Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

# RSA - AUTONOMOS-AS

**Empresa evaluada**

**LAURA MARTÍNEZ-CABEZAS SOLER**
CIF:251******
50004 - Zaragoza

## DATOS DE LA EMPRESA

### 01 - Denominación de la organización

LAURA MARTINEZ-CABEZAS SOLER
MARTINEZ-CABEZAS
Corredores de Seguros

### 03 - Sector. Actividad

SERVICIOS - CORREDORES DE SEGUROS

### 04 - Año comienzo actividad.

ENERO 1998 (2ªGENERACION)

### 05 - Persona de contacto

Laura Martinez-Cabezas Soler

### 07.- Página web

www.martinezcabezas.com
TENEMO TAMBIEN DE RRSS FACEBOOK, LINKEDIN, GOOGLE, Y TWITTER

## 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, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

### 1.1. Información adicional.

Como autonoma, con dos empleados, nos interesamos y tenemos en cuenta todos los temas económicos, tecnológicos y sociales, ante todo por nuestra actividad, trabajamos para la mejora y superación tanto en el ámbito personal de nuestro equipo, como frente a la sociedad, transmitiendo una conciliación total siempre que haya problemas o choques profesionales, formativos, etc... se revisa mucho la igualdad de genero siempre hemos cumplido la paridad en nuestro equipo.
Los asuntos tecnológicos también nos afectan mucho, pues nuestra oferta de productos cada dia se ve o se expone en RRSS para ampliar el abanico de la onmicanalidad y mejorar el servicio al consumidor.

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

### 2 - 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

### 2.1.- Información adicional.

Por nuestra actividad no existe obligación de cumplir ciertos retos sobre todo sociales y ambientales, pero en nuestra empresa siempre estamos muy concienciados de estos ámbitos que hay que tener en cuenta a la hora de ejercer nuestra actividad

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

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

### 3.1. Información adicional.

Cada año se destina un presupuesto para colaborar con organizaciones que creemos trabajan por la mejora de la situación de Aragon o para organizaciones que trabajan por la mejora e igualdad de genero y oportunidades y el fin de la pobreza en Aragon

## Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

### 4 - Tiene identificados 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

### 4.1. Comentarios

Nuestro programa de gestión del negocio, nos da la opción ya de distinguir e identificar los diferentes grupos de interés con los que actuamos, dialogamos y nos relacionamos diariamente, clientes, compañías, peritos, abogados, gremios, asociaciones a las que pertenecemos, colegios profesionales, empleados,... etc.

### 5 - ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

**5.1. Comentarios**

En función del grupo de interés, se actúa de una forma u otra para impulsar el dialogo y mejorar la situación con ellos, reuniones con las compañías, encuestas con los clientes, ofertas en RRSS para los consumidores, etc...

**Gobierno**

**6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o código de conducta?**

Existe un código de conducta que se revisa periódicamente

**6.1. Comentarios**

debido a las obligaciones administrativas y sociales que nuestra Actividad de Corredores de Seguros, tenemos en nuestro programa de Gestion, colgados todos los protocolos de actuacion por parte del gobierno de la micro empresa

**Plan de Responsabilidad Social**

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

Estoy actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

**7.1. - Comentarios**

.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

**8.1. - Comentarios**

.

**CLIENTES**

**Satisfacción de Clientes.**

**9 - ¿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

**9.1. - Comentarios.**

llevamos en el mercado asegurador como segunda generación desde 1985 y la cartera de clientes es muy particular y micro pymes o pymes, totalmente cercana y de trato personal con ellos, se mantiene la comunicación con ellos, muy habitual, ofreciendo productos

adaptados a las circunstancias económicas, sociales, de salud, etc... igualmente se ofertan packs de productos que les benefician en la forma de contratación con regalos, revisiones a los vehículos y detalles igualmente programados cada año para sus cumpleaños, que de forma automatizada reciben en sus correos electrónicos para uso y disfrute anualmente.

**Calidad del servicio y Transparencia informativa.**

**10 - ¿Cómo realiza en su negocio 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

**10.1. - Información adicional**

En nuestra correduría se venden seguros, que aunque son del sector servicios, y no son tangibles, si que colaboramos con las Compañías Aseguradoras que crean estos productos, y nos consta que la transparencia informativa y la calidad del producto es 100% garantizada, además por nuestra actual regulación a través de la IDD, es necesario que siempre que vendamos un seguro aportemos todas las características, aportando en todo momento lo que se garantiza y lo que no.

