros clientes mediante encuestas dirigidas a título personal. Encuestas que modificamos según los aspectos que cada año queremos medir, revisamos y realizamos indicadores de seguimiento para valorar y comparar las actuaciones tomadas y sus resultados.

No solo usamos como herramienta las encuestas de calidad, alternamos estas con otras más directas dirigidas también a personas concretas de distintas responsabilidades dentro de la jerarquía de nuestros clientes.

Partiendo de los resultados de este análisis desarrollamos acciones con distintos objetivos en distintos horizontes temporales.

## **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 saber si son exitosas

### **12.1. Información adicional**

Mediante la medición y análisis de indicadores diseñados para ello, trimestrales, semestrales y/o anuales, vinculados como he comentado tanto a nuestro plan estratégico como a nuestra certificación en calidad.

## **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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

### **13.1. Información adicional**

Somos una empresa muy comprometida con el I+D+i, de hecho todos nuestros productos son desarrollados por nosotros mismos, y enfocados a una mejor usabilidad para el cliente y a satisfacer exactamente sus necesidades. Siempre en continua innovación, podemos presumir de estar totalmente orientados a cliente y usuario, y gozamos de una muy valorada flexibilidad entre ellos a la hora de realizar mejoras, cambios y personalizaciones a la carta de nuestros productos. No solo personalizaciones, sino que han surgido productos directamente de la necesidad de nuestros clientes, lo que implica además una continua y estrecha comunicación con ellos.

## **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**

Somos muy conscientes de la necesidad del acompañamiento de nuestro producto y nuestro cliente hasta el final de la vida de nuestros productos, con asesoramiento personalizado y eficiente tratando de minimizar recursos y potenciando una "forma de hacer las cosas" ligada a la responsabilidad social.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

### **15.1. Información adicional**

Parte lo he indicado en la respuesta anterior.

Además de los teléfonos de consulta para dudas técnicas y averías a disposición del cliente y usuario, disponemos de una base de datos donde registramos las averías y

causas raíz de avería, y tomamos decisiones en cuanto a los datos trimestrales, semestrales y/o anuales.

Y dicha información nos permite revisiones y mejoras de producto, y acciones que se incorporan en nuestra planificación y que son objeto de seguimiento y medición.

De hecho, en las encuestas de satisfacción de nuestros clientes, el punto del servicio postventa es el más valorado.

## **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**

Este punto también ha sido tratado antes, disponemos de manuales de instrucciones, fichas de productos, consejos de instalación, y una amplia gama de vídeos y demás documentación, tanto en la web como acompañando al producto.

Y la información es muy amplia, no solo aborda la correcta instalación y uso de nuestros productos sino posibles problemas y soluciones como riesgos de una mal uso del mismo.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

#### **17.1. Información adicional**

En el desglose de respuestas de la pregunta anterior he marcado que de forma puntual, porque ha sido así hasta ahora, pero en nuestra planificación hemos incluido una acción en la última revisión y estamos generando un manual para medir la evolución del desempeño, con reuniones periódicas individuales y grupales, con nuestros empleados.

### **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)?**

No se han desarrollando actividades en esta materia

#### **18.1. Información adicional.**

## **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 aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

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

A raíz de la pandemia y buscando facilitar en todo lo posible la conciliación, se ha dado la opción del teletrabajo en aquellos puestos que así pueden desempeñarse.

## **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.**

Además de la propia formación que jerárquicamente desde gerencia se diseña para cada departamento y/o de carácter también individual.

Gerencia y los responsables de área recogen aquellas necesidades de formación promovidas por los propios empleados.

De tal forma, ponemos a su disposición tanto formación interna como externa, y valoramos las iniciativas en este sentido. Al inicio del ejercicio, elaboramos un plan de formación, sin perjuicio de ser revisado y modificado semestralmente y anual.

### **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.**

Cada nueva incorporación recibe una formación básica sobre los procedimientos de tipo general en la empresa.

Además, recibe una formación en profundidad según necesidades de su puesto de trabajo.

