

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**ZATEC, S.A.**

CIF:A50454503

Polígono Industrial las Norias, Avenida Valencia Nº

20, Polígono Industrial

50450 - MUEL

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

ZATEC S.A.

#### 02 - Dirección - CP - Población

Polígono Industrial Las Norias, Avenida Valencia nº20, 50450 Muel- Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Inyección de plásticos técnicos para diversos sectores como automoción, electrónica....

#### 04 - Año comienzo actividad.

1991

#### 05 - Número de personas empleadas

32

#### 06 - Persona contacto

José Ramón Benedi

#### 07 - E-mail contacto

[jrbenedi@zatecsa.com](mailto:jrbenedi@zatecsa.com)

#### 08.- Página web

[www.zatecsa.com](http://www.zatecsa.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**

La tendencia global a nivel auto esta inmersa en una vorágine de incertidumbre por nuevos actores en el mercado, crisis de materiales y aspectos legales referentes al coche eléctrico, este hecho hace complicado planificar la producción de una manera adecuada.No obstante, revisando nuestro plan de negocio por proyectos adjudicados y tendencias del sector se prevé una recuperación moderada que debería ir incrementando hasta 2025. Y en base a ello, nos estamos preparando, teniendo muy presente a las personas y el entorno (proveedores, clientes y medioambiente)

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

No

**2.1. Información adicional**

Desde nuestro punto de vista la única forma de hacerte oír o hacer frente a los desafíos anteriores, es mediante agrupación de empresas que tengan un interés común como los clusters, haciendo mas fuerza para abordar según que temas. Es cierto que hay aspectos que no dependen de uno mismo, pero hay que trabajar en ese sentido para diversificar y ser mas competitivos, aportando cada uno su granito de arena para que todo lo que dependa de uno mismo se haga de la mejor manera posible.

**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**

Por nuestro sector principal y exigencias, así como las certificaciones correspondientes a IATF16949, ISO9001 e ISO140001 se tienen en cuenta acciones de mejora, a incorporar en la estrategia de la empresa, revisando plan estratégico a 3 años vista

**4.- ¿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.

**4.1. Información adicional**

Existe un presupuesto que se revisa anualmente en función del margen de ventas y nuevos proyectos, enfocado principalmente a personal e instalaciones con un impacto directo en

en el ámbito social, potenciando si es posible el entorno donde nos encontramos ubicados.

-Retos Sociales: Favorecer la actividad deportiva a nivel interno como patrocinio a diferentes equipos, primando la participación de los trabajadores, como por ejemplo Padel, Fútbol y Fútbol Americano. Así como la carrera de San Borombón en nuestra localidad de Muel.

-Otro aspecto importante son la mejora de las condiciones de sociales de la gente en interno, seguro privado financiado por la empresa y en la medida de lo posible flexibilidad para poder conciliar trabajo con la vida familiar.

-Ambientales, para disminuir el impacto de emisiones de CO2, contamos con placas solares instaladas así como la participación en el Bosque de los Zaragozanos, contribuyendo con un árbol por cada trabajador

## **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**

A nivel interno, se estableció un protocolo de comunicación mas directo con cada departamento con su evaluación de desempeño, además de reuniones periódicas con cada responsable para conocer de primera mano impresiones, sugerencias, así como incidir en la cultura de la empresa remarcando lo que se espera de cada uno.

A nivel externo, se ha establecido una comunicación mas fluida a través de la web y redes sociales profesionales con un plan concreto de Marketing digital b2b (linkedin) con clientes y potenciales.

En cuanto a proveedores, se les realiza una evaluación y se informa a final de cada año de su evolución y situación ponderando una serie de indicadores.

**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**

Al tener una orientación a cliente, evaluamos diferentes indicadores así como información de cliente acerca del desempeño e internamente autoevaluación de satisfacción en base a diversos indicadores de rendimiento y servicio, potenciando una comunicación lo mas fluida posible, ya sea vía reunión presencial o vía teleconferencia. Matriz ABC, para analizar individualmente cada caso, según circunstancias.

Personal, se está haciendo un esfuerzo en comunicar la evolución de la empresa, proyectos y noticias importantes del sector mediante cartelería y reuniones, para que la gente se sienta mas involucrada.

