

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**JOSÉ JORGE GONZALEZ DE LA HUERTA**

CIF:25441872P

Pº Echegaray y Caballero nº:122, Local

50001 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

JOSÉ JORGE GONZÁLEZ DE LA HUERTA

#### 02 - Dirección - CP - Población

PASEO ECHEGARAY Y CABALLERO 122, LOCAL

#### 03 - Sector. Actividad

MEDIACIÓN EN SEGUROS

#### 04 - Año comienzo actividad.

1987

#### 05 - Número de personas empleadas

2

#### 06 - Persona contacto

JOSE JORGE GONZALEZ DE LA HUERTA

#### 07 - E-mail contacto

[jorge@jjgonzalez.org](mailto:jorge@jjgonzalez.org)

#### 08.- Página web

[www.jjgonzalez.org](http://www.jjgonzalez.org)

### 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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

### **1.1 Información adicional**

Especial significado ha adquirido la DIGITALIZACION, especialmente en nuestro sector. Por ello, se estamos apostando fuerte por una renovación en la definición de las tareas y los procesos para adaptarlas a las nuevas necesidades y requerimientos de nuestros clientes.

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

Si

#### **2.1. Información adicional**

Tenemos marcado un Plan Estratégico trianual, donde está presente, entre otros retos:

- Posicionamiento tecnológico, facilitando a nuestro clientes/asegurados toda documentación en ficheros y dándole oportunidades de negocio vía web y en redes sociales.
- Apoyo al medioambiente, eliminando el papel en todos los casos posibles.
- Conciliación Familiar, facilitando a nuestros empleados horario reducido en época Estival, fomento del teletrabajo, etc
- Economía: Colaboramos y participamos activamente en el Plan de Prevención de Blanqueo de Capitales.

## **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**

Colaboramos, de forma sistemática, con distintas federaciones deportivas, clubes, asociaciones, etc, patrocinando determinados eventos y colaborando, en la medida de las posibilidades de la organización, de forma económica, asumiendo el coste de las pólizas de seguros de determinadas actividades deportivas.

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

#### **4.1. Información adicional**

Aunque no se disponga de un presupuesto previo, en cada ejercicio sí que se destina un porcentaje, o cantidad fija dependiendo de los casos, a estos fines.

## **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**

Nuestros principales grupos de interés son:

- \* FAMILIAS
- \* AUTÓNOMOS
- \* PYMES
- \* AGRUPACIONES DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
- \* FEDERACIONES DEPORTIVAS
- \* COMPAÑÍAS DE SEGUROS Y REASEGUROS
- \* AGENCIAS DE SUSCRIPCIÓN

**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**

Dependiendo del grupo de interés, disponemos de productos específicos para cada uno de ellos, como pueden ser RAMOS PERSONALES, PATRIMONIALES (Seguros de daños, responsabilidad civil, etc) y de VIDA (tanto productos de riesgo como de ahorro):

- \* FAMILIA : Seguros particulares (seguros de hogar), personales (vida riesgo, accidentes, asistencia sanitaria, seguros de indemnización en caso de incapacidad temporal, etc) y productos específicos de ahorro.
- \* AUTÓNOMOS: Seguros de protección personal específica para los trabajadores autónomos (subsido por incapacidad temporal, accidentes, responsabilidad civil, etc)
- \* PYMES: A través de estudios previos de Gerencia de Riesgos, para hacerles ver las necesidades (seguros multirriesgo de empresas, responsabilidad civil de Directivos y Administradores, Cobertura de Ciber Riesgos, etc)
- \* FEDERACIONES DEPORTIVAS: ofreciéndoles la cobertura obligatoria que en cada Comunidad Autónoma exija la administración para la celebración de las distintas pruebas deportivas.
- \* AGRUPACIONES DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL: ofreciéndoles la cobertura de accidentes personales para los voluntarios así como la responsabilidad civil de la propia Agrupación.

**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**

Los puestos de trabajos están definidos y organizados varias secciones:

- Comercial (Captación de clientes y negocio)
- Producción (Ventas)
- Siniestros (Atención postventa)
- Administración (Atención pre y postventa)
- Dirección

**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**

Todas las personas de la organización son conocedoras del presupuesto anual (del que son partícipes con sus funciones) así como del resultado, planificando correcciones o modificaciones, englobadas dentro del Plan Estratégico de la Organización.

**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**

Llevamos todo el año 2021 trabajando en la elaboración de un Plan de Responsabilidad Social en nuestra Organización.

Queremos ultimar la implantación del Plan de Responsabilidad Social durante este año 2022, y a ello dedicamos un esfuerzo muy importante en toda la Organización.

**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**

Hemos establecido algunos indicadores como la reducción en el consumo del papel en un 50%, así como la reducción de la huella de carbono de la Organización con acciones como el uso sostenible y adecuado tanto de la calefacción como de la climatización.

**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 Organización dispone de mecanismos que nos permiten conocer la opinión de nuestros clientes, medir el nivel de satisfacción así como estudiar las quejas e incidencias que hayan podido ocurrir, tratándolas de manera individualizada para su estudio y posterior solución.

## **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 su implantación

### **12.1. Información adicional**

El personal de la Organización realiza, de forma periódica y cumpliendo con lo establecido en la Ley de Mediación en Seguros Privados, FORMACIÓN Y RECICLAJE, lo que nos permite estar al día en las últimas novedades en productos y servicios para ofrecer a nuestros 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**

Con el fin de ofrecer el mejor servicio a nuestros stakeholders, en nuestra Organización realizamos labores de investigación entre las distintas Compañías Aseguradoras sobre nuevos productos que puedan implementar a su catálogo y que nos permitan ampliar nuestra oferta a los nuestros grupos de interés.

