

RSA - PYMES

Empresa evaluada

ALIERTA INMUEBLES Y GESTIÓN

CIF:B99536351

C/Almagro nº:4.- 1º

50004 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Alierta Inmuebles y Gestión, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Calle Almagro nº 4, 1º

C.P. 50.004 Zaragoza

Teléfono 976224875

API Nº provincial: 612

API Nº nacional: 20477

03 - Sector. Actividad

Sector Inmobiliario.

04 - Año comienzo actividad.

Año 2012.

05 - Número de personas empleadas

6 empleadas.

06 - Persona contacto

María Llorente Pastora.

07 - E-mail contacto

maria@aliertainmuebles.com

08.- Página web

www.aliertainmuebles.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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

1.1 Información adicional

El sector inmobiliario está muy afectado por la situación económica y política del país, y al mismo también influye en los ratios económicos y en la sociedad.

No hemos estructurado ninguna actuación concreta en este sentido, pero en nuestro día a día tenemos muy en cuenta nuestra aportación a la economía de nuestros clientes (y del conjunto del país), así como la influencia en el día a día de cada persona que se acerca a nuestras oficinas.

Igualmente, como empresa, tenemos muy en cuenta las necesidades económicas y personales de los empleados.

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

Si

2.1. Información adicional

Pueden y deben hacerlo. A nivel macro (casi es inevitable, más en Aragón), y a nivel micro, dentro de cada empresa.

Además estamos muy atentos a las políticas económicas y legislativas, cambiantes en muchas ocasiones, para adaptarnos y poder beneficiar a nuestros clientes.

Un ejemplo muy claro son las modificaciones en las leyes de arrendamientos urbanos y cómo influyen en las economías de los clientes.

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)

3.1. Información adicional

Nos preocupamos por recibir formación e información sobre cualquier aspecto que afecte a nuestra actividad en lo relativo a políticas sobre vivienda, ayudas a desfavorecidos e información sobre los cambios en las medidas de optimización energética para las viviendas (por poner ejemplos).

Es apasionante poder influir en estas áreas con nuestro trabajo y creemos firmemente que lo hacemos.

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

No hemos asignado una cuantía económica para esto en nuestro presupuesto. Contribuimos con nuestro trabajo.

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

Los trabajos de márketing y mentoría para la organización, realizados en los últimos años, nos han servido para ser más conscientes de quienes contratan nuestros servicios; con qué finalidad compran/venden y que objetivos persiguen.

Tenemos muy diferenciados los dos grupos con los que trabajamos por el lado de la oferta y la demanda. Después de muchos años de experiencia, sabemos que no se puede trabajar igual con los inversores y con las familias, y nos sentimos muy cómodas gestionando el patrimonio de nuestros clientes, previa escucha de sus necesidades y afectos.

Además, hemos creado un apartado especializado en inversores (con una persona a su cargo), para darles un tratamiento especial a la hora de ofrecer ciertos productos y tener información más específica en sectores diferentes al de la vivienda residencial.

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

Nuestro diálogo con los grupos de interés se da en el día a día de nuestra gestión.

Cada vez que un cliente entra por nuestras oficinas o es acompañado por nuestros comerciales se inicia un diálogo a cerca de sus expectativas y necesidades, con la finalidad de asesorar, acompañar e impulsar nuevos proyectos económicos o de vida.

Además, una vez a la semana y otra cada mes, celebramos reuniones de equipo con la finalidad de poner en común lo acontecido en el periodo; cambios en la demanda, informaciones, novedades, dudas y propuestas, todo ello tendente a mejorar el servicio y conducir a nuestros clientes al éxito profesional y al bienestar.

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

Existe un organigrama de nuestra organización.
Somos sólo deis empleadas, pero los roles están bien definidos.
No tenemos manual de bienvenida todavía.

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

Como ya hemos mencionado, nuestro último año ha estado dedicado en parte a crear una cultura de empresa definida. Ha sido un año de mentoría y coaching de la directora y del equipo con la finalidad de establecer de manera más formal los objetivos de la organización a medio y largo plazo.