Además, disponemos de un plan de formación anual revisable al trimestralmente que permite detectar y planificar necesidades de formación por puestos o por empleado.

## **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.**

Dicha evaluación de riesgos de los puestos de trabajo y las condiciones generales de la empresa en cuanto a seguridad, es realizada por personal cualificado ajeno a la empresa, de tal modo demostramos nuestra preocupación y transparencia en este aspecto.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

En la compra de productos, bienes y servicios, no se han definido criterios medioambientales y sociales.

#### **23.1. Información adicional.**

Me parece un aspecto interesante a tener en cuenta para mejoras futuras, solo que en ocasiones entramos en temas de competencia, y no es fácil para una empresa pequeña.

### **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.**

Se realiza una evaluación anual de proveedores, teniendo en cuenta criterios de precio, calidad, servicio, etc.

Es cierto, que como tal no está definido el criterio de proximidad en nuestro procedimiento, pero siempre es tenido en cuenta por los responsables.

## **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 algunos proyectos de forma puntual

#### **25.1. Información adicional.**

Nos gustaría profundizar más en este aspecto, pero de momento solamente tenemos destinada una cifra anual para donaciones y hemos realizado acciones puntuales.

Ejemplo de estas acciones puntuales, es por ejemplo que en plena pandemia, mientras el confinamiento y cuando no había posibilidad de obtener EPIS para nuestros sanitarios, desarrollamos unas pantallas de protección utilizando un material ganadero, que si bien no cumplía ninguna normativa, la donamos a residencias de ancianos, y a algunos hospitales. Esta acción fue promovida desde gerencia y en ella participaron los empleados con gran ahínco e ilusión, y nos emocionó ver como ese material fue muy agraciado por aquellas organizaciones que lo percibieron.

### **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?**

No, no están unidos con el negocio

**26.1. Información adicional.**

**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**

Ya digo que no hemos realizado muchas acciones, pero las que sí hemos hecho se dan a conocer de forma activa en la empresa, en nuestra web y en las redes sociales.

**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**

Tenemos un plan de comunicación general con nuestros grupos de interés, y si bien tengo el ejemplo anterior, realmente está muy enfocado al cliente, pero todo se comunica de la misma forma.

Se seleccionan la información que se quieren dar a conocer y se envía en forma de noticias a nuestros grupos de interés, así como se incluyen en nuestras redes sociales.

La periodicidad de este tipo de comunicación es quincenal.

**AMBIENTAL**

**Impacto ambiental**

**29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

No existe una planificación para estos temas.

**29.1. Información adicional.**

Si bien no tenemos una planificación sobre este tema, al ser empresa fabricante de productos electrónicos, estamos adheridos a RECYCLIA, y por tanto realizamos una declaración responsable trimestral de aparatos eléctricos y electrónicos en cuanto a unidades y kg., y aplicamos y abonamos la tasa de reciclado correspondiente a estos.

Por otra parte y sin estar certificados en la ISO 14000, sí hemos incorporado alguno de sus procedimientos para minimizar el impacto medioambiental de la fabricación de nuestros productos.

### **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?**

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

#### **30.1. Información adicional.**

Lo expuesto anteriormente.

Además pertenecemos a un grupo de empresas, una de ellas está estudiando la descarbonización de los automóviles para la menor emisión de gases contaminantes a la atmósfera.

### **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**

Estamos tratando de elaborar algún proyecto modesto a tal efecto, pero no está definido por completo.

### **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**

Y tampoco a todos los grupos, fundamentalmente a empleados y clientes.

## **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 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 4 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral

- 5 - Capacitar a las personas de la empresa
- 6 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 7 - Disponer de presupuesto
- 8 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local

### 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?**

La orientación al cliente, usuario y empleado.

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

Realizando este cuestionario, creo que donde más "cojos" estamos es en la planificación de acciones sociales y medioambientales, se hacen de forma puntual, pero así como en otros aspectos tenemos muy interiorizado el modelo de : análisis, objetivos, planificación, responsable y seguimiento, en estos dos aspectos, no es de forma tan formal, lo que ayudaría a la constancia en este tipo de acciones.

### 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?**

No