

RSA - PYMES

Empresa evaluada

CALDERERÍA Y SILOS METAGA, S.L.
CIF:B22223291
Ctra. N-240, km. 129,100
22500 - Binéfar
Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Calderería y Silos Metaga, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Ctra. N-240 km. 129,100 - Apdo. 12
22500 Binéfar - Huesca

03 - Sector. Actividad

Sector del Metal.
Fabricación de Estructuras Metálicas y sus componentes

04 - Año comienzo actividad.

1999

05 - Número de personas empleadas

39

06 - Persona contacto

Pilar Iricibar Gomez - 974430912

07 - E-mail contacto

metaga@metaga.com

08.- Página web

www.metaga.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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

1.1 Información adicional

Temas globales como pueden ser económicos, políticos, medioambientales, tecnológicos y sociales se tienen en cuenta en el progreso de la empresa y se analizan eventualmente en reuniones de manera oral sin existir un análisis físico detallado de los mismos.

Los temas económicos y políticos nos afectan, como por ejemplo en la búsqueda de personal cualificado, que de ello dependerá que la empresa produzca valor.

También tenemos en cuenta los temas medioambientales y tecnológicos, como por ejemplo con la compra de maquinaria más eficiente, de consumo bajo y equipadas con sistemas de comunicación que facilitan el trabajo entre departamentos.

Además, los temas sociales también afectan al proceso productivo de una empresa, como por ejemplo formando al personal con cursos específicos para poder trabajar en obras fuera de nuestras instalaciones.

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

No

2.1. Información adicional

Enfrentarse a estos temas supone un gran trabajo para las empresas las cuales necesitaría de apoyo por parte de un asesor o tener un equipo especializado en ello.

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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

Aspectos sociales y/o ambientales se incluyen en la organización de la empresa de manera progresiva, valorando los cambios para conseguir en la actividad de la empresa productos y servicios más eficientes. Como el reciclaje y gestión de residuos por empresas externas especializadas, autoconsumo de energía mediante placas solares. Así como también, se realizan colaboraciones con instituciones humanitarias y entidades locales.

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

Como tal no existe un presupuesto fijo, si que anualmente se valora una cantidad para inversiones medioambientales, como la instalación de placas solares para autoconsumo,

renovación de maquinaria de mayor eficiencia y menor consumo. Así también, como la formación de trabajadores en PRL, o la colaboración con entidades sociales y locales.

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

Tanto empleados, clientes, proveedores, etc? están identificados por el departamento responsable de cada uno de ellos. Gestionando desde cada departamento las posibles consultas o necesidades.

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

6.1. Información adicional

Conocemos las necesidades de nuestros grupos de interés, es un factor importante para mejorar nuestra organización en el trabajo y poder dar un servicio de calidad a nuestros clientes.

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 documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

7.1. Información adicional

La información inicial a un trabajador en una relación laboral es importante en nuestra empresa. Aquí entran en juego varios departamentos informando de quiénes somos, que hacemos y las normas imprescindibles de prevención en la empresa.

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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

Es conocido por todas las personas empleadas. Se informa a cada trabajador al inicio de la relación laboral, en una reunión previa se le informa de que quienes somos y que hacemos, se le muestran las instalaciones y se presenta a sus compañeros, así como también se le da una charla de prevención. También es importante para nosotros dar un buen servicio a nuestros clientes cuando el trabajador tiene que ir a las instalaciones de éste, es por eso

que activamente también se hacen pequeñas reuniones recordando nuestra forma de trabajar.

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

Nuestra situación actual es querer formalizar nuestra responsabilidad social más allá de las pequeñas actuaciones que ya íbamos llevando a cabo, para poder conseguir una mejora en la gestión.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

No existe un plan formal de RS, aunque estamos dando los primeros pasos para llevarlo a cabo para mejorar la organización y gestión de nuestros compromisos sociales, económicos y ambientales.

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

Nuestros canales de comunicación con nuestros clientes son de forma directa mediante teléfono, correo electrónico o visitas en sus instalaciones. En los cuales se les atiende de manera inmediata y personal añadiendo valor a nuestros servicios ante averías imprevistas o consultas que puedan surgir.

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

La mejora del servicio a nuestro cliente se va realizando progresivamente a medida que se va estudiando las necesidades que nos pide.

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

Se llevan a cabo mejoras en nuestros productos de manera no planificada, según demanda de nuestros clientes. Se estudia el producto en nuestro departamento de I+D+i y se implantan las mejoras oportunas.

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

En nuestra forma de trabajar se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales, como es el comercio de proximidad, gestión de los residuos creados con empresas homologadas, autoconsumo de energía fotovoltaica, etc.

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

Ofrecemos un servicio postventa con el cliente, en el que la comunicación directa con él es imprescindible para poder atender quejas o reclamaciones que pudieran surgir.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

De algunos productos se proporciona información sobre sus características

16.1. Información adicional

De todos nuestros proyectos se ofrece información completa de los productos a ofrecer, tanto en presupuestos detallados, como planos realizados por el departamento de ingeniería o catálogos de instalaciones/productos similares en los que se indican sus características.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

Se evalúa la satisfacción de nuestros empleados mediante pequeñas reuniones en las que se exponen las diferentes consultas o sugerencias que puedan surgir.

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.

En nuestra empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres está muy presente. Si es verdad que en el departamento de fabricación hay más hombres que mujeres, esto es así ya que la oferta de trabajadores que nos llega es más de hombres para este departamento (casi el 100%) Aun así damos la misma oportunidad a todos sin discriminación por razón de sexo.

Nuestra empresa, también, apoya la contratación a personas extranjeras y les ofrece las mismas oportunidades, facilitándoles algunas veces la gestión en la documentación.

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 el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

Existen opciones para facilitar la conciliación entre la vida laboral, familiar y personal, dando opción a entradas de horario flexible, ausencias, teletrabajo?

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla. Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

Anualmente se revisa la formación de nuestros trabajadores, ya que cada vez nuestros clientes son más estrictos en que sus proveedores tengan la documentación de prevención en regla para poder trabