

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**ANAGAN S. XXI CORREDURIA DE SEGUROS,  
S.L.**

CIF: B99035735

Plaza Aragón 7 Principal

50004 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

ANAGAN CORREDURÍA DE SEGUROS

#### 02 - Dirección - CP - Población

PASEO SAGASTA 32, 50.006 ZARAGOZA

#### 03 - Sector. Actividad

CORREDURIA DE SEGUROS LÍDER EN ARAGÓN. MÁS 15 OFICINAS PROPIAS Y ALREDEDOR DE 20 OFICINAS COLABORADORAS A NIVEL NACIONAL.

CON SEDE COORPORATIVA EN ZARAGOZA, ES UNA EMPRESA DE CAPITAL 100% ARAGONÉS. UNA COMPAÑÍA REFERENTE EN EL SECTOR DE SEGUROS AGRARIOS, QUE ES REFERENTE POR VOLUMEN DE NEGOCIO EN SEGUROS AGRÍCOLAS Y PECUARIOS EN ARAGÓN Y EL VALLE DEL EBRO.

UN AMPLIO EQUIPO DE PROFESIONALES EXPERTOS EN EL SECTOR ASEGURADOR.

#### 04 - Año comienzo actividad.

1194

#### 05 - Número de personas empleadas

120 personas contratadas de manera directa y una amplia red de colaboradores directos.

#### 06 - Persona contacto

Marketing y Comunicación: Sandra Rodríguez

Presidente de Anagan Correduría: Alberto Sainz

#### 07 - E-mail contacto

[sandrarodriguez@anagan.com](mailto:sandrarodriguez@anagan.com)

#### 08.- Página web

[www.anagan.com](http://www.anagan.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)**

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**

Anagan Correduría de Seguros, como empresa inmersa en el sector asegurador, se ve influenciada por los factores que van más allá de las propias operaciones de seguros.

En cuanto a la creación de empleo, se debe tener en cuenta que Anagan es una correduría y como tal, es intermediaria entre las principales aseguradoras del país y los clientes. Por ello, la captación de personal altamente cualificado es esencial para matener la competitividad de la empresa.

En el plano de la influencia del sector público, es habitual que un porcentaje de clientes estén relacionados con entidades públicas. En ese sentido, Anagan debe ofrecer servicios bajo principios de imparcialidad y transparencia para que los cambios políticos a nivel nacional, afecten de manera minoritaria.

La sostenibilidad y las corrientes de colaboración medioambiental inciden en la estructura corporativa de Anagan, ya que su plan estratégico no es estático y va incorporando nuevas medidas para que la correduría sea responsable con este tema y a su vez, alcanzar los ODS marcados que le aplican en su sector en 2030.

La innovación tecnológica que se canaliza a través del área de IT de la empresa, supone una de las inversiones con mayor retorno, ya que el análisis del dato y su gobernanza, permiten al equipo directivo la toma de decisiones en base el conocimiento, así como el poder variar la estrategia atendiendo a la predictibilidad que ofrece el software business intelligence de la correduría.

La igualdad de género junto con la conciliación es uno los kpis de la compañía, dentro del área de gestión de personas. De este modo, no solo el responsable de recursos humanos, sino los directores de área, pueden gestionar a sus equipos desde el respeto, el conocimiento, la legalidad y la empatía. Anagan cree firmemente que el mayor activo de la empresa es el personal que la forma.

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

No

### **2.1. Información adicional**

Para lograr ser competitivos y en ocasiones disruptivos en los temas mencionados anteriormente pueden darse dos circunstancias. En primer lugar que la empresa tenga un

organigrama y departamentalización muy estructurados, lo cual en determinadas PYMES, es complejo. Que sean equipos y perfiles directivos más colaborativos y multidisciplinares. En ambos, casos, Anagan considera por experiencia en el sector que la colaboración o asociación con empresas tecnológicas a nivel proveedor, entidades empresariales a nivel negocio, incluso entidades del sector pública es fundamental para poder disminuir los tiempos y los riesgos en la consecución de objetivos y al mismo tiempo ser más competitivo respecto a empresas de mayor tamaño.