**11 - ¿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

**11.1.- Información adicional**

por la misma ley de distribución indicada en el punto anterior, hemos de facilitar en cada presupuesto el detalle de el producto, la compañía aseguradora, ademas de la información que les facilitamos de nuestro despacho profesional, tan pronto se dan de alta en nuestra base de datos como clientes, se comercializan todos los seguros con el llamado ipid (Insurance product information document) es decir Documento de Información sobre Producto de Seguro

**PERSONAS EMPLEADAS**

**Seguridad y salud.**

**12 - ¿Tiene implantados en su negocio mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado en revisión periódica y gestionado por una empresa especializada

**12.1.- Información adicional**

tenemos dos empleados, aunque soy autónoma, y cumplimos todas las normas de salud bienestar y prevención de riesgos así como hemos implantado, segun nos obliga la la ley el canal de denuncias, el control horario, y la formación y reciclaje anual para los empleados

**PROVEEDORES**

## Compras responsables

### 13 - ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

### 13.1.- Información adicional

Efectivamente aunque vendemos servicios, nos consta que los seguros que comercializamos, provienen de Compañías Aseguradoras que cuidan mucho los aspectos medioambientales y sociales en su empresa y proceden con las revisiones temporales de los mismos, en nuestra labor de corredores siempre elegimos compañías aseguradoras que cumplan estos requisitos.

## Clasificación y evaluación de proveedores

### 14 - ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?

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

# SOCIAL

## Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

### 15 - En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla su actividad, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en proyectos afines a los valores sin planificación específica

### 15.1. Información adicional

colaboramos anualmente con una dotación en presupuestos para la mejora de asociaciones dedicadas a la igualdad, mejora y progreso de la zona de aragón, y que protege a los nichos más perjudicados.

## Comunicación y fomento de buenas prácticas

### 16 - ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social que desarrolla?

No se comunican

### 16.1. Información adicional

no comunicamos nuestra aportaciónes extras y altruista, tan solo se comunican las buenas prácticas en la profesionalidad y forma de trabajar de nuestro despacho, tanto en RRSS como puntualmente en medios de comunicación tradicionales.

# AMBIENTAL

## Impacto ambiental

**17 - Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

No existe una planificación para estos temas

**17.1. Información adicional.**

Nuestro despacho está ubicado en un edificio de oficinas y nuestro impacto medioambiental es nulo, la documentación física, se destruye al vencimiento de los años de custodia en destructora de papel propia, lo que si hacemos es formarnos en este tipo de riesgos para luego trasmitirselo a nuestros clientes empresa y ofrecerles las pólizas que legalmente se deben contratar para la cobertura de responsabilidad medioambiental.

## Economía circular y comunicación

**18 - ¿Conoce y aplica en su negocio los principios de economía circular?**

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

**18.1. Información adicional**

Es poco el impacto en nuestra actividad, pero sí lo tenemos en cuenta a la hora de nuestras compras a proveedores, papel, archivadores, lapiceros, y todo lo que podamos adquirir como producto reciclado

**19 - 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

**19.1. Información adicional**

como indicábamos en el punto anterior, al tener poco impacto, tampoco a los grupos de interés se les comunica nuestras acciones, lo que sí hacemos como se manifestó en el apartado anterior, informar a los clientes de los riesgos que corren de responsabilidad medioambiental así como los productos que podemos ofrecerles para su cobertura.

# VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

## Priorización de temas

**20 - 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 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
3 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
4 - Ofrecer productos y servicios de calidad
5 - Ser un negocio rentable y sostenible en el tiempo
6 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
7 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local

8 - Capacitación y desarrollo profesional
9 - Gestionar con ejemplaridad
10 - Disponer de presupuesto

**Valoración Global**

**21 - ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

8

**Puntos fuertes y áreas de Mejora**

**22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

conciencia de igualdad entre los trabajadores, cuidando su seguridad laboral y personal, tenemos implantado hasta el canal de denuncias que nos indica nuestra legislación de Corredores de SEguros

**23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?**

Todas las áreas son susceptibles de mejora, siempre, no obstante nuestra formacion personal y laboral nos permite ir conociendo las diferentes herramientas que debemos implantar para la mejora diaria en la empresa

**Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

**¿Conoce la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?**

Sí, conozco la Agenda 2030 pero no he establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

**En caso afirmativo, ¿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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.