

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**OBTURA CREACION AUDIOVISUAL SOCIEDAD  
COOPERATIVA**

CIF:F02899672

Avenida de las Torres, Núm. 39 Casa 3, 8ªa

50008 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

OBTURA CREACION AUDIOVISUAL, SOCIEDAD COOPERATIVA

#### 02 - Dirección - CP - Población

Avenida de las Torre, núm. 39 casa 3. 8ªA - 50008 - ZARAGOZA

#### 03 - Sector. Actividad

PRODUCCION AUDIOVISUAL. MARKETING AUDIOVISUAL, VIDEO Y FOTOGRAFIA,

#### 04 - Año comienzo actividad.

2.020

#### 05 - Número de personas empleadas

TRES.

#### 06 - Persona contacto

Rubén MOLLEDO NEBRA.

D.N.I. núm. 76.924304E.

Tfno.. 648248639

#### 07 - E-mail contacto

info@obtura.tv

#### 08.- Página web

obtura.tv

### 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**

Cualquiera de los puntos mencionados en la pregunta tienen un impacto muy relevante en nuestra empresa como en la sociedad y así lo reflejamos en nuestros objetivos y en nuestros planes a corto, medio y largo plazo. Queremos acercar la imagen, la realidad y actualidad a todos nuestros proyectos audiovisuales por lo que los temas económicos, políticos, medioambientales, y por supuesto los tecnológicos y sociales nos afectan enormemente.

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

No

### **2.1. Información adicional**

Cada vez estamos más convencidos que el individualismo en cualquiera de los temas que estamos tratando no conseguirán los objetivos planificados y proyectados. En un mundo cada vez más globalizado está claro que "la unión hace la fuerza" en el tema empresarial con más incidencia si cabe.

## **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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

### **3.1. Información adicional**

Dentro de nuestra organización, siendo una empresa de reciente creación, se ha planteado ya desde sus comienzos, retos sociales, económicos y ambientales como así lo indican nuestros estatutos, sus objetivos y la forma de planificar y trabajar. Tratando en muchos de nuestros proyectos siempre con una visión comprometida con la defensa de los aspectos sociales, de igualdad y protección del medio ambiente.

**4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?**

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

### **4.1. Información adicional**

Como hemos mencionado, siempre y por la importancia que damos a los problemas

sociales y ambientales una parte de los esfuerzos tanto económicos como personales y profesionales se dedican a proyectos de defensa de retos sociales y medioambientales, siempre estudiando y verificando que los mismo se dediquen a los objetivos propuestos en estos ámbitos.

## **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.**

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

### **5.1. Información adicional**

Realmente damos una gran importancia a una línea de comunicación y dialogo con todos los grupos que intervienen en nuestra vida empresarial:

Enfocamos nuestros mayores esfuerzos en que los clientes interactúen con nosotros realizando innumerables reuniones para enfocar claramente sus expectativas y deseos.

Otro punto importante es el de los empleados que forma parte de la organización pues se valora enormemente sus iniciativas y pretensiones, intentado conciliación familiar, descansos etc..

Organismos públicos, medios de comunicación, otras empresas del sector con las que colaboramos, asociaciones etc. configuran el tejido clave en nuestra organización, ya que su favorable acogida suponen nuestros éxitos profesionales.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

### **6.1. Información adicional**

Con cada grupo de interés que conforman nuestra organización y áreas de trabajo, se estudian necesidades, estudios de mercado, colaboraciones conjuntas, reuniones periódicas para que exista un dialogo fluido y en ambas direcciones con cada uno de ellos.

## **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**

Efectivamente existe un código de conducta que engloba los diferentes sectores que componen la organización y que a medida que surgen nuevas vicisitudes o alguna de las partes afectadas así lo consideran se pasa a revisar, mientras los objetivos se cumplen y su funcionamiento es correcto se sigue su ejecución.