## **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**

A nivel medioambiental, se han tenido varios aspectos en cuenta. En el caso de Anagan, en el momento de crecimiento en el que está la correduría, detectó la necesidad de cambiar de ubicación. Uno de los aspectos a tener en cuenta fue que la ubicación fuese lo más céntrica posible en el entorno de la ciudad, con el fin de facilitar a los empleados que pudieran emplear el transporte público de manera cómoda, que pudieran ir al trabajo caminando o en VMP. Además, en las nuevas instalaciones, se habilitó un espacio para VMP favoreciendo así que los empleados puedan aumentar el uso de este medio de transporte.

En cuanto la oficina, se ha diseñado bajo criterios de sostenibilidad, con gran índice de luz natural, iluminación de bajo consumo y con detectores de presencia. Para contribuir con un menor consumo, se comparte con todo el equipo medidas que cada uno puede llevar a cabo en su propio puesto de trabajo (evitar botellas de plástico, apagado de pantallas y equipos, recogida clasificada de residuos....etc.).

A nivel social, un incremento temporal de la plantilla, se realiza por política de empresa a través de personal en periodo de formación, donde más del 50% en muchos casos, pasan a ser personal fijo en plantilla. De este modo, Anagan colabora con las primeras oportunidades profesionales.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

#### **4.1. Información adicional**

A través de Fundación Anagan, perteneciente a Anagan Correduría, anualmente se destina una partida para colaborar en asuntos sociales clasificando éstos en tres pilares: Educativo, Deportivo y Social. En la vertical de educación, se colabora con becas formativas para alumnos que reciben formación reglada en España. En el plano deportivo, se colabora con becas a través de Fundación Casademont, ofreciendo la posibilidad de acceso a campus de verano para niños cuyas familias tienen limitaciones económicas, favoreciendo así por una parte, la inclusión de los niños en este tipo de actividades

deportivas, y por otra parte, la conciliación de sus familias en periodo estival.

En el plano Social, se colabora con otras fundaciones a nivel local como Fundación Rey Ardid. Internacionalmente, en colaboración con una fundación de profesionales odontólogos, se aporta material sanitario y formativo para un colegio situado en SanYang - Gambia.

Igualmente, y de manera directa a través de Anagan, se colabora con entidades deportivas a través del patrocinio de equipos como el Anagan Olivar de baloncesto, balonmano Dominicos Zaragoza, Copa Anagan Hípica Federación Vasca y Casademont Zaragoza.

## **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:

**Clientes:** con los que se realiza un seguimiento a través del mail y teléfono para mantener una comunicación periódica, de contenido informativo. Además a través de las redes sociales de la correduría se informa no solo de cuestiones de servicio sino también corporativas de interés que refuercen la imagen de marca de Anagan. A disposición de los mismos, hay abiertos canales de comunicación digitales a través de la web, de la app de clientes donde disponen también de una encuesta de satisfacción y a través de las redes sociales.

**Empleados:** Se realizan, en función del nivel profesional, reuniones de equipo semanales (comercial) o mensuales para solventar cuestiones y para recibir feedback. Esto se recoge en documentos mensuales que nos permiten tener un registro visual y poder ser más proactivos en cuanto a la implantación de medidas que beneficien el employer branding de Anagan. Además, se realiza una encuesta de satisfacción anual, donde se reportan varios KPIs de interés tanto a directores generales como al presidente de la compañía.

**Proveedores:** se realiza en primer lugar una criba inicial de estos en función del presupuesto y del tipo de empresa en cuanto a proveedores de material. En cuanto a proveedores de servicio, en este caso son las propias compañías de seguro. En este caso, desde el área de dirección comercial, se mantiene una comunicación fluida para obtener siempre la información más actual y poder de éste modo, ofrecer la mejor solución al cliente de la correduría.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

### **6.1. Información adicional**

Anagan dispone de dos medios para impulsar este diálogo. Por una parte, como se ha mencionado anteriormente, tanto en la web, como en la app como en redes sociales la vía de comunicación está abierta a nuestros clientes y proveedores.

