

RSA - PYMES

Empresa evaluada

GABINETE CIMBRA, S.L.P.

CIF:B50117852

c/fray Luis Amigó 8. Edificio Zafiro, Entreplanta
50006 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

GABINETE CIMBRA

02 - Dirección - CP - Población

Calle Fray Luis Amigó 8, Entreplanta - Edificio Zafiro - 50006 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Asesoramiento fiscal, jurídico, laboral y contable

04 - Año comienzo actividad.

1985

05 - Número de personas empleadas

21

06 - Persona contacto

BERTA RAMOS BENDICHO

07 - E-mail contacto

bramos@gabinetecimbra.com

08.- Página web

www.gabinetecimbra.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

Por la naturaleza de nuestra actividad (servicios de asesoramiento), nuestra organización se ve afectada en mayor medida por aspectos económicos, tecnológicos y sociales, teniendo menor impacto en nuestro caso los temas medioambientales y políticos.

Revisamos continuamente las principales tendencias económicas y tecnológicas, y diseñamos planes a corto y medio plazo para incorporarlas a nuestro trabajo diario. En nuestro sector, esta actualización y adaptación continua es fundamental para prestar un servicio de calidad a nuestros clientes. Adicionalmente, examinamos de forma periódica aspectos como la necesidad de formación de nuestros equipos, medidas de conciliación, etc., reforzando nuestra propuesta en caso necesario.

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

Si

2.1. Información adicional

Todas las organizaciones, independientemente de su tamaño, pueden comprometerse con prácticas socialmente responsables. Es evidente que la capacidad de actuación y el nivel de contribución no es equiparable entre autónomos, pymes o grandes empresas, pero indudablemente es positivo que, en la medida de las posibilidades, todos los grupos de interés aborden estos temas a la hora de interactuar.

Las instituciones deben estar presentes para orientar y concienciar al sector privado, siempre con una perspectiva realista.

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

Se tienen en cuenta en la planificación y, en la medida de lo posible, se trata de priorizar alguna iniciativa de responsabilidad social entre todas las líneas de actuación.

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

Recientemente se ha dedicado una gran partida presupuestaria a la renovación integral de las instalaciones para mejorar todos los espacios de 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.

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 los siguientes:

- Empleados
- Clientes
- Proveedores
- Otros profesionales / Colaboradores (Notarías, Procuradores, Banca,...)
- Administraciones / Organismos (Agencia Tributaria, Seguridad Social, Registros,...)
- Mercado potencial

En su mayoría, la interacción e interlocución es constante por la naturaleza de nuestra actividad, siendo piezas indispensables para prestar el servicio en su totalidad. No obstante, adaptamos la gestión que hacemos de cada grupo en función de su rol, criticidad, recurrencia, etc.

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

La empresa dispone de diferentes mecanismos para el diálogo con los principales grupos de interés: reuniones periódicas y ad-hoc, sondeos, buzón de sugerencias, boletines informativos, etc. No obstante, la relación entre gerencia, empleados, clientes y proveedores es muy directa y constante, por lo que el diálogo surge de forma natural. Adicionalmente participamos en foros / formaciones con colaboradores, otros profesionales y organismos. Las RRSS nos sirven de medio informal para acercarnos a todos nuestros grupos de interés, incluido el mercado potencial.

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

La organización tiene claramente definidos los valores y la filosofía de trabajo, así como diversos manuales y protocolos de actuación documentados por escrito (de carácter más técnico). Verbalmente se hace hincapié en las pautas de actuación recomendadas, tanto en el momento de la incorporación de nuevos trabajadores como en las diferentes reuniones periódicas. Por otro lado, se está empezando a trabajar en un manual de bienvenida que recoja de forma estructurada estas pautas de actuación entre otros.

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

El tamaño de nuestra organización permite una fácil difusión de la cultura y los objetivos entre los distintos miembros y equipos. En el día a día, son los perfiles más experimentados los que se encargan de transmitirlos. Se han reenfocado las reuniones departamentales para dedicar espacio específico al refuerzo de estas cuestiones.

