

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**UNTIE 21 SL**

CIF:B06821854

P.i. Malpica c/c Nº 8 Int. 1

50016 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Untie 21 SL

#### 02 - Dirección - CP - Población

P.I. Malpica Calle C Interior nº 8 nave 1, 50016 Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Actividades de holding

#### 04 - Año comienzo actividad.

2021

#### 05 - Número de personas empleadas

8

#### 06 - Persona contacto

Sara de Luis Cuartero (Recursos Humanos)

#### 07 - E-mail contacto

[sara@untie21.es](mailto:sara@untie21.es)

#### 08.- Página web

Todavía no disponible

### 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 conocen de forma general pero no se tienen en cuenta a corto plazo en la gestión de la organización

### **1.1 Información adicional**

La empresa fue creada en el año 2021, por lo que, aunque considera de total relevancia todos los aspectos de su entorno y sabe que le afectan, Está estructurando los procedimientos necesarios para poder establecer objetivos a corto/medio o largo plazo.

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

No

### **2.1. Información adicional**

Untie 21 Si es una empresa joven, pero pertenece a un grupo de empresas que lleva ya muchos años en Aragón.

Es por ello, que su esencia es fundamentalmente colaborar de forma muy activa con las empresas de su grupo primero (Gráficas Z y Nobiz Etiquetas), pero también con todo el resto de grupos de interés.

## **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 plantea y planifica por exigencia legal (sectores específicos) el impacto de los aspectos sociales y ambientales en la actividad tanto en el corto como en el medio o largo plazo

### **3.1. Información adicional**

Dentro de nuestros valores está de escrito formalmente "estamos comprometidos con el medio ambiente, utilizando sistemas de producción y tecnología que afecten a nuestro entorno en la menor medida posible", por lo que dentro de nuestras decisiones estratégicas siempre se tiene en cuenta minimizar el impacto ambiental de nuestra actividad, incorporando tecnologías medioambientalmente sostenibles, favoreciendo la automatización de los procesos y reduciendo en el uso de materias que no aportan valor a nuestro servicio. Para los desplazamientos se fomenta el uso de medios alternativos al coche privado como es el tren o autobús.

A nivel social está incorporado en nuestros valores por lo que nuestra 6º línea estratégica es atraer y retener talento, para ello se está apostando por la promoción interna así como apostar por la incorporación de perfiles disruptivos en nuestro sector.

## **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**

Actualmente en la empresa no existe un presupuesto concreto que se destine a fines sociales o ambientales. Si que es cierto que, como parte del grupo de empresas que forma junto con Gráficas Z, participa en las actividades que ésta promueve tanto en temas sociales como temas más específicos medioambientales (se promueve el reciclaje, se utiliza en todo lo posible fuentes energéticas renovables...)

## **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**

Hemos definido como nuestros grupos de interés los siguientes:

- empleados
- clientes
- proveedores
- propiedad
- sociedad y administraciones públicas
- empresas del grupo

### **6.- ¿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

#### **6.1. Información adicional**

Interactuamos directamente con nuestros grupos de interés, de forma que, aunque no hay unas vías oficiales de comunicación establecidas, si que conocemos sus inquietudes y solucionamos de la manera más cercana posible todas aquellas incidencias que vayan surgiendo.

## **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**

Se ha establecido un Código de Conducta, que está accesible a todos los empleados a través del Portal del Empleado.

También, se da a conocer a las nuevas incorporaciones dentro del Plan de Acogida establecido

### **8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?**

No se conocen

#### **8.1. Información adicional**

Como empresa de reciente creación, estamos pendientes de documentar e informar a nuestros grupos de interés de nuestra misión y visión

### **Plan de Responsabilidad Social**

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

##### **9.1. Información adicional**

En Untie 21 no existe un Plan de Responsabilidad Social como tal. Se colabora junto con Gráficas Z en todas aquellas acciones promovidas por esta.