Por otra parte, a través de encuestas de satisfacción, los clientes y empleados de Anagan, manifiestan su percepción y necesidades de la empresa. Estos KPIs, se reportan desde a la dirección general de la empresa. En función de ello, tras un análisis exhaustivo se trabaja en adoptar medidas que nos permitan que los índices de satisfacción sean positivos y estén dentro del ratio establecido por la organización.

## **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**

Existen documentos que recogen de manera escrita tanto las normas de actuación, como protocolos internos, políticas de igualdad...etc. Estos protocolos se entregan al trabajador al entrar a formar parte de la compañía. Así mismo, algunos de ellos, como el código ético o la política de privacidad, está presente en la web de la empresa.

Igualmente, disponemos de una url donde los trabajadores pueden consultar dicha información de manera digital y en tiempo real.

Cuando se realizan cambios en dichos documentos, se comunican al trabajador vía mail y vía boletín interno.

### **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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

#### **8.1. Información adicional**

Definitivamente, la implicación del personal y del equipo, como se ha mencionado en apartados anteriores, es de vital importancia para la estabilidad y el crecimiento de Anagan.

Por ello, la cultura de la compañía, a través de la misión, visión y valor, está presente de manera gráfica en las oficinas de la compañía. Así mismo consta también en el dossier corporativo de la empresa que es accesible tanto para empleados como clientes.

Así mismo, Anagan hace extensiva la información corporativa a través de reuniones periódicas de equipo, convenciones anuales, boletines, facilitando siempre una persona o dirección electrónica de contacto para que la comunicación sea bidireccional.

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en

constante revisión

### **9.1. Información adicional**

EL plan de Responsabilidad Social de Anagan, se desarrolló por primera vez en 2022. A pesar de que los principios del plan eran conocidos por gran parte de las personas que forman la empresa, fue en ese año en el que todo el conocimiento y finalidad del porqué de las acciones, se trasladaba a un documento vivo, que muta en positivo anualmente, incluyendo nuevas medidas que promuevan la responsabilidad empresarial.

El plan de Anagan se centra en:

La relación con los trabajadores

La relación con los clientes

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

#### **10.1. Información adicional**

Es un plan activo de manera que se adapta a los cambios legislativos, políticos, sociales y de mercado. El comité de dirección, en su junta anual, analiza en otros, este plan, estableciendo medidas correctivas si procede.

## **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**

Se realiza a través de la app android de clientes y a través de encuestas de satisfacción anuales. Estos datos los analiza el director general de cada vertical de negocio.

#### **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**

Tras el análisis de los resultados tanto de la APP como de la encuesta anual, en caso de que algún KPI no esté en el ratio de estimación, se procede a identificar la causa y establecer medidas en la estrategia de atención al cliente.

### **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**

Por una parte, desde el departamento de marketing, una parte de sus funciones es la investigación de mercados y servicios en colaboración con la dirección comercial. En ese aspecto cuando Anagan o las aseguradoras detectan una nueva necesidad aseguradora, se trabaja conjuntamente para ofrecer coberturas adecuadas al cliente de manera proactiva y precursora.

A nivel de negocio, el área de IT trabaja en la búsqueda de soluciones innovadoras, integración y aplicaciones relacionadas con la IA para ofrecer un servicio ad hoc de las necesidades del cliente y también, a nivel interno, de la gobernanza y conocimiento del dato.

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

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

#### **14.1. Información adicional**

A través de los sistemas internos de gestión, se evalúa la calidad del servicio, ya que en este caso, Anagan es una correduría que es el nexo de unión entre las aseguradoras y el cliente final.

### **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**

El sistema de calidad y seguimiento del cliente, permite a Anagan, que el servicio post venta, implique un contacto a través de mail, teléfono y personal para hacer seguimiento del cliente y las necesidades este. Así mismo, los canales de comunicación está disponibles para comunicar vencimientos, mejoras en las coberturas o incrementos de precio ajenos a la gestión de Anagan como correduría.

