

RSA - PYMES

Empresa evaluada

MAYA, S.L.

CIF:B50069509

Polígono Valdeferrín Oeste. Calle E, Parcela 10

50600 - Ejea de los Caballeros

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

MAQUINARIA AGRICOLA Y ACCESORIOS, S.L. (MAYA, S.L.)

02 - Dirección - CP - Población

POL. VALDEFERRIN OESTE C/ E P10, 50600 EJEA DE LOS CABALLEROS, ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

FABRICACIÓN MAQUINARIA AGRICOLA (CABEZALES RECOLECTORES DE MAÍZ Y GIRASOL)

04 - Año comienzo actividad.

AÑO 1982

05 - Número de personas empleadas

49 PERSONAS EMPLEADAS REGIMEN GENERAL Y 3 PERSONAS AUTONOMAS (GERENCIA)

06 - Persona contacto

MARÍA CATIVIELA BENAVENTE (RESPONSABLE DE ADMINISTRACIÓN)

07 - E-mail contacto

maya@cabezalesmaya.com

08.- Página web

www.mayasl.es

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

Se considera importante por el sector en el que estamos (agrícola) y porque la empresa exporta en un porcentaje muy alto (80%).

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

No

2.1. Información adicional

De forma individual es muy difícil (por ejemplo , cambio climático).
Es necesario realizar acciones colectivamente (a través de cluster, asociaciones...)

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

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

Se acometen diferentes iniciativas sociales que se plantean en la localidad anualmente.

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

Se gestionan a través de los diferentes departamentos de la empresa. Los clientes a través del departamento comercial (nacional e internacional), los proveedores y acreedores a través del departamento de compras y el personal de la empresa a través del departamento de RRHH:

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

Cada departamento tiene sus mecanismos para el diálogo y satisfacción con sus clientes,/proveedores/ personal.

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

Cando entra una persona nueva a trabajar, se le entrega un manual de conducta y cultura empresarial .

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

Se entrega un manual de conducta y cultura empresarial cuando una persona entra a trabajar en la empresa.

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

Acabamos de iniciar la inscripción en el PRS del Gobierno de Aragón.

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

NO existe todavía un plan de responsabilidad, estamos iniciándonos en ello.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

11.1. Información adicional

Se hace un seguimiento exhaustivo por parte del departamento comercial a los clientes

tanto potenciales como los finales, mediante un programa de ERP, aunque no se tiene un CMR todavía, pero está entre las medidas a tomar a corto y medio plazo.

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

El departamento comercial está íntimamente ligado al departamento técnico (oficina técnica, departamento de I+D+I) para plantear las mejoras y/o quejas técnicas que surgen a los clientes para su solución.

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

De vez en cuando, se recogen máquinas usadas de nuestra marca e incluso de la competencia, para conocer el desgaste de las máquinas, su vida útil, los posibles fallos o mejoras

Calidad de los productos y servicios

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

Si hay un problema en la máquina, se acude in situ al lugar donde se encuentra la máquina. . El departamento comercial realiza una labor de seguimiento para comprobar la satisfacción del cliente tras la compra . Se ofrece además una garantía del producto.

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

Se entrega en el manual de uso y utilización, el documento de marcado CE obligatorio.

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

Se está en continua comunicación con los delegados de personal así como el feed back y así mismo, gerencia va preguntando habitualmente a los trabajadores directamente.

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)?

No se han desarrollado actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

Por las características de la empresa (mecanización, soldadura, pintura industrial, montaje) es difícil encontrar personal femenino para dichos puestos, pero la empresa no es proactiva en ese sentido.

Hay personas de otros países trabajando en la empresa.

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?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

Se facilitan medidas para conciliación familiar (cambio de turnos, ajuste de horarios...) .

Actuaciones específicas: Es el caso de personas que sus parejas no les dejan en su empresa cambiar de turnos, y al coincidir con los turnos de nuestra empresa, pues se ha permitido que cambien su turno con los perjuicios que esto conlleva (por ley han de cambiar ambos miembros de la pareja de turnos alternativamente, de que no existía más que un turno en esta empresa, ese trabajador trabaja con una persona "de pareja" y éste ha cambiado a su vez esos turnos, etc...

Personas que solicitan cambio de horario para poder conciliar las extraescolares de sus hijos, etc...

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.

El servicio de prevención nos provee las necesidades, así como la persona responsable de determinados departamentos (turnos) de manera proactiva.

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

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.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

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

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 algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Se realizan acciones puntuales en la localidad .

Ejemplos: Anualmente se realizan actos (reto de natación realizado por los estudiantes de los módulos de E. Física a beneficio de ADISCIV (asociación de disminuidos físicos) y la empresa patrocina dicho evento.

La empresa así mismo compra calendarios a favor de la Asoc. contra el Cáncer que realizan en Ejea y los regala a cada uno de los trabajadores de la empresa.

La empresa patrocina la equipación del grupo ciclista que forman parte del personal de 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?

No, no están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

No tienen nada que ver con el negocio, son iniciativas locales.

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

Los trabajadores, en el caso de calendarios entregados o equipación patrocinada, se enteran lógicamente porque son beneficiarios, pero no se informa por circulares.

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

Sólo si preguntan respondemos.

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 y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

29.1. Información adicional.

Realizamos la gestión de residuos generados mediante una empresa/gestor autorizado.

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 hay actividades en marcha.

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.

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

Participando en dicho proyecto de eficiencia energética, al hacerse a través de la Aso. Empresarial de las 5 villas, la difusión forma parte del proyecto.

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

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?

Estamos trabajando directamente en el sector agrícola y como tal, podemos mediante un impacto fuerte reducir la contaminación medioambiental, incidimos en gran medida sobre la economía circular,...

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Podríamos trabajar en mejorar la igualdad de género.

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 2. Hambre cero.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.