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 participación en este programa marca un hito para nuestra organización, adquiriendo el compromiso de poner mayor foco en la Responsabilidad Social Corporativa. Hasta la fecha se ha trabajado en medidas puntuales, pero nos encontramos en una fase inicial del proceso. Aspiramos a dedicar más recursos y a desarrollar un plan específico de medidas.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

10.1. Información adicional

El despacho ya ha estado trabajando en diversas líneas de actuación con impacto directo en Responsabilidad Social como por ejemplo la apuesta por la conciliación (ampliación período jornada intensiva y flexibilidad horaria) o la transformación de los métodos de trabajo (reduciendo significativamente el uso del papel). Sin embargo, estas mejoras se valoran de una forma genérica ya que todavía no se dispone de un plan concreto de medidas, con prioridades e indicadores específicos.

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

La organización aplica un método de trabajo que implica contacto directo y continuo con los clientes (teléfono, correo, reuniones, etc.), lo que nos permite conocer de primera mano su nivel de satisfacción, necesidades e inquietudes.

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

Nuestra prioridad es la excelencia en el servicio al cliente. Cualquier inquietud que nos traslada un cliente se estudia rápidamente para valorar diferentes posibilidades y poder ofrecer una respuesta de forma ágil. Contamos con las herramientas tecnológicas más punteras del sector que nos permiten implantar mejoras de manera rápida y segura en nuestros procesos. Cuando es necesario, las mejoras se diseñan a medida para nuestros clientes, y se introducen de forma masiva si se identifica que pueden resultar en beneficio de todos.

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

Hasta hace relativamente poco, la asesoría ha sido un sector eminentemente tradicional, en el que el factor humano y los conocimientos técnicos han estado muy por encima de las herramientas o la tecnología. Sin embargo, el cambiante marco normativo y las propias necesidades de nuestros clientes, hacen que nuestro servicio evolucione cada vez más de la mano de las nuevas tecnologías.

En este sentido, hemos trabajado con varios proveedores para reforzar nuestra infraestructura tecnológica y poder garantizar a nuestros clientes un servicio totalmente actualizado (a día de hoy y también a futuro). Se ha reforzado el equipo con un perfil especializado para analizar las tendencias del mercado, los competidores y las nuevas soluciones disponibles. La formación del equipo es también indispensable para actualizar conocimientos con las novedades que van surgiendo y dominar el manejo de las nuevas herramientas y programas.

Calidad de los productos y servicios

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

Tenemos claro que para garantizar la calidad de nuestro servicio debemos poner a disposición del equipo todos los medios necesarios para trabajar de forma óptima. En nuestro caso, procuramos fomentar un entorno de trabajo óptimo y socialmente responsable a través de las siguientes medidas:

- Implantar esquemas de flexibilidad horaria para favorecer la conciliación

- Disponer de un espacio de trabajo confortable (reforma recién ejecutada)
- Sensibilizar sobre el uso del papel y ofrecer alternativas digitales
- Proporcionar herramientas y programas de gestión completos
- Dimensionar adecuadamente las tareas
- Facilitar formación adecuada
- Promover la comunicación interdepartamental para dar cobertura integral a cualquier cuestión

Somos conscientes de la responsabilidad que tenemos para con nuestros clientes por las implicaciones de nuestro asesoramiento. Trabajamos de forma meticulosa, diligente y ética para devolver la confianza depositada.

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

Se ofrece un servicio postventa integral

15.1. Información adicional

En nuestro caso, no podemos hablar de post venta como tal, ya que el "core" de nuestra actividad es el servicio de asesoramiento, lo que para el cliente supone un acompañamiento continuado en el tiempo. Es decir, no hay una entrega de producto y un servicio posterior. Se trata de una contratación de servicio completa que suele derivar en relaciones de confianza y a largo plazo con nuestros clientes.

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

Previo a la contratación del servicio, se atiende personalmente al potencial cliente para identificar las necesidades y exponer de forma clara el servicio que ofrecemos. Posteriormente se envía una propuesta comercial por escrito en la que se indica detalladamente el alcance del servicio, la política de precios, los potenciales riesgos y cualquier otra consideración a tener en cuenta.