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

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

#### **14.1. Información adicional**

Estudiamos detenidamente las necesidades del cliente, ofreciendo siempre un estudio objetivo con varias entidades aseguradoras que puedan cubrir sus posibles riesgos. Se tienen en cuenta aspectos como el coste económico, pero sobre todo y en primer lugar, que el producto cumpla las expectativas de nuestros clientes. Además, valoramos los objetivos medioambientales y sociales de dichas aseguradoras.

### **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**

El servicio post-venta existe y lo consideramos un pilar fundamental en nuestra Organización, dado que los contratos de seguros se renuevan anualmente, lo que nos lleva a una revisión periódica de los mismos actuando de forma proactiva con nuestros clientes con el fin de informarles sobre una modificación o mejora que haya podido aparecer en el mercado asegurador y que consideramos que pueda ser de su interés.

## **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**

El sector de la Mediación en Seguros está estrictamente regulado y legislado, imponiéndonos objetividad, transparencia, profesionalidad e independencia frente a las Compañías de Seguros, lo que redundará en garantía adicional para nuestros clientes, lo que nos obliga a presentar un Estudio Objetivo de Mercado al cliente con un mínimo de tres ofertas de distintas aseguradoras.

## **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 cierta periodicidad mantenemos reuniones con las personas empleadas para conocer su nivel de satisfacción, así como para estudiar sus sugerencias e inquietudes. En 2021 implantamos el teletrabajo parcial, para una mayor conciliación con la vida familiar.

### **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.**

Al tratarse de una Organización de pequeño tamaño, la promoción del personal es un tema complicado y difícil, pero sí se trabaja en la especialización de las personas empleadas en la misma.

## **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.**

Durante el periodo estival se promueve la jornada intensiva de mañanas, para favorecer la conciliación familiar y el disfrute de las personas empleadas durante el verano. También la implantación del teletrabajo de forma parcial.

## **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.**

El propio mercado, así como las exigencias de la Ley de Mediación en Seguros Privados y el Convenio de Mediación en Seguros Privados, nos obligan a que la formación sea un pilar muy importante en nuestro modelo de negocio, realizando diversas acciones durante cada anualidad.

### **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.**

A través del Centro de Estudios de los Colegios de Mediadores de Seguros (CECAS) y de la Formación Tripartita para la Formación Continua (FORCEM), donde tenemos acceso a diversidad de temas y cursos de formación para el reciclaje del personal de la Organización. También a través de las acciones que llevan a cabo las distintas Compañías de Seguros, para conocer la actualización de sus productos o el lanzamiento de otros nuevos.

## **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.**

La Organización tiene externalizado este servicio, lo que nos garantiza estar permanentemente actualizados e informados de cualquier novedad en el mismo o cambios en la legislación.

## **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.**

Desde nuestra Organización apostamos firmemente por el producto local/provincial/regional, teniendo en cuenta la sostenibilidad del mismo.

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

##### **24.1. Información adicional.**

Siempre que es posible, nuestra Organización apostará por proveedores locales, aunque en lo que respecta a los productos de seguros que ofrecemos, es complicado debido a la entidad nacional e incluso internacional de las distintas Compañías de Seguros, pero valoramos muy positivamente aquéllas que tienen compromisos medioambientales y sociales.

## **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.**

Nuestra colaboración, en estos momentos, se centra en el apoyo al Deporte, colaborando activamente con distintas Federaciones, Clubes Deportivos y Asociaciones.

### **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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

#### **26.1. Información adicional.**

En la Organización estamos trabajando en la planificación de una estrategia a dos años para apoyar proyectos que ayuden a apoyar los valores sociales.

### **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**

Se invita a las personas empleadas de forma explícita, dado que este tipo de actividades suelen ser extraprofesionales y fuera del horario laboral (normalmente en días festivos, que es cuando se llevan a cabo la mayoría de los eventos)

### **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**

A través de las redes sociales promovemos nuestra participación en proyectos deportivos y/o culturales.

## **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.**

La implantación de la DIGITALIZACIÓN de la organización, que ha contribuido a la reducción casi total del uso y consumo del papel, así como el uso sostenible y racional de la calefacción y el aire acondicionado, todo ello encaminado a reducir la huella de carbono de la 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.**

Reducir al máximo el consumo de papel así como el uso sostenible de los sistemas de calefacción y refrigeración.

**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**

Tenemos implantado un plan de reducción del uso del papel, limitando la impresión de documentos a los casos estrictamente necesarios, optando por archivos digitales.

**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**

Se informa a las personas empleadas de las acciones que se van a llevar a cabo, para que sean conscientes y partícipes de las mismas.

**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 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 8 - Disponer de presupuesto
- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 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 relación con nuestros grupos de interés, más especialmente con los clientes de la Organización, ya que desde hace ya varios años implantamos actuar de forma proactiva con ellos, adelantándonos y contactando con ellos para informarles de posibles mejoras en sus contratos o en ofrecerles nuevos productos que se hayan incorporado al mercado asegurador y consideremos que puedan ser de su interés.

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

Mejorar y perfeccionar los sistemas de comunicación, adecuándolos a las nuevas tecnologías que han emergido en los últimos tiempos (omnicanalidad)

## 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 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.