

RSA - PYMES

Empresa evaluada

INGENIERÍA Y MONTAJES MONZÓN, S.L - TATOMA

CIF: B22053755

Polígono Industrial Los Paules. C/José M^a

Peñaranda 53-55

22400 - MONZÓN

Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Ingeniería y Montajes Monzón, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Polígono Industrial Paules, parc. 53-55; 22.400 Monzón (Huesca). España

03 - Sector. Actividad

Diseño, fabricación y comercialización de máquinas de alimentación de Ganado rumiante (unifeed) y otros elementos de calderería.

04 - Año comienzo actividad.

1971

05 - Número de personas empleadas

90

06 - Persona contacto

David Herbera

07 - E-mail contacto

dherbera@grupotatoma.com

08.- Página web

www.grupotatoma.com

www.tatomafrío.com

www.tatomatech.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)

1.1 Información adicional

La empresa considera importante estar al día de la evolución socio-económica en todos los aspectos.

Para ello se realiza un análisis del contexto y el entorno que se revisa anualmente y a partir de éste se genera un DAFO. Además de las reuniones del consejo de Administración donde se debate la estrategia a seguir, se participa de forma activa en diversas asociaciones como FEMHU o AEFA, Clusters y organizaciones como ITA para estar al día de las nuevas tendencias.

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

2.1. Información adicional

Las pequeñas empresas no disponen de medios y recursos para alejar el foco de su actividad principal. Si lo hace corre el riesgo de dispersar los recursos y de desaparecer.

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?

3.1. Información adicional

En la planificación de los objetivos se incluyen temas medioambientales y se hace un seguimiento de los mismos con indicadores, por ejemplo: reducción del uso de productos químicos o bien sociales: nº de horas de formación por empleado.

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

4.1. Información adicional

Cada año se aprueba un presupuesto en base al año anterior, teniendo como principio básico, llegar a un número más amplio de entidades que hacerlo a unas pocas con importes más altos..

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.

5.1. Información adicional

Dentro de nuestro análisis del Contexto identificamos a los grupos de interés analizando cuáles son sus necesidades y expectativas. Entre nuestros grupos de interés identificados están: clientes, trabajadores, representantes de los trabajadores, proveedores, distribuidores, sociedad, accionistas, Administración, etc.

6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

6.1. Información adicional

Además de identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés, las revisamos anualmente para incluir los cambios necesarios.

Con cada grupo nos relacionamos de una manera discanta, por ejemplo con los clientes además de las visitas directas de nuestros comerciales o las ferias realizamos cada año una encuesta de satisfacción. Con los trabajadores y sus representantes realizamos reuniones periódicas. Con los proveedores se organizan visitas y reuniones.

Con las administraciones publicas y la sociedad, participamos activamente en diversas organizaciones, y clusters, asistimos a eventos empresariales, formaciones, reuniones sectoriales, charlas, actos y demás eventos que se organizan en nuestro entorno.

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?

7.1. Información adicional

Hace tiempo que se disponía de pautas conocidas por todos los trabajadores. En este momento se ha elaborado el documento y se ha repartido a toda la organización.

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

8.1. Información adicional

La misión, visión y valores, están disponibles para todos los grupos de interés en la web y se entrega a todo los trabajadores que se contratan. Además se organizan reuniones con los el personal para comunicar los objetivos de la empresa al inicio del año y durante el ejercicio para hacer el seguimiento de los mismos.

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

Siempre hemos pensado que la RSA es un elemento importante dentro de la empresa, y a lo mejor no se ha trabajado de una manera explícita e imbricada en el plan de negocio pero sí subyace en la cultura de la empresa.

En estos últimos años de crisis, y con la situación de la pandemia, la empresa tiene que dedicar y focalizar sus esfuerzos en sobrevivir, quedando otros asuntos como menos prioritarios.