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

##### **10.1. Información adicional**

Los indicadores se establecen a nivel de grupo

### **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**

Aunque nuestra empresa tiene una actividad muy reciente, si que tiene un trato muy directo con sus principales clientes. Se está desarrollando un medio formal establecido para conocer el grado de satisfacción de los mismos, se conocen de primera mano sus necesidades e inquietudes, dando una ágil y rápida solución en caso de ser necesario.

#### **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**

Creemos firmemente en el principio de la mejora continua, cualquier sugerencia que aporte valor a nuestros procesos, es tenido en cuenta para su establecimiento.

### **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**

Somos una empresa joven, pero con vocación de dar un trato especializado a nuestros clientes. Es por ello que siempre colaboramos con ellos mano a mano para ofrecer el servicio especializado y concreto que nuestros clientes necesitan.

**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**

Dado que nuestros clientes son empresas pertenecientes al grupo, siempre se adopta un servicio hacia nuestros clientes socialmente responsable y cuidando el medioambiente.

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

**15.1. Información adicional**

Como hemos indicado, nuestros principales clientes son las empresas que forman nuestro grupo. Es por ello que nuestro servicio está encaminado a la mayor calidad posible dentro de los estándares que ellos nos marcan. Nuestro servicio no termina en la entrega del producto, sino que estamos directamente implicados en todas aquellas incidencias que puedan venir después de la teórica finalización de la prestación de los mismos.

**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**

Nuestros servicios son totalmente personalizados y adaptados a las necesidades del cliente. Es por ello que, son hechos a medida de sus necesidades y modificados según estas en caso de ser necesario. Por ello, la información es bidireccional y totalmente fluida por ambas partes.

**PERSONAS EMPLEADAS**

**Satisfacción de las personas empleadas**

## **17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?**

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

### **17.1. Información adicional**

La comunicación con las personas empleadas es diaria y fluida. Siempre que es necesario, se comentan todas aquellas necesidades que puedan surgir. Somos pocos empleados en la misma, por lo que tanto Gerencia como Recursos Humanos están disponibles y accesibles de forma que se conocen de primera mano y de manera mayormente informal (en reuniones personales especialmente), todas aquellas incidencias que puedan surgir, tanto profesional como personalmente a las personas empleadas.

## **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

### **18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?**

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

#### **18.1. Información adicional.**

Aunque no existe un Plan de Igualdad documentado, si que el espíritu de la empresa desde su constitución ha sido:

- igualdad en los procesos de selección. Se valoran las candidaturas de manera totalmente objetiva (en función de su valía y/o capacitación para el puesto a desempeñar)
- se intenta, siempre dentro de lo posible, promover la promoción interna de puestos de trabajo existentes antes de la contratación externa
- se utilizan como ayuda externa en los procesos de selección, todo tipo de entidades y empresas, por citar algunas; Ymca, Asapme, Kairós, Atades, Asapme, Plena Inclusión, Rey Ardid, Inaem...
- retribuciones mínimas según el convenio colectivo de aplicación (en muchos casos, por pactos individuales, se retribuye mejorando estas condiciones)
- se adoptan con las personas empleadas todas aquellas medidas de conciliación personal posibles: adaptación de horarios, vacaciones, permisos retribuidos de forma individualizada en la medida de lo posible

## **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.**

Aunque no hay unas políticas documentadas en la empresa, tanto por su tamaño como por su reciente creación, se intenta que todas las personas trabajadoras que forman parte de la empresa, puedan conciliar perfectamente su vida personal y familiar. Es por ello que, entre otras cosas, la totalidad de las personas empleadas tienen su horario profesional adaptado a su vida personal. Además, como se conocen de primera mano las necesidades que pueden surgir, se adaptan tanto los permisos como las vacaciones a las mismas.