De cara a proveedores, se ha realizado una evaluación e informe que nos permita mejorar y crecer ambos de la mano, sobre todo en aquellos que consideremos estratégicos. En este caso tenemos una estrecha colaboración por el histórico con muchos de ellos, lo que supone una mejor respuesta ante urgencias o trabajos.

Redes Sociales/web, se lleva a cabo un plan de comunicación para un mayor interacción con clientes y proveedores, mediante la publicación de noticias y eventos de interés relacionados con nuestro sector.

## **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 a disposición de todas las personas de la organización

#### **7.1. Información adicional**

Se revisan los procedimientos y pautas de actuación/conducta, así como en materia de seguridad en general por cada puesto de trabajo. De hecho cada persona tiene un manual con sus procesos y códigos de actuación.

Además se estableció un protocolo de bienvenida para nuevos trabajadores(también de salida para facilitarles su vuelta al mercado laboral), donde se indican estos puntos.

### **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**

Hay una comunicación en cascada de los valores y misión de la empresa, que se transmite a través de cartelería y reuniones periódicas.

## **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**

Dentro del plan estratégico, se han definido varios indicadores a seguir, dentro de cada área: procesos, proveedores, clientes... y hemos sacado fuera dentro de nuestro plan de responsabilidad social algunos indicadores concernientes al personal, diferenciándolo de la

parte meramente productiva:

- Medir el clima laboral, mediante encuesta cada 3 años con una empresa externa.
- Indicadores que se han decidido seguir:

Evolución de Plantilla Media (antigüedad media, % de personal indefinido, rangos de edad, % de hombres/mujeres, % de empleados de la comarca, diferencia de salarios en misma categoría < 20%)

De aquí, extraemos que en próximas incorporaciones, en caso de similitud en los candidatos, potenciar la contratación de mujeres y a ser posible de la comarca donde nos ubicamos.

Horas de formación por trabajador (puestos clave)  $\geq$  24horas.

Nº Propuestas totales de mejora/ total de trabajadores.

Absentismo < 5%

Frecuencia de accidentes (PPM)

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

##### **10.1. Información adicional**

Dentro del plan estratégico y KPIs que seguimos en el cuadro de mando, se han separado los meramente productivos de los concernientes a RRHH, alineados cada uno de ellos con la visión y cultura de la empresa.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

##### **11.1. Información adicional**

Se ha realizado un análisis de entregas, calidad y ventas por cada cliente para asignar un valor numérico de autoevaluación. No obstante, también se recibe por parte de clientes un informe de rendimiento y servicio por parte de clientes para incorporar a nuestro análisis, viendo diferencias y hechos aplicables por su parte.

#### **12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?**

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

##### **12.1. Información adicional**

Por nuestro proceso productivo y sectores destino, una vez la pieza es homologada se identifican aquellas posibles causas de error y detección para evitarlo. Esto se refleja en un documento vivo, llamado AMFE(análisis modal de fallos y efectos), lo que conlleva a un

plan de control que permita medir o detectar esas posibles causas de fallo a pie de máquina evitando que llegue a cliente. No obstante, si aparecen fallos no contemplados, se analiza la causa raíz mediante análisis 8D y se actualiza el documento anterior implantando la mejora a nivel productivo. Si fuera necesario, se avisaría a cliente, procediendo a reemplazar la mercancía dañada si es por nuestra causa.

También se realizan auditorias internas de proceso y de producto, para revisar constantemente nuestros procesos.

Además de todo esto, se ha desarrollado un grupo Kaizen para revisar diariamente aquellas ordenes de fabricación que han tenido peores resultados de calidad y rendimiento, así como aquellas fabricaciones consideradas como claves en aras de una mayor productividad.

## **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**

En nuestro caso, como el material por regla general debe cumplir una norma concreta, este es mas o menos dirigido. Aún así hemos contactado con centros tecnológicos para colaborar en diferentes proyectos de innovación en cuanto a nuevos materiales o procesos de inyección se refiere, poniendo a disposición de estos nuestra experiencia en el sector.