**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**

Cada elemento que conforma la organización es parte imprescindible para la misma, por eso se hace un gran esfuerzo para que todos los integrantes tomen como suyo cada uno de los objetivos y proyectos que se realizan, por lo que se informa puntualmente.

## **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**

De ahí la importancia que hemos establecido en formar parte de este proyecto RSA, se están planificando actualmente tanto el plan como los objetivos de una forma mas ambiciosa que hasta ahora teníamos.

### **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**

Aunque en el proyecto que estamos estudiando actualmente, como hemos dicho, nuestros objetivos van a ser mucho mas ambiciosos desde el punto de vista social y medioambiental, actualmente están en estudio todas estas reformas.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

##### **11.1. Información adicional**

Al existir un trato bastante cercano con nuestros clientes, comentamos frecuentemente el grado de satisfacción de los mismos con los proyectos desarrollados; ahora bien, a medida que va aumentando la cartera de clientes esta previsto como proyecto inmediato realizar un plan metodológico para conocer fehacientemente el grado de satisfacción y propuestas de mejora.

#### **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**

Como veníamos diciendo, partiendo de una relación cercana, la comunicación es directa, pero está en proyecto la realización de un plan de conocimiento de satisfacción y mejora de cara a los clientes.

### **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**

Actualmente estamos desarrollando sondeos y estudios de mercado de cara a proyectar nuevos productos, también intentar expansión en nuevas zonas y mercados; así como establecer productos novedosos e impactantes. Todo en proyecto, pero determinados a llevarlo a cabo a medio plazo

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

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

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

##### **14.1. Información adicional**

Los aspectos ambientales y sociales han estado presente desde la creación de la organización, las buenas practicas, el hacer lo correcto satisfaciendo necesidades han sido siempre y desde su origen parte importante en la planificación y desarrollo de nuestra empresa. La responsabilidad social empresarial es clave en nuestra forma de trabajar.

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

##### **15.1. Información adicional**

El servicio post-venta, al ser un servicio de producción audiovisual en el área de marketing audiovisual, esta abierto a revisiones del producto, actualizaciones, variaciones etc. para ofrecer un servicio integral y programado, aunque no existe un diseño preconcebido u organizado.

### **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**

La transparencia es una de las cualidades mas perseguidas en nuestra empresa,

ofreciendo al cliente una información integral del servicio que realizamos, pros y contras de cada uno de ellos, problemática y dificultad, así como una visión realista del producto final que ofrecemos.

## **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

##### **17.1. Información adicional**

Al ser una cooperativa de trabajo asociado, diariamente existe un contacto estrecho entre los socios trabajadores, haciendo reuniones diarias de programación del trabajo. Así como se establecen turnos de vacaciones, descanso etc. totalmente consensuado y estudiado.

### **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.**

Como venimos diciendo, por la peculiaridad de nuestra empresa, al ser una cooperativa de socios que trabajan, existe una normativa de acceso clara y estudiada por la cual se respetan los principios de igualdad en todo momento.

Si bien existe un proyecto de realizar un programa de seguimiento de igualdad de oportunidades a la hora de contratación de trabajadores en un futuro próximo..

### **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?**

Existen iniciativas formales para facilitar el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

Se tiene especial cuidado en todo lo relativo a la conciliación familiar de los trabajadores, Poniendo especial hincapié en temas relativos a cuidados de familiares, vacaciones, etc.

### **Formación y desarrollo profesional**

#### **20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?**

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

#### **20.1. Información adicional.**

Se tiene una especial preocupación y dedicación a la formación permanente en todos los ámbitos del trabajo desarrollado, para estar lo mas actualizados posible, tanto en materia económica, personal y técnica.

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

#### **21.1. Información adicional.**

Hay una constante preocupación por la formación en todos los ámbitos, aunque por motivos de caudal de trabajo puede desarrollarse en horario no laboral, existe un proyecto de plan formativo que en este momento estamos desarrollando.