## **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.**

Se comenta de manera personal con todas y cada una de las personas trabajadoras sus necesidades formativas para el año en curso. Configuradas en un plan de formación anual documentado

### **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.**

Dado que las personas que trabajan en la empresa son el apoyo del resto de personal de las empresas del grupo, se evalúan sus competencias anualmente para poder establecer un plan de formación específico que ayude al desarrollo profesional de cada uno de ellos así como que puedan ayudar al desarrollo profesional de las personas a las que asisten habitualmente, habiendo así un desarrollo de toda la compañía.

## **Seguridad y Salud**

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

Se dispone de un Plan de Empresa Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

#### **22.1. Información adicional.**

No existe un plan de empresa saludable propio, se han adoptado todas las medidas implantadas en el Plan de Empresa Saludable de nuestra filial. Durante el año 2025, está previsto realizar un Plan a nivel grupo, para que todas las empresas pertenecientes al grupo lleven a cabo las mismas medidas.

## **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.**

Nosotros no compramos nada puesto que solo proveemos de nuestros servicios. Si se compra algo se hace a nivel local en comercios de proximidad.

## **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

No existen criterios definidos para evaluar y clasificar a los proveedores

#### **24.1. Información adicional.**

Al no comprar, no tenemos un sistema de evaluación de proveedores establecido

## **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.**

No existe actualmente una planificación como tal para colaborar en proyectos con la sociedad. Actualmente, lo que se hace es contribuir y colaborar con los proyectos ya planificados en su cliente, Gráficas Z.

### **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.**

Puesto que se contribuye y colabora con Gráficas Z en sus proyectos sociales, estos están íntimamente ligados tanto al entorno al que pertenecemos como a la estrategia del propio negocio.

### **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 comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

#### **27.1. Información adicional**

Se difunde la participación en estos internos de forma interna (a través de cartelera, del Portal del empleado, de creación de grupos de whastApp...).

### **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 informa únicamente cuando se demanda

#### **28.1. Información adicional**

Por la novedad de la empresa y la estrecha vinculación con Gráficas Z, actualmente es cuando Untie 21 se está empezando a dar a conocer, especialmente a través de las Redes Sociales.

## **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 ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

#### **29.1. Información adicional.**

Trabajamos en un seguimiento del impacto medioambiental de la actividad de la empresa. Se hace de manera informal, porque es ya la forma habitual de trabajar, pero sin procedimentar ni cuantificar todavía.

### **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.**

Existen instaladas en el tejado de la empresa, placas solares que producen la mitad del consumo eléctrico de la empresa. Es la medida estrella, puesto que, por nuestra actividad, apenas tenemos impacto medioambiental. No existe un plan de actuaciones medioambiental como tal, pero por principios, se tienen en cuenta en todo lo posible las

posibles repercusiones negativas (que ya decimos, son escasas por nuestra actividad) que se tienen en el medioambiente.

## **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**

La energía consumida procede de nuestra planta fotovoltaica.

Actualizamos, reparamos y reutilizamos los ordenadores y aparatos electrónicos que se van estropeando, si hay algún aparato que no nos sirve por obsolescencia para nuestra labor profesional, los ofrecemos a las personas del equipo para que las usen a nivel personal, puesto que en la mayoría de las ocasiones lo que no sirve para el trabajo para la vida particular es útil.

## **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**

Se informa de que existen en la empresa en marcha campañas de reciclaje de forma continuada en la empresa. Existe también un monitor en las instalaciones que informa del consumo diario de luz solar/de la red.

Se comunica de una manera informal, pero se va intentando concienciar de la necesidad del uso racional de la energía eléctrica y del agua.

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **Priorización de temas**

#### **33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)**

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

### Valoración Global

**34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

5

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

Asentamiento de unas bases de respeto al medioambiente, al entorno social al que pertenecemos y fomentar entre todos nuestros grupos de interés estas inquietudes.

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

Las bases sobre las que se asienta ya están enmarcadas en las nuevas tendencias (sostenibilidad, desarrollo sostenible, cooperación, economía circular...), pero todavía de manera muy informal. Hay que desarrollar los procedimientos y dotarlos de indicadores, para poder hacer un seguimiento adecuado y seguir mejorando día a día.

### 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 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.