## **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**

Se proporciona información completa y transparente sobre las coberturas de cada póliza, vencimientos, cómo tramitar siniestros, etc, Todo lo necesario para que el cliente perciba de Anagan profesionalidad y confianza. Esta información se recoge en las propuestas

previas enviadas en caso de ser necesario, en la póliza, y también en la web.

## **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, se identifican mejoras y se implantan.

##### **17.1. Información adicional**

Se realizan encuestas de clima laboral y satisfacción del empleado. Se analizan los KPIS recogidos y en la medida de lo posible, las demandas generalizadas, se estudian vías de mejora o acciones.

### **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)?**

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

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

La empresa dispone de un plan de igualdad, del cual se informa a todos los trabajadores en su incorporación a la empresa. Así mismo, cualquier modificación que se realiza se comunica a través del mail de comunicación interna y el boletín interno.

Dicho plan, recoge las medidas de igualdad y no discriminación de las personas que forman parte de manera presente y futura de Anagan Correduría. Además, se realizan acciones internas de sensibilización para tratar de trasladar esa cultura más allá de lo profesional.

### **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 conciliación familiar es un hecho no solo para las personas que tienen menores a su cargo sino también para aquellos empleados que tienen personas dependientes o mayores



que precisan una atención especial. Por ello, Anagan Correduría dispone de un documento consensado con las áreas de Dirección General y Presidencia de la empresa, en el que a través de reuniones de equipo, se recibieron propuestas y sugerencias para facilitar la conciliación y la corresponsabilidad entre los empleados.

Además de lo dispuesto en la nueva ley, en el Estatuto General de los Trabajadores, y en el convenio que aplica a los trabajadores de la correduría, Anagan, consciente de que la productividad y la estabilidad de sus equipos pasa por el bienestar del mismo, aplica medidas adicionales como:

Jornada continuada durante la semana de fiestas patronales, vacaciones escolares de Navidad, y del 1 de julio al 15 de septiembre.

Teletrabajo: Los empleados disponen de 10 días de teletrabajo al mes. Estos días son consensados anualmente con RRHH o comunicados al menos con 72 horas de antelación salvo cuando están vinculados a causas excepcionales.

Trabajo a distancia durante 10 días laborables al año, para facilitar la conciliación y la corresponsabilidad para los trabajadores con menores de 14 años.

Entrada flexible, los trabajadores disponen de un horario de entrada flexible entre las 7am y las 9am.

Banco de horas: Los trabajadores disponen de un banco de horas que es el resultante de refuerzos de jornadas cuando hay picos de producción / trabajo , que pueden disfrutar en las situaciones que precisen (festivales, cumpleaños, tutorías....etc.).

## **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.**

La formación en Anagan Correduría se gestiona a través de tres vías:

1. En las encuestas de satisfacción de empleado y clima laboral, un apartado está referido a esto, y cada empleado de manera anónima, puede expresar demandas de formación.
2. Una parte del personal de la correduría, debe realizar una formación anual específica relacionada con su puesto de trabajo, y ésta se informa, gestiona y tramita directamente con cada trabajador a través del departamento de formación de seguros.
3. A través del correo de formación y rrhh cada empleado puede solicitar la formación que precise, y que esté relacionada con su desempeño profesional, para su valoración. En caso de aceptar dicha necesidad, se procede al tramite. En caso de denegar dicha demanda formativa, se informa al solicitante de los motivos trasladando la necesidad para valorarla más adelante.

Así mismo, tanto el área de formación, rrhh como comunicación interna, trabajan conjuntamente para ofrecer información de inicio de cursos y formaciones que los trabajadores pueden realizar por cuenta propia, para que estén informados de los plazos.

### **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.**

En el proceso de acogida a la empresa, la persona recibe una formación del sector y de la empresa ( a nivel corporativo) cuya duración depende del puesto y departamento en el que vaya a desarrollar su trabajo.

