

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**José Luis RUBIO SANZ**

CIF:17795884W

C/Jerónimo Zurita nº:17 Entresuelo Derecha

50001 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

JOSE LUIS RUBIO SANZ- GESTORIA RUBIO

#### 02 - Dirección - CP - Población

CL JERONIMO ZURITA Nº17 ENTRESUELO DERECHA

#### 03 - Sector. Actividad

ASESORIA EMPRESAS

#### 04 - Año comienzo actividad.

1966

#### 05 - Número de personas empleadas

18

#### 06 - Persona contacto

JOSE LUIS RUBIO COSTA

#### 07 - E-mail contacto

[jlrubiocosta@gestoriarubio.com](mailto:jlrubiocosta@gestoriarubio.com)

#### 08.- Página web

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

En el último año la empresa se ha venido ajustando a la situación pandémica, y ha tenido en cuenta la casuística que afecta a cada uno de los empleados ajustando sus horarios para facilitar la conciliación familiar y laboral. Asimismo, se ha ajustado el horario habitual de oficina y a través de turnos alternos, se ha facilitado la salida los viernes por la tarde. Adicionalmente, la empresa se viene mostrando muy activa e intensificando su participación en redes sociales, y web.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Todos los actores sean grandes o pequeños, tienen una cuota de responsabilidad acorde a su tamaño, por la cual pueden aportar su granito de arena a mejorar dichas situaciones.

## **Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

## **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**

Sin una periodicidad fija, anualmente se trata de aportar una colaboración simbólica a algún colectivo necesitado u ONG.

## **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**

Realizamos una gestión específica para cada grupo de interés basándonos en la relación que tenemos con ellos, periodicidad e impacto en nuestra actividad y desarrollo como empresa.

## **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

Recabamos información sobre las necesidades y expectativas de nuestro Stakeholders mediante medios formales.

Hemos elaborado nuestra primera encuesta de materialidad que consta de 21 preguntas que se entregará próximamente a una muestra representativa de ellos, para conocerlas y analizarlas de manera correcta.

En la memoria del 2022-2023 recogeremos los resultados de dicha encuesta.

## 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

Además, se hace un seguimiento con los responsables de área con reuniones presenciales recurrentes.

### 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

Pese a que no se informan de manera explícita, se transmiten en el día a día.

## 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

La empresa cuenta con medidas y actuaciones alineadas a la Responsabilidad Social, pero no se ha plasmado como tal en un plan.

El objetivo de este año de la empresa es plasmar las actuaciones actuales, áreas de mejoras y planes a corto/medio plazo para implantar en la empresa.

### 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 específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

#### 10.1. Información adicional

El objetivo de la empresa en este área es implantar planes a corto/medio plazo, con unos objetivos claros, sin embargo optamos por la flexibilidad en marcadores y puntos de control de la consecución de dichos objetivos, dada la situación actual de inestabilidad en la mayoría de las esferas de actuación.

## **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**

Actualmente no se realiza encuesta de satisfacción a clientes, pero si lo hemos hecho con anterioridad. Debido a la confianza y cercanía que tenemos con nuestros clientes conocemos sus necesidades y expectativas de manera informal.

Como novedad durante nuestro primer año de implicación activa con la Responsabilidad Social, hemos facilitado a nuestros clientes potenciales encuesta de materialidad.

#### **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**

Mediante el uso de los canales de comunicación informales con los que nos relacionamos con nuestros clientes, si obtenemos algún área de mejora, se estudia y se implanta en la empresa.

### **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**

Recabamos de manera informal información sobre las necesidades y expectativas y adecuamos nuestros servicios y productos en base a ello.

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

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

##### **15.1. Información adicional**

Llevamos un seguimiento exhaustivo de cada caso en particular e intentamos solventar siempre que sea posible cualquier incidencia que pueda surgir, incluso tras finalizar el proceso o servicio.