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

Formalmente contamos con reuniones periódicas (departamentales y globales) en las que se dedica un espacio concreto a identificar "pain points" y proponer mejoras. Fuera de estos foros, una persona de la organización centraliza de manera informal un buzón de sugerencias y se encarga de elevar los temas a la gerencia. Para determinadas cuestiones

de interés general, se llevan a cabo sondeos internos. Por su parte, la gerencia trata de fomentar a lo largo del año conversaciones informales e individualizadas con todos los trabajadores.

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 de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

18.1. Información adicional.

Dada nuestra dimensión, no precisamos de protocolos complejos. Nuestro departamento de Laboral asegura el cumplimiento de la normativa vigente en este aspecto. No obstante, somos una organización con una plantilla muy estable, con representación diversa y una tasa de equidad muy elevada (70% aproximadamente).

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 el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

- Horario de entrada y salida flexible.
- Jornada intensiva todos los viernes del año.
- Jornada intensiva todos los días en verano (11 semanas).
- Jornada reducida en fechas especiales.
- Posibilidad de teletrabajo en determinadas situaciones.

Formación y desarrollo profesional

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

20.1. Información adicional.

El personal tiene acceso a diversos canales formativos para adquirir, profundizar o reciclar conocimientos. Es el propio empleado el que debe proponer proactivamente las acciones formativas que le interesan para el desarrollo de sus funciones. Adicionalmente, cada departamento puede revisar las opciones disponibles y valorar la conveniencia para el equipo en su conjunto. También se valoran necesidades formativas más excepcionales, que se estudian de manera individualizada.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

21.1. Información adicional.

Se facilita formación específica para el desarrollo de las funciones con cada nueva incorporación / reasignación de funciones. Internamente se comparten píldoras formativas de carácter más técnico para enriquecer el conocimiento general de todos los trabajadores.

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 empresa dispone de un servicio de prevención contratado.

En 2023 se llevó a cabo una reforma integral de las instalaciones favoreciendo la mejora del espacio y los puestos de trabajo.

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.

Se procura realizar las compras de forma responsable con criterios medioambientales, fomentando los proveedores de cercanía y apostando por políticas de reciclaje.

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.

Debido a nuestra dimensión y tipo de actividad, no requerimos gran variedad ni volumen de suministros. Tenemos una serie de proveedores muy concretos, para cuya selección primamos la calidad y garantías de servicio y la proximidad (en la medida de lo posible).

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.

Nos se dispone de un presupuesto específico ni una planificación formal para este propósito.

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.

Están relacionados con nuestra actividad de asesoría.

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

Se comunican internamente las actuaciones que lleva a cabo el despacho.

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

No aplica.

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.

Se llevan a cabo acciones de reciclaje, separación de residuos y ahorro energético.

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?

No existen actividades en marcha

30.1. Información adicional.

No existen actividades planificadas como tal. Sí que procuramos reducir al máximo nuestro impacto mediante el reciclaje, el uso de una iluminación eficiente, etc.

Economía circular

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

31.1. Información adicional

Se fomenta la extensión de la vida útil del material de oficina, revisando periódicamente aquellos artículos que pueden reutilizarse (fundas, archivadores, carpetas, etc.) y habilitando un espacio específico para su guardado y puesta a disposición de los empleados.

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

Las personas trabajadoras son conocedoras de todas las actuaciones que se ponen en marcha ya que su implicación y compromiso es fundamental en este caso.

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 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral

- 4 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 5 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 6 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 7 - Capacitar a las personas de la empresa
- 8 - Disponer de presupuesto
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

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 principal ventaja competitiva de nuestra organización es la capacidad de ofrecer un servicio integral a los clientes gracias a nuestros equipos especializados. Fomentamos relaciones de confianza y un contacto muy directo, lo que nos permite conocer de primera mano las necesidades y brindar soluciones eficaces y a medida. Para conseguirlo, nos apoyamos en un gran equipo de personas comprometidas. Es nuestro mayor activo, por lo que trabajamos para ofrecer un clima laboral óptimo y unas condiciones favorables para equilibrar la vida personal y profesional.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

La participación en acciones sociales y el desarrollo de iniciativas internas con impacto social.

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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.