Un ejemplo es el proyecto Criterion, cuyo objetivo principal es acelerar la predicción de la posible rotura de la pieza por plastodeformación al aplicar una carga(CREEP), sin necesidad de ensayos con una duración muy larga. Otros ejemplos, podrían ser los proyectos VARIMIT o DIGI-REC, que trata de mitigar algunas de las barreras con las que habitualmente se encuentra la industria de plástico y reciclaje para conseguir introducir materiales reciclados en más aplicaciones en el sector automoción, y contribuir, de esta forma, a los objetivos de reciclabilidad y economía circular marcados por la Comunidad Europea para el sector. En concreto, el foco principal del proyecto es estudiar la variabilidad de los materiales reciclados desde diferentes perspectivas para establecer medidas y metodologías apropiadas para mitigarlas.  
<http://www.plasticosycomposites.com/digi-rec-4-0-2020-2021/>

Ahora bien, donde realmente hay innovación, es en el proceso productivo incorporando aquella maquinaria o herramientas que nos permite mejorar el rendimiento y calidad de nuestro servicio/producto, previo análisis del mercado. Como por ejemplo de máquinas 100% eléctricas mas precisas, estudiar control de calidad móvil mediante visión artificial y/o robots colaborativos...etc.

## **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**

No tenemos del todo claro como aplica esto, pero si podemos decir en cuanto a la producción, que además de ciertos aspectos intrínsecos a nuestro proceso, hay otros puntos como aspectos sociales o medioambientales no se le ha dado un peso importante dentro de fabricación o calidad de los productos realizados. Al fin y al cabo son diseños de cliente donde colaboramos para optimizarlos, pero sin la capacidad de realizar cambios sustanciales que no sean aprobados por cliente.

De todas formas, hay que destacar que en los últimos años se ha tenido en cuenta varios ODS que inciden directamente en la producción y consumo responsables, energía asequible y no contaminante, así como la salud y bienestar en el puesto de trabajo. Algunos ejemplos son la instalación de placas solares, maquinas eléctricas con menor consumo y mayor precisión gracias a servomotores, extractores de aire para evacuar el calor y mejorar el confort de la gente en las épocas mas calurosas del año...

#### **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**

Nosotros somos responsables de nuestro producto, mas allá de su fabricación garantizando los requerimientos aplicables.

Formación y clasificación de defectos por parte de calidad de fabrica. Con cada envío se proporciona información de lote fabricado, material empleado... para verificar su trazabilidad. No tenemos un servicio de mantenimiento como otras empresas, para una maquinaria o producto concreto vendido, pero sí nos hacemos responsables, actuando si llega el caso para poder solucionar los problemas que pudieran surgir.

### **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**

Con cada oferta se proporciona un análisis de factibilidad, así como un desglose claro de costes, que se refrenda en la homologación de producto. Con lo que el cliente, sabe en todo momento los posibles riesgos derivados de su diseño y características o requisitos a las que como empresa nos comprometemos, proponiendo aquellas mejoras que redundan en un beneficio mutuo, lo que además da un valor añadido importante.

En interno, se realiza una labor de información para nuevos proyectos a incorporar a nuestro portfolio, así como los hitos del proyecto con herramientas como el APQP, (planificación avanzada de la calidad de producto) con las fechas y responsable de cada

área.

## **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

##### **17.1. Información adicional**

Se realiza o se mide de dos maneras diferentes:

a través una empresa externa de RRHH, una "auditoria" de clima laboral, mediante una encuesta previa y entrevistas personalizadas con los mandos intermedios. Evaluando los aspectos más positivos a potenciar, y los más negativos a minimizar/resolver.

Reuniones departamentales e individuales, para el desarrollo de su departamento y KPIs, así como el grado de satisfacción con su correspondiente evaluación de desempeño para estar alineados con los objetivos de la empresa.. Se trata de dar/recibir feedback en ambas direcciones.

### **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.**

No hay un plan explícito de igualdad, si bien es cierto que no hay discriminación por raza, sexo...en cuanto a puestos de trabajo y retribución salarial.

De cualquier modo, según los indicadores expuestos anteriormente de RRHH, hay acciones previstas a desarrollar en interno para disminuir brechas existentes(aunque mínimas) en cuanto al personal para cada cateogría y sexo.