### **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.**

Se a estudiado pormenorizadamente los temas de seguridad laboral, salud de los trabajadores de la empresa y existe un plan de seguridad y salud, que actualmente se esta revisando y poniendo al día.

### **PROVEEDORES**

#### **Compras responsables**

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

#### **23.1. Información adicional.**

Existe en nuestra empresa una gran preocupación por el desarrollo de líneas de comunicación y dialogo bidireccional con los proveedores de materiales, herramienta y servicios utilizados por nuestra organización para la realización de trabajos de calidad, que es lo que perseguimos. Es una de nuestras máximas preocupaciones, planteando planes de formación y desarrollo en este aspecto.

#### **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.**

Como he dicho anteriormente, es uno de los puntos considerados mas importantes en nuestra empresa evaluación de proveedores y clasificación con criterios de sostenibilidad, aspectos sociales, de igualdad y proximidad.

**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.**

Se intenta trabajar para dar publicidad a proyectos de calado social, siempre desde el prisma del audiovisual. Se programa regularmente acciones formativas para los miembros de la empresa así como se participa en asociaciones y ONG,s preocupadas de temas sociales y de igualdad.

**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.**

Como comentamos hemos participado en proyectos audiovisuales dentro de la estrategia de dar publicidad a temas sociales, se han realizado regularmente pequeños audiovisuales sobre temas de igualdad, juventud, temas de prevención de soledad de personas mayores, etc. pequeños videos para dar visibilidad a estos problemas.

**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**



Dentro de los fines y proyectos de nuestra organización esta la formación integral de sus miembros, la transmisión de valores que nos acerquen a una sociedad mas justa e igualitaria, siempre intentamos que este sea nuestro plan de cara a integrantes, clientes y futuros proyectos.

## **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 y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

#### **28.1. Información adicional**

Efectivamente, redes sociales y medios de comunicación son para nosotros mecanismos imprescindibles de participación en el entorno social de nuestra ciudad y nuestra comunidad, haciendo partícipes a todos ellos de nuestras inquietudes sociales y de nuestros proyectos empresariales y de formación..

## **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.**

Se tiene en cuenta el efecto de impacto ambiental que puede significar los trabajos que realizamos. se coordinan acciones preventivas y se estudian alternativas en el caso de que se presenten opciones mas beneficiosas para el medio ambiente. Hay una verdadera concienciación en nuestra organización.

### **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.**

De este compromiso a nivel interno se desprende las necesidad de participar públicamente en compromisos mas intensos a nivel de cambio climático. Concienciados internamente deseamos hacerlo públicamente a través de iniciativas como esta que nos presenta el Programa Empresa Aragón.

### **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**

Existe una concienciación plena de nuestra organización sobre la economía circular, una necesidad de transición a fuentes renovables de energía, basada en eliminar residuos y contaminación desde el diseño. Mantener productos y materiales en uso. Regenerar sistemas naturales. Esta es nuestra clara apuesta.

**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**

Se esta proyectando una mayor implicación de nuestra organización en este ámbito, de ahí la participación en el presente proyecto, para dar a conocer estas necesidades de protección ambiental tanto dentro como fuera de la empresa a todos las personas y grupos con las que establecemos alguna comunicación o relación,

**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 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 5 - Disponer de presupuesto
- 6 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 7 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 8 - Capacitar a las personas de la empresa
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
- 10 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente

**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?**

Un punto fuerte para nosotros sería buscar la calidad del producto, de forma transparente, competitiva, responsable con el medio ambiente y con las personas que forman parte de la empresa y de nuestro entorno clientes y proveedores.

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

Área de mejora para nosotros sería principalmente la gestión administrativa, coordinación con entes públicos, soluciones y solicitudes de temas de gestión, subvenciones etc  
Proyecto sostenible y de compromiso social sería muy importante implementarlo y desarrollarlo..

## **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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- 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.