- . Foco en la satisfacción del cliente y sostenibilidad del negocio, con las consiguientes actuaciones de márketing y formaciones
- . Bienestar de los miembros de la organización, con flexibilidad en horarios y funciones, actualización de salarios y cohesión del equipo.

Plan de Responsabilidad Social

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

No hemos trabajado previamente en esta materia

9.1. Información adicional

No existe ningún protocolo de actuación fijado formalmente en la empresa, si bien en nuestra voluntad está ayudar a colectivos desfavorecidos cuando es necesario, colaborando con Cruz Roja u otros organismos que facilitan viviendas de alquiler a estos colectivos.

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

Estamos capacitadas sobradamente para establecer indicadores y objetivos.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

11.1. Información adicional

A través de las reseñas de Google que nuestros clientes nos dejan.

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

A través de la información que nos trasladan nuestras comerciales, clientes y del área de administración, gestionamos los cambios para satisfacer las necesidades de 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

Estamos receptivos a cada innovación que aparece en el sector inmobiliario, en dos aspectos:

. Innovación en herramientas para la venta, la gestión, el envío de información, relación con organismos oficiales...,etc. Hay un constante esfuerzo económico y personal para mejorar en cada proceso de la gestión. Como foco, la satisfacción del cliente.

. Información y formación actualizada sobre avances técnicos en edificación y normativa sobre eficiencia energética y otras. Colaboramos con varios técnicos, de forma que tenemos la información actualizada y atendemos a cualquier consulta que pueda tener el cliente.

Calidad de los productos y servicios

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

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

14.1. Información adicional

Alierta se caracteriza por ofrecer servicios inmobiliarios de calidad, lo cual tiene que ver con el trato al cliente. Con escucharle y poner a trabajar todos los recursos a nuestro alcance. El objetivo no es la venta sino aconsejar la mejor opción al cliente y ayudarle en el proceso. Foco en el cliente.

Hemos realizado una mentoría que ha durado casi un año con la que hemos convertido en una cultura de empresa lo que espontáneamente era nuestra forma de trabajar y de tratar al cliente.

Además, no nos limitamos al proceso de venta sino que facilitamos acuerdos entre clientes y mejoras dentro de las relaciones familiares en general.

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

Se ofrece un servicio postventa integral

15.1. Información adicional

Estamos para lo que necesiten.

Gestionamos impuestos postventa.

Consultas relativas a los derechos/deberes sobre las dudas surgidas tras firmar el contrato.

Problemas que puedan surgir tras la compra/venta de un inmueble....

Y recabamos información sobre la marcha y la satisfacción relativa a la gestión para poder mejorar nuestras actuaciones y procedimientos.

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

Aportamos un dossier con los datos de la vivienda, así como datos adicionales necesarios para el conocimiento del cliente.

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 reuniones periódicas para satisfacer las necesidades de las personas empleadas.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

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.

Se realizan formaciones periódicas para todo el personal de la empresa, las cuales mejoran su desempeño y crecimiento personal.

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.

Se realizan formaciones periódicas para todo el personal de la empresa, las cuales mejoran el desempeño de su puesto de trabajo así como en su crecimiento personal.

Seguridad y Salud

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

22.1. Información adicional.

Somos una empresa de pocos empleados, pero como una familia y nos tomamos muy en serio la salud de cada uno de los miembros.

Se tiene muy en cuenta también la conciliación siendo como somos todo mujeres, la mayoría con varios hijos.

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.

Las compras en esta empresa son casi siempre de consumibles.

Cada mes el departamento de administración hace un listado con lo necesario y se estudia el mejor lugar para comprar, siguiendo criterios de proximidad, precios y posibilidad de retorno (reciclaje).

En la compra de servicios, se revisa la facturación cada tres meses buscando propuestas más beneficiosas en precio y se premia en la elección a empresas locales y nacionales.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos,

se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

Siempre que podemos, tenemos en cuenta la proximidad de nuestro proveedores, el grado de satisfacción en la empresa de las personas que nos ofrecen el servicio y, por supuesto, igual que para nosotras la calidad del servicio es lo primero, sólo trabajamos con empresas que ofrecen servicios de forma comprometida, con responsabilidad y conocimiento del sector.