### **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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.**

Dependiendo del puesto de trabajo, se intenta evaluar a el desempeño a través de unos

indicadores y no por las horas trabajadas. En la misma línea, se intenta dotar de ordenadores portátiles a personas de puestos de confianza sin dependencia total de producción para poder flexibilizar jornada laboral con familiar. Obviamente en algunos casos es más complicado tener un horario flexible y simplemente se basa en la posibilidad de cambiar de turno para atender sus necesidades personales.

## **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.**

Hay un plan de formación propuesto por cada departamento en base a las necesidades de la empresa y trabajadores.

Además se incide en la propuesta de por cada trabajador para evaluar la ampliación propuesta inicialmente, y que tenga un retorno para ambos.

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

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

#### **21.1. Información adicional.**

Además de la formación inicial básica al entrar en el puesto de trabajo. Se evalúan las diferentes competencias y habilidades necesarias para su desarrollo, que se reflejan en el plan de formación de cada área y se engloba en el general de la empresa.

La formación puede ser interna o externa, y para determinados puestos lleva asociado un KPI por horas de formación/anual para una mejora continua.

La evaluación de desempeño, viene supeditada a unos indicadores y objetivos que contribuyen al OEE general de la empresa, además de otras competencias como trabajo en equipo, orientación a resultados, iniciativa/proactividad...

## **Seguridad y Salud**

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

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

#### **22.1. Información adicional.**

Hay indicadores de siniestralidad y absentismo pormenorizados, y en base a ello se revisa

la seguridad en el puesto de trabajo a través de evaluaciones, actualizando según proceda la documentación, epis e información/formación al trabajador/a.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

##### **23.1. Información adicional.**

En muchos casos, tenemos proveedores dirigidos para según que materiales homologados. Prácticamente en todos los casos cumplen normativa Europea sin productos considerados nocivos, y según certificado correspondiente.

En otros casos, para nuevos proveedores se valora con un plus que el proveedor este en un diámetro de no más de 300 Km, y tenga la certificación ISO14001. Todo ello tiene una repercusión en la huella de carbono

### **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.**

Básicamente a los proveedores se les evalúa por servicio y calidad para cada entrega. El precio, como en ocasiones son proveedores dirigidos o viene de una asignación anterior para un proyecto, no tiene un peso importante.

Si se tiene en cuenta a la hora de dar de entrada a nuevos proveedores y en su evaluación, certificaciones como ISO14001, ISO9001, pero no aspectos concretos en lo concerniente a determinados temas sociales o medioambientales.

Por estrategia de empresa, siempre que sea posible, se favorece el tener la mayor parte de proveedores locales (Aragón y/o "Made in Europe")

## **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.**

Se implementa en el presupuesto una parte de ayudas sociales a según que colectivos, principalmente favoreciendo a los trabajadores y su entorno cercano.

A veces es difícil evaluar el impacto de la acción: como la campaña de lápices y sonrisas para gente con pocos recursos como miembros del Clúster de automoción de Aragón, o por citar otro ejemplo, es difícil medir el impacto de colaborar en la carrera de San Borombon en la localidad de Muel, donde está ubicada la empresa, favoreciendo el deporte y hábitos saludables.

No obstante, se intenta realizar acciones que redunden para bien dentro de nuestra localidad de manera desinteresada y/o favoreciendo el sentimiento de pertenencia de los trabajadores a la empresa.

### **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.**

Todas aquellas buenas practicas que se vienen realizando así como indicadores en el ambito social, están alineadas con los valores de la empresa y motivacion del personal para favorecer el clima laboral.

### **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 difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

##### **27.1. Información adicional**

Se informa de las acciones puntuales que se llevan a cabo, internamente a trabajadores mediante cartelería y exponiendo los hechos en las reuniones departamentales e individuales, así como de manera escalada jerárquicamente, y mediante otros medios tipo web, linkedin... de cara al exterior.

### **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

##### **28.1. Información adicional**

Somos conscientes de la importancia de comunicar correctamente para evitar teléfonos rotos o rumores, tanto puertas adentro como puertas afuera.

Por ello se realizan reuniones periódicas internas a diferente escala donde se comparten diferentes practicas que pudieran ser extensible a otras áreas, así como una mayor información en los tabloncillos de diferentes acontecimientos a nivel micro/macro.