### **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 y calidad son parte de los valores bajo los que actúa la empresa. En todo momento se indica al cliente/proveedor o parte interesada en que consiste el servicio, trámites a realizar, tasas o impuestos a pagar, honorarios, y posibles problemas que puedan surgir en el trámite.

## **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**

A lo largo del ejercicio 2021-2022 hemos realizado una breve encuesta de satisfacción laboral donde dimos la oportunidad con preguntas abiertas de conocer la situación personal de cada trabajador y como trabajar para mejorarla.

Además, con el objetivo de establecer áreas de mejora basadas en las necesidades y expectativas de nuestro principal activo, hemos facilitado la encuesta de materialidad y mantendremos la evaluación anual mediante breve encuesta periódica de satisfacción.

### **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 desarrollado actividades en esta materia

#### **18.1. Información adicional.**

Somos una empresa familiar en la que al margen de la jerarquía establecida dentro del organigrama de la empresa en la que se reflejan los diferentes niveles de responsabilidad y por ende los diferentes niveles de retribución, todas las personas empleadas tienen derecho a promoción interna cuando surge vacante, formación y aprendizaje para la adaptación a las nuevas circunstancias.

### **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.**

La empresa estudia el caso de cada persona en particular, y facilita en la medida de lo posible la conciliación, ofreciendo no solo la reducción de jornada o ajuste de horario, si no la implementación de otros métodos de trabajo como por ejemplo el teletrabajo.

En el último año la empresa se ha venido ajustando a la situación pandémica, y ha tenido en cuenta la casuística que afecta a cada uno de los empleados ajustando sus horarios para facilitar la conciliación familiar y laboral. Asimismo, se ha ajustado el horario habitual de oficina y a través de turnos alternos, se ha facilitado la salida los viernes por la tarde.

**Formación y desarrollo profesional**

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

**20.1. Información adicional.**

La formación continua de nuestros trabajadores es un aspecto fundamental en la elaboración de la estrategia anual que se establece desde dirección.

De manera periódica los responsables de departamento le hacen llegar a las personas empleadas la oferta de formación existente en el momento y que creen que se adaptan a las necesidades existentes en el mercado.

Además se valora y se facilita en la medida de lo posible las opciones de formación que proponen de manera voluntaria los trabajadores.

**Seguridad y Salud**

**PROVEEDORES**

**Compras responsables**

**Clasificación y evaluación de proveedores**

**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.**

Ocasionalmente se hace una aportación simbólica a Cruz Roja.

**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.**

No se dispone de ningun poryecto social vinculado con el propio negocio.

**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?**

No se difunden estas actuaciones

**27.1. Información adicional**

.

**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?**

No se comunican

**28.1. Información adicional**

.

**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.

**29.1. Información adicional.**

Actualmente estamos trabajando en la implantación de nuevas medidas con el fin de reducir lo máximo posible nuestro impacto.

Tenemos como objetivo establecer unos indicadores e ir trabajando con diferentes medidas para su consecución.

**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 medidas que se están implantando (mencionadas anteriormente), se comunican y evalúan interiormente.

Tenemos el objetivo de conforme se vayan realizando comunicarlo de manera externa vía redes sociales.

## **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 comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

#### **32.1. Información adicional**

Actualmente trabajamos en implantar acciones medioambientales y las comunicaremos mediante los flujos de información formales (mediante circular por correo electrónico) e informales (redes sociales, blog, página web).

Con la comunicación pretendemos impactar positivamente en las acciones de nuestros grupos de interés e impulsar nuevas medidas medioambientales.

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

6

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

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

La experiencia de una trayectoria de mas de 54 años de profesión, unida al gran equipo de profesionales que forman el despacho.

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

La comunicación de los nuevos proyectos que se realizan de manera interna en la empresa, tanto medioambientales, como sociales, así como enfatizar y hacer visible una empresa mas saludable entre los empleados y proveedores.

## **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 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 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.