Así mismo, como se ha mencionado anteriormente, se ofrece formación relacionada con el puesto de trabajo y sus funciones.

En perfiles que están más maduros, se identifican aquellas personas cuyas competencias pueden ser relevantes para la compañía, y se facilita formación más adaptada para que puedan optar una progresión profesional o a promoción interna, invitándoles a salir de su zona de confort profesional para que puedan acometer nuevos retos dentro de la estructura de Anagan.

## **Seguridad y Salud**

### **22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

### **22.1. Información adicional.**

Anagan cuenta con una empresa externa referente en seguridad y salud laboral. Esta empresa informa y evalúa periódicamente todo lo relacionado con la prevención de riesgos laborales. Así mismo, dentro de la organización, cada uno de los puestos de trabajo ha pasado previamente un análisis para evaluar que tanto la anchura de la mesa de trabajo, iluminación directa - indirecta, sillas, reposapiés, etc, sean las adecuadas para el correcto desarrollo del trabajo respetando aspectos relacionados con la salud corporal y seguridad de cada trabajador.

## **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.

### **23.1. Información adicional.**

Desde el área de compras generales de la compañía, se apuesta en la medida de los posible de que las compras de material sean realizadas o gestionadas con empresas socialmente responsables. Así mismo cualquier material que se compré, la compañía se asegura de que cumpla con la normativa de certificación europea. En el caso de Anagan

correduría, las compras se centran fundamentalmente en material de oficina.

## **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 valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

#### **24.1. Información adicional.**

Las compras realizadas por parte de Anagan, se gestionan aplicando también en este caso, los criterios de cumplimiento de responsabilidad social y medioambiental. Por ello, una vez partiendo de esas premisas, Anagan tratar de favorecer también las transacciones y operaciones con empresas locales, fomentando así el comercio interno y confianza plenamente en la calidad de servicio y producto de los proveedores con los que opera.

## **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.**

Anagan es un empresa comprometida con el entorno más cercano pero también con zonas que no están dentro de su radio de influencia empresarial. A través del fomento del deporte, la igual, la inclusión y la educación centrada fundamentalmente en el segmento de la infancia, la compañía a través de su propia fundación, Fundación Anagan, y también en colaboración con otras fundaciones, traslada la misión y la visión de la empresa a la sociedad.

### **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.

#### **26.1. Información adicional.**

En todo momento la compañía tiene los órganos y mecanismos precisos para discernir a qué proyectos va a destinar los recursos. Así mismo, Anagan tiene información del número de personas beneficiarias de los proyectos así como una gestión eficiente y transparente de los fondos recaudados en las acciones de Fundación Anagan.

## **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**

Todas las acciones que tienen incidencia social, se comunica previamente la participación de Anagan a los trabajadores a través del mail corporativo de comunicación interna. Además, en aquellas acciones que dependen de Fundación Anagan, se invita a participar voluntariamente a los trabajadores. Posteriormente a la acción, se comunican los resultados tanto en formato texto como gráfico de dicha acción. Existe también un repositorio de acciones realizadas a disposición de los empleados.

## **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**

Anagan dispone de un plan anual de comunicación interna y externa, alineado con el plan estratégico y de negocio de la compañía. Este plan se diseña desde el departamento de marketing y es consensuado por parte de la dirección de marketing, las direcciones generales de ambas verticales y el presidente de la compañía. Mensualmente se reportan los resultados de las acciones tanto de marketing como de comunicación interna y externa. Además, es un plan vivo, susceptible de mejoras en tiempo real en función de resultados y de cambios en el entorno.

## **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 evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

### **29.1. Información adicional.**

Desde Anagan, se fomenta la cultura medioambiental y de reciclaje entre todas las personas que forman parte de la organización. En las zonas comunes de esparcimiento que la empresa tiene, existe diferenciación en los cubos destinados a residuos, diferenciando entre orgánico, papel y plástico.

La empresa dispone también un contrato externo para la eliminación responsable del tonner de impresoras.