En cuanto a clientes y potenciales, se mantiene una línea directa de comunicación a través de mailing y reuniones, así como presencia en internet (web y redes sociales profesionales)

## **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.**

Aunque ya cumplíamos con la ley medioambiental en vigor, con una correcta gestión de residuos y limitando el uso del papel siempre que sea posible, se consiguió la certificación según la norma ISO14001 en el año 2022, además de la recertificación de las normas ISO9001 e ITAF16949.

Se ha revisado además todo el consumo eléctrico, para minimizar el impacto no solo de huella de carbono, sino también a nivel de facturas.

Leds, máquinas eléctricas, placas solares, temporizador para máquinas de refrescos, uso adecuado del aire acondicionado, gestión de residuos...

### **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.**

Se han acometido diferentes acciones mencionadas anteriormente tras revisar plan estratégico., de cara a mejorar la eficiencia energética con una producción responsable, potenciando las energías renovables, así como una mejor gestión de residuos.

En este último apartado, se ha participado en diversos proyectos europeos donde se prevé la reutilización de material en un proceso continuo reduciendo scrap, documentando con hechos empíricos para la aprobación de clientes, favoreciendo la economía sostenible, máxime en una situación global de escasez de materias de primas.

### **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**

Con la reciente implantación de la norma ISO14001 se están llevando acciones de mejora en cuanto a reciclaje y productos que no sean de un solo uso. Además de proponer siempre que sea posible la reutilización del scrap en un proceso continuo para aquellas referencias de piezas de plástico que no tengan un requerimiento mecánico especial a elevadas temperaturas, con su consiguiente ahorro en costes y desperdicio.

### **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**

La comunicación es un punto muy importante como se ha comentado anteriormente, tanto a nivel interno como externo.

En cuanto a la parte medioambiental, el procedimiento es el mismo: se informa en reuniones periódicas y cartelera internamente, web, linkedin y reuniones con clientes de cara al exterior.

### **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 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 3 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 4 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 5 - Capacitar a las personas de la empresa
- 6 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 8 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 10 - Disponer de presupuesto

#### **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?**

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

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

Tenemos un cuadro de mando muy definido en cuanto a diversas áreas, y alineado con la visión de la empresa, para comprender mejor como afecta cada engranaje o departamento de la empresa a los objetivos comunes. Dentro de este punto, se ha revisado los indicadores de RS, incluyendolo plan de negocio y especialmente de RRHH, algo que no se seguía, y ya tenemos unos objetivos claros a medio plazo.

El componente técnico y asesoramiento a clientes, para la optimización y ahorro de costes en cada proyecto, es un punto importante para nuestros clientes, que sumado a la flexibilidad para fabricar pequeños y grandes lotes, y buena capacidad de reacción ante problemas, hacen de Zatec un proveedor de confianza.

Por otro lado, además de tener la certificación ISO9001 e IATF16949, hemos obtenido la certificación ISO14001 para la gestión medioambiental.

Se ha mejora la comunicación con reuniones periódicas y la gente está mas concienciada con la cultura de mejora continua, como único camino para seguir siendo rentables a futuro. El hecho de trabajar para un sector tan exigente como automoción, con la situación actual, ayuda a tener esa concepción "Kaizen"

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

Creo que un área de mejora, es la digitalización mediante la monitorización en tiempo real de todos aquellos indicadores de nuestra producción, para una toma de decisiones más ágil.

Almacén, debemos optimizar registros y ubicaciones evitando obsoletos y aumentando la rotación de componentes clave.

Debemos mejorar la gestión de residuos a nivel de fábrica con una mayor diferenciación, y reciclaje. Tampoco ayuda el polígono ni la empresa externa que se lleva solo algunos de ellos, pero debemos trabajar en ese sentido para minimizar contaminación o mezclas de los citados residuos, sin excusas.

Es necesario incidir en un hecho que cada día cobra mas importancia, como es la eficiencia energética, el impacto de la huella de carbono de todo material, componente y aparato empleado, así como la optimización del transporte.

Tampoco medimos el impacto de algunas acciones desarrolladas a nivel social, algo que consideramos de entrada complejo.

## **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 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.