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

10.1. Información adicional

En esta primera fase se quiere conocer el modelo, los objetivos e indicadores se dejan para más adelante.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

La empresa dispone de ISO 9001:2015, y la parte de satisfacción al cliente está muy contemplada dentro de la norma. e realizan encuestas de satisfacción y seguimiento por parte de los comerciales. También disponemos de un servicio postventa de nuestros productos.

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

12.1. Información adicional

Se identifican las propuestas y mejoras demandadas por los clientes en nuestro servicio postventa. La comunicación entre los diversos departamentos de comercial diseño, compras, postventa, I+D y producción permiten que haya una mejora continua y una innovación que nos permite estar en una buena posición en un mercado cada vez más competitivo.

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?

13.1. Información adicional

El tema de la innovación es vital para la continuidad futura de la empresa, para ello estamos atentos a los mercados para ver las necesidades, pero también se dedica un porcentaje de dinero a realizar I+D todos los años, algunos proyectos con más éxito que otros..

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

Se tienen en cuenta aspectos medioambientales como el uso de materiales reciclados o menos contaminantes en el proceso de diseño y producción (por ejemplo el cambio de la pintura a base agua o la eliminación de disolventes) y también que los productos cumplan con los estándares de calidad en cuanto a legislación, declaración CE y seguridad de los mismos. Del mismo modo, el objetivo en nuestra producción es hacer un producto duradero y de calidad, ofreciendo el servicio postventa y mantenimientos posteriores con objeto de alargar su vida útil.

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

15.1. Información adicional

Nuestros productos necesitan de un mantenimiento y servicio post-venta eficaz para su buen uso y funcionamiento, es por ello que para nuestra empresa es un proceso básico integrado totalmente en el core de negocio.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

16.1. Información adicional

Además de que el proceso de venta participa mucho el comercial informando a los clientes, tenemos una política de transparencia en la página web donde se puede consultar mucha información sobre el producto y el asesoramiento sobre el mismo. Nuestros productos se entregan con manual de instrucciones, marcado CE o certificado ATP.
Destacamos por ejemplo www.tatomafrío.com

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

Se realiza periódicamente una encuesta de clima laboral a los trabajadores. alguna de sus propuestas si se tienen en consideración, y se valoran por el comité directivo.

Algunos años se modifica la encuesta de clima añadiendo otras preguntas que más se adapten a la situación. Este año también se ha realizado una encuesta de riesgos psicosociales y se realizan entrevistas de salida a los empleados que dejan la empresa para poder detectar mejoras.

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)?

18.1. Información adicional.

En 2022 se ha realizado el Plan de igualdad y la auditoría retributiva a nivel de Grupo de empresas,. El sector del metal es un sector históricamente masculinizado pero cada vez se están incorporando más mujeres, así como personas de distinto origen racial, étnico y religión. Se está trabajando durante este año en ir implementando todas las opciones de mejora identificadas en el Plan de Igualdad.

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?

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

Desde siempre se había fomentado el tema de la conciliación para el cuidado de hijos pero en los últimos años, se está implementando políticas de flexibilidad de horarios en entrada y salida en todo el personal indirecto para facilitar la conciliación. También se ha implantado la jornada intensiva durante la pandemia y horario de verano o acuerdos para prolongar la reducción de jornada por cuidado de hijo más allá de lo previsto legalmente.

Paso a paso vamos a seguir avanzando en este camino.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

El tema de formación también estar recogido dentro de la ISO, y existe un plan anual de formación para todas las personas que se revisa y evalúa el resultado del mismo.

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

21.1. Información adicional.

Se realiza una formación inicial con la contratación de la persona y posteriormente se realizan cuantas formaciones técnicas se requieran para su desarrollo profesional, ya sean solicitadas por el propio empleado, su superior jerárquico o la Dirección. Sucede lo mismo con la formación orientada a competencias o a su promoción.

Seguridad y Salud

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

Se priorizan los proveedores de proximidad para reducir el impacto medioambiental, reducir costes de transporte y potenciar la industria de la provincia de Huesca y Aragón. Este es uno de los criterios de evaluación para nuestros proveedores.