Además, con el fin de reducir el uso de botellas de plástico en las mesas de los trabajadores, cada trabajador en su kit de acogida, recibe una botella de vidrio y una taza corporativa. Con ello, Anagan no solo contribuye con el medioambiente, sino que también fomenta la marca Anagan entre los empleados.

Por otra parte, como ya se mencionó en apartados anteriores, la oficina es un lugar eco-friendly, tanto en la iluminación de la oficina como en el uso responsable energético de las pantallas, informando y recordando la importancia del correcto mantenimiento de los equipos.

## **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.

#### **30.1. Información adicional.**

Desde Anagan, contando con el importante cambio que ha supuesto el cambio de ubicación de la sede central, se fomenta el uso del transporte público y del uso de VMP. La céntrica ubicación de la oficina central, ha facilitado a los empleados poder acudir a su puesto de trabajo en transporte público dadas las excelentes conexiones tanto con varias líneas de autobús como tranvía. Además, es un lugar totalmente accesible y céntrico respecto al punto neurálgico de la ciudad, para llegar caminando desde los principales barrios de Zaragoza. Respecto al auge de los VMP, Anagan, reservó una de las salas en el nuevo edificio para que los empleados puedan dejar sus bicicletas y patinetes dentro de la oficina, fomentando así el uso de los mismos.

## **Economía circular**

### **31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?**

La organización ha comenzado a integrar los conceptos de la economía circular en sus operaciones y cuenta con objetivos y un plan de acciones para su desarrollo.

#### **31.1. Información adicional**

En el ámbito de la inclusión de la economía circular en la cultura empresarial de Anagan, se trabaja desde varios items.

En primer lugar desde el concepto del ahorro, los empleados tienen asimilado que la digitalización y el concepto de oficina sin papel, es una realidad en Anagan. Desde hace tiempo, se ha ofrecido formación grupal en cuanto temas de digitalización, trabajo en la nube y repositorios comunes con el fin de que el uso del papel quedase relegado a cuestiones específicamente necesarias.

Reutilización de recursos: Cuando se realizan actualizaciones o renovaciones de equipos, se distribuyen los equipos sobrantes en el resto de oficinas o si estuviesen obsoletos para los requerimientos del trabajo que se realiza en la oficina, se donan a fundaciones o

asociaciones que trabajan con personas en riesgo de exclusión.

Renovables: La iluminación de las instalaciones de Anagan correría, es toda de bajo consumo y con detectores de movimiento para quedar en stand-by dependiendo de las zonas donde en cada momento hay actividad de personas.

## **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**

Cualquier acción ambiental, se comunica a nivel interno a los trabajadores de la compañía. En el próximo año, está previsto que teniendo ya asentadas estas buenas prácticas, se comuniquen de manera ordenada y periódica informaciones sobre las buenas prácticas de Anagan a través de la web y las redes sociales.

## **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 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 2 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 3 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 4 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 5 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 6 - Capacitar a las personas de la empresa
- 7 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 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 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?**

8

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

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

Proactividad. Anagan ha logrado empapar de la cultura social corporativa a los empleados de la organización. Por ello, a nivel interno, la compañía cuenta con la participación de los empleados para buscar nuevas iniciativas y mejorar en equipo, tratando de aportar nuestro

tiempo, esfuerzo y trabajo a las iniciativas que se proponen. De hecho, una de las acciones con mejor acogida a nivel interno, es la que celebramos en los últimos meses del año "defiende tu causa" donde cada trabajador realiza un "elevator pitch" para que Anagan aporte una donación a una entidad social concreta, que ese trabajador argumenta de manera excelente para que sea la elegida y reciba esa ayuda por parte de Anagan. De este manera, Anagan colabora con su entorno social, pero también hace partícipes a todos los trabajadores que participan de manera voluntaria para que las entidades que van a "defender" reciban esa aportación extra.

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

Protocolización: Estamos en una fase de mejora de procesos para protocolizar determinadas acciones o actividades y tener un registro sistemático y periódico de algunas de las acciones de la empresa a nivel corporativo y organizacional.

## **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 y tiene un compromiso público 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 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.