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 sin planificación específica

25.1. Información adicional.

Estamos allí donde nos llaman para ayudar a colectivos desfavorecidos en relación con el acceso a la vivienda digna.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

Se planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Tras el trabajo de mentoría y derivado de nuestra cultura empresarial, hemos fijado el camino por el que queremos transitar en relación a la responsabilidad social. No existe un protocolo formal, pero en nuestra obsesión por tener al cliente en el foco y ayudar a los colectivos desfavorecidos, en la empresa realizamos estos dos actuaciones:

- . Colaborar con organismos y acompañar a colectivos desfavorecidos en la búsqueda de vivienda asequible (además de monitorizar el proceso con ellos).
- . Llevar de la mano a colectivos o personas que necesitan una ayuda especial a la hora de tomar decisiones sobre patrimonio inmobiliario, gestiones a realizar y fiscalidad.

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?

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

27.1. Información adicional

Nuestro entorno social son nuestros clientes, colectivos con los que trabajamos y los

mismos empleados.

No existe un protocolo formal de información, pero todos los miembros tienen acceso a ella y se hace referencia al aspecto social en cada una de las reuniones mensuales establecidas.

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?

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

28.1. Información adicional

Sólo se comunica a los interesados (consumidor final) y organismos participantes.

Dentro de la organización se trabaja en afianzar nuestro código de buenas prácticas, enlazado con nuestra política de empresa, cada día, cada semana y cada mes. El foco en la satisfacción (y ayuda) al cliente es una obsesión.

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.

No existe un protocolo concreto de actuación en nuestra actividad, pero se realizan actuaciones concretas y puntuales a la hora de tener un consumo de productos y servicios responsable, elegir productos retornables y comprar a proveedores próximos (consumibles, inversión y servicios).

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.

Tanto en nuestras instalaciones como en nuestras casas, estamos muy concienciados con el cambio climático y sus consecuencias.

Reciclamos todo lo reciclable, usamos temporizadores en los equipos, usamos electrodomésticos de bajo consumo...

Además tenemos información actualizada de las nuevas realidades de la vivienda

sostenible y ofrecemos los servicios de nuestros técnicos para que nuestros clientes opten por formas de energía más sostenibles.

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

En el día a día, tenemos muy integrado en cada gesto, la importancia de reciclar los consumibles que usamos en la actividad, así como la compra de productos que puedan ser reciclados.

También hemos optado en alguna ocasión por equipamiento de segunda mano.

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?

No de una manera formal

32.1. Información adicional

Es algo que realizamos dentro de la actividad diaria y se queda dentro del equipo. Nos encantaría comunicarlo de alguna manera porque somos muy conscientes de la responsabilidad que hay en ello.

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

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Nuestro punto fuerte es, sin duda, el foco en el cliente. La satisfacción de la persona que contrata nuestros servicios.

Por supuesto se busca que el negocio sea sostenible y actualmente nuestros clientes son referidos al 90 %, pero es que realmente que con nuestro trabajo diario ayudamos a las familias a organizar su vida para tener una vida más digna y satisfactoria.

También intermediamos en casos de divorcio y herencias complicadas, y es lo que nos gusta. ayudar.

Nos preocupa el acceso a la vivienda de colectivos desfavorecidos. en nuestro día a día, tendemos la mano a la colaboración con organismos que demandan determinadas viviendas. También a familias que nos piden ayuda para encontrar un vivienda digna.

Otro punto fuerte es el estatus de las trabajadoras de la empresa, con condiciones de contratación muy favorables, flexibilidad de horarios y excelente ambiente laboral.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Podríamos mejorar formalizando alguno de los protocolos que realizamos de forma natural o espontánea.

También tenemos el firma compromiso de seguir estudiando las nuevas tecnologías que permiten ganar en eficiencia energética para las viviendas. Con formación e información de nuestro equipo técnico.

Nos gustaría ofrecer aún más información a los colectivos desfavorecidos para indicarles qué actuaciones realizar tendentes a conseguir ayudas para tener una vivienda digna y asequible.

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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.