Clasificación y evaluación de proveedores

24.1. Información adicional.

Se selecciona y evalúa a los proveedores teniendo en cuenta diversos criterios: precio, plazos, calidad del servicio, proveedor de proximidad, etc

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?

25.1. Información adicional.

La dirección de la compañía tiene establecido la participación en eventos de ámbito deportivo y de vida saludable principalmente. Nuestro objetivo a medio plazo es vincular la marca Tatoma a un concepto de Deporte/salud, no solo patrocinando a eventos y clubs deportivos, sino también a través de la participación de nuestros empleados, como por

ejemplo en la Carrera de las empresas.

También se contribuye apoyando a colectivos vulnerables con asociaciones como Cáritas. Debido a la pandemia se dejó de realizar la cena de Navidad, y se ha sustituido por la entrega de vales a los empleados para gastar en el comercio de Monzón, fomentando así el consumo y el comercio en nuestra localidad.

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?

26.1. Información adicional.

Los planes de colaboración con los organismos sociales del entorno, se revisan todos los años y se mantienen e lo largo del tiempo, pero es cierto que no fijamos unos objetivos concretos, más allá de la colaboración y la mejora de la calidad de vida de los usuarios de dichas organizaciones.

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?

27.1. Información adicional

Además de la comunicación directa a nuestros empleados a través de los cauces formales utilizados para ello, cada día más estamos utilizando tanto la web como las redes sociales para hacer publico todas nuestras intervenciones en la sociedad

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?

28.1. Información adicional

Existe un plan de comunicación digital en la redes, y además en todos los medios locales de comunicación se participa activamente para generar y reforzar la imagen de marca Tatoma.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

29.1. Información adicional.

Se dispone de certificado ISO 14.000, pues se le da mucha importancia a todos los aspectos medioambientales. Se fijan indicadores, objetivos y seguimientos de los mismos.

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?

30.1. Información adicional.

Se dispone de certificado ISO 14.001, pues se le da mucha importancia a todos los aspectos medioambientales. Se fijan indicadores, objetivos y seguimientos de los mismos. Por ejemplo se han llevado a cabo acciones para reducir el consumo de energía: fijar horario de calefacción, sustitución de bombillas LED, instalación de placas solares para el autoconsumo, etc.

Economía circular

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

31.1. Información adicional

Nos hemos adherido a la Declaración de Economía circular del Gobierno de Aragón participando en diversos proyectos de economía circular como:

- el desarrollo de una moto eléctrica para el reparto a domicilio de productos frescos y congelados (Finalistas del Premio Pilot en categoría de Logística Sostenible)
- el desarrollo de una planta de mezclas para el aprovechamiento de subproductos vegetales generados por industrias conserveras
- Proyecto Cowpet: junto al Cluster de Maquinaria Agrícola, el ITA y otras dos empresas, con el objetivo de conseguir reciclar PET a través de microorganismos del rumen de vaca presentes en el estiércol.
- Proyecto Cowcompost: máquina automotriz volteadora de compost, para mejorar la sostenibilidad de las explotaciones ganaderas y reducir las emisiones de efecto invernadero que permite al ganadero reutilizar los residuos como fertilizante con el consiguiente ahorro de costes.

En nuestro proceso productivo tratamos de alargar la vida útil de nuestros productos ofreciendo servicio de postventa y mantenimiento de los mismos.

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?

32.1. Información adicional

Se está trabajando par diseñar una política de comunicación es aspectos medioambientales, si bien no se tiene todavía claro como articularla, y además en este punto se tiene duda, pues lo más importante creemos es cumplir con todas las normas, y no salir en los medios por incumplimientos medioambientales.

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)

-

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?

Implicación de la dirección en el liderazgo, y la fijación de objetivos..

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Dispersión de centros de trabajo que dificulta en ocasiones la comunicación y el alinearnos en la misma dirección

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?