

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**CENTRAL OPTICOS - MARÍA SOLEDAD  
MANZANO**  
CIF:17171932V  
C/Sanclemente nº:6 - 1ºA-B  
50008 - Zaragoza  
Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

**01 - Denominación de la organización**

CENTRAL OPTICOS

**02 - Dirección - CP - Población**

C/ FELIPE SANCLEMENTE 6 1º A-B Y 8 1º B

**03 - Sector. Actividad**

SALUD VISUAL Y AUDITIVA

**04 - Año comienzo actividad.**

1991

**05 - Número de personas empleadas**

14

**06 - Persona contacto**

LUIS FRANCO MANZANO

**07 - E-mail contacto**

[luis@centralopticos.es](mailto:luis@centralopticos.es)

**08.- Página web**

[www.centralopticos.es](http://www.centralopticos.es)

### GENERAL

#### Tendencias Globales

- 1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:
  - Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
  - Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
  - Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
  - Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)

- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

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**

EJEMPLOS.

INTEGRACIÓN PROVEEDORES GRANDES COMO LUXOTTICA Y ESSILOR ,A NIVEL EUROPEO...., CONTESTACIONES A LAS ENCUESTAS DE LA COMISION EUROPEA SOBRE EL IMPACTO DE ESTAS MEDIDAS ,  
BUSQUEDAS DE NUEVOS PROVEEDORES ANTE LA DEBILIDAD QUE CREA EN LA CAPACIDAD DE COMPRA Y NEGOCIACION

NUEVOS REGÍMENES FISCALES IVA SANITARIO APLICADO A LAS GAFAS SI MONTAN LENTES GRADUADAS EN 2018, PROVISIONES EFECTUADAS DEL 10% AL 21%

ACTUALIZACIONES DE COMPETENCIAS DE OPTOMETRISTAS Y OFTALMÓLOGOS

PUESTA AL DIA DE TECNOLOGIAS EN FABRICACION DE LENTES

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

No

### **2.1. Información adicional**

LA CAPACIDAD PARA ENFRENTARTE LA TIENES ,  
HASTA AHORA EN NUESTRA EMPRESA SIEMPRE HEMOS NEGOCIADO, ADAPTADO O ENFRENTADO ESTOS GRANDES CAMBIOS CON MAS O MENOS ÉXITO E IMPACTO EN LA CUENTA DE RESULTADOS , INDUDABLEMENTE EL EXITO EN CUANTO A LA ADAPTACION AL CAMBIO SE VE FAVORECIDO POR LA UNION DE EMPRESAS CON INTERESES COMUNES.

Las integraciones de los grandes grupos multinacionales como Luxottica y Essilor junto a Grand Vision con el permiso de la autoridad comunitaria en Bruselas , suponen una competencia con abuso de posición dominante a la hora de fijar precios y productos

## **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)

- 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

EN NUESTRA CUENTA DE EXPLOTACIÓN TENEMOS UN 1% SOBRE LA CIFRA DE VENTAS DEDICADO A RSC , ESTE 1% SE DETRAE DEL MARGEN DIRECTAMENTE AL SER REPERCUTIDO DIRECTAMENTE EN PRECIO

#### 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

Además de empleados y Proveedores , tenemos identificados a Colectivos especialmente sensibles en temas de salud visual , nuestros partners son : Cruz Roja Española , Ilumináfrica y colectivos especialmente sensibles a los precios de estos servicios como son las personas en situación de desempleo para los que tenemos programas de precio , por ejemplo a través del sindicato UGT Aragón Y CCOO.

Así mismo contamos entre nuestros stakeholders con asociaciones empresariales como el Cluster de la Automoción de Aragón y la Federación de empresarios del metal de Zaragoza a los cuales dirigimos nuestras actividades en temas de salud visual a través de equipos de protección individual como es la gafa de seguridad graduada

#### 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

Así mismo este año 2020 hemos entrado en contacto con la Asociación de Retinosos de Aragón para poner a su disposición filtros y ayudas técnicas

#### 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

Nuestro código de conducta está basado en los siguientes valores que en el día a día son :  
Predicar con el ejemplo

Tener una conciencia de costes que empieza con poder ofrecer soluciones de salud visual con la mejor relación coste-beneficio para el cliente

Atención a todo tipo de personas desde el respeto y siempre buscando la satisfacción final

del usuario

**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, pero no de manera sistemática o formal

**8.1. Información adicional**

Todas las personas que trabajan con nosotros están al día de los certificados correspondientes en cuanto a antecedentes por delitos sexuales

**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.

**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**

Tanto las acciones que tenemos planteadas como ejecutadas así como la estrategia que está detrás de ellas, están hoy en día en la responsabilidad de la gerencia , Aunque no escritas formalmente en un documento todas ellas tienen un reflejo en la cuenta de explotación ya sea como inversiones de precio o gastos destinados a estas acciones este año por primera vez nos planteamos un objetivo de aumentar en un 20% el nº de personas pertenecientes a cruz roja a las que proveer de una gafa graduada , este objetivo ha sido conseguido ya a fecha de 15/09/2019

**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**

De forma anual a todos nuestros clientes que son empresa ( somos proveedores de GAFA DE SEGURIDAD graduada de OPEL ESPAÑA, ARCELOR , SAICA , GESTAMP , etc... ) les preguntamos directamente para que nos den un feedback sobre la relación/servicio/producto.

En cuanto a la venta al por menos que realizamos el personal de recepción siempre al entregar el producto o servicio ofrece una prueba del mismo en la cual el cliente tiene la oportunidad de explicitar a nuestro requerimiento, su grado de satisfacción.

Así mismo en las comunicaciones por escrito y en nuestra web hay una dirección de contacto como vía de comunicación del cliente , siendo la gerencia de la empresa la que

personalmente responde.

Períódicamente también contactamos con nuestros clientes para trasnmitirles la conveniencia de cuidar de su salud visual poniendo a su disposición nuestros gabinetes sin coste alguno de por medio .

## **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

### **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**

TODAS LAS FUENTES DE INFO QUE TENGO DISPONIBLES :

GACETA OPTICA: ULTIMAS TENDENCIAS EN TODOS LOS ÁMBITOS DE LAS BUENAS PRACTICAS EN SALUD VISUAL.

PUBLICACION ESPECIALIZADA "LOOKVISION"

GRUPOS " AD HOC" DE LINKEDIN SOBRE PREVENCION DE RIESGOS LABORALES.

PARTICIPAMOS EN TALLERES DE TRABAJO CON NUESTROS PROVEEDORES MAS IMPORTANTES 1 VEZ AL AÑO : MEDOP EN BILBAO Y EL GRUPO LUXOTTICA POR EJEMPLO

### **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

## **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

### **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 de las características del producto o servicio.

### **16.1. Información adicional**

SIEMPRE QUE SE OFERTA O ENTREGA UN PRODUCTO SE HACE REFERENCIA A LAS NORMAS UNE QUE CUMPLE , MARCADOS CE , INFORMACION ESCRITA DE GARANTIAS TANTO DEL FABRICANTE COMO LA DE NUESTRA EMPRESA

## **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**

CON UNA FRECUENCIA MENSUAL SE REALIZAN REUNIONES DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PLANTILLA EN LA QUE ESTE TEMA SE RECIBE POR PARTE DE LA GERENCIA FEEDBACK ABIERTO Y GENERAL  
EN REUNIONES INDIVIDUALES CON LA GERENCIA / DIRECCIÓN TÉCNICA SE RECOGEN LOS INTERESES DE LOS COLABORADORES

### **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

#### **18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?**

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

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

SOMOS ACTUALMENTE 14 PERSONAS EN PLANTILLA CON UNA JERARQUIA MUY PLANA , NO OBSTANTE ENTRE NUESTROS INDICADORES CONTAMOS CON UN 50%/50% DE IGUALDAD DE GÉNEROS ,  
NUESTRA ROTACIÓN ES MUY ESCASA TENIENDO UN PERÍODO DE ESTANCIA MEDIA EN LA EMPRESA DE 12 AÑOS Y UN ÍNDICE DE RETENCIÓN POR ENCIMA DEL 85%

Este año por el coronavirus , la empresa ha complementado salarios tanto en el mes de Marzo como Abril para intentar paliar en la medida de lo posible la incidencia sobre el salario de la ausencia de actividad derivada de las medidas tomadas por el Gobierno.

### **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 la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

ADECUAMOS EL HORARIO DE TRABAJO A TURNOS TANTO A LAS MATERNIDADES COMO A TODAS LAS NECESIDADES QUE SE PLANTEAN , SIENDO FLEXIBLES DADO LOS AÑOS QUE TODO EL PERSONAL LLEVA EN PLANTILLA A SUS NECESIDADES FAMILIARES

PROCURAMOS EN LA PLANIFICACIÓN HORARIA DAR DESCANSOS DE CALIDAD DE 48 HORAS EN LOS FINES DE SEMANA , HACIENDO COINCIDIR LA MAÑANA DEL SÁBADO TRABAJADO CON EL TURNO DE TARDE DEL LUNES

Este año 2020 y tras el periodo de confianamiento hemos dado la oportunidad de la reincorporación desde el Erte a los colaboradores priorizando las situaciones familiares de cada uno de ello, dándoles a elegir en función de si tenían que cuidar hijos o cargas familiares que les presionaran a volver cuanto antes

### **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.**

Cada año se hacen con nuestros colaboradores y proveedores formaciones de producto y servicio presenciales, ( Cooper Vision y Luxottica han estado en el 2018)

### **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

### **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.

#### **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.

### **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?**

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

#### **25.1. Información adicional.**

En 2019 hemos seguido colaborando con ( referencias personales de las asistentes sociales disponibles a petición del programa con )

Cruz Roja Proyecto de "Acogida e Integración de Personas Solicitantes y Beneficiarias de Protección Internacional"

Cruz Roja Proyecto "Acogida e Integración de Refugiados"

Cruz Roja Proyecto " Personas en situación de extrema Vulnerabilidad"

A todos los demandantes de estos programas e indicados por la Asamblea Provincial de la Cruz Roja se les atiende y provee de las ayudas visuales necesarias ( gafas ...) el programa es auditado y acompañado por el Servicio de asistencia social de Cruz Roja Española.

También colaboramos con la ONG "Fraternidad sin Fronteras "

Ver otros programas en nuestra web en : <http://centralopticos.es/rsc/>

## **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, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

## **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.

## **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**

Además de figurar en nuestra web de las ONGs con las que trabajamos , ponemos a disposición de nuestros clientes un buzón-depósito en el que en colaboración con la ONG Ilumináfrica enviamos lentes y monturas que ya no usan nuestros clientes a Africa , Quedando recogido los datos y publicados en la memoria de esta organización

<https://iluminafrica.com/opticas/>

## 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.

Estamos certificados por la Confederación española de Comercio como empresa adherida al sistema de gestión de Embalajes ( ECOEMBES ) con el nº 60.502

Asimismo la trazabilidad de producto en el 85% de las compras están certificadas por nuestros dos proveedores principales.

Escrupulosamente seguimos las directrices en cuanto a la concienciación del uso de boldad de plástico , cobrando a nuestros clientes las mismas.

### Compromiso frente al cambio climático

**30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?**

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

### Economía circular

#### 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

## 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 - Disponer de presupuesto
- 4 - Capacitar a las personas de la empresa
- 5 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 6 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 7 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 8 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 9 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 10 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral

## **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?**

Acción Social , ver puntos especefíados en este item

Desde nuestro código ético y en consonancia con los valores que imprimen la profesión optica , esta en el protocolo de actuación de nuestro colboradores la derivación a otros servicios de salud en caso de que la anamnesis y exploración visual así lo recomiende.

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

Dentro del área de clientes , integrar los intereses de nuestros clientes en estas cuestiones dentro de la estrategia de la empresa, tenemos poco feedback del cleinte en este area , recogerlo, platear acciones y comunicarlo sería alinear la empresa mas consecuentemente con la sociedad

## **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 10. Reducción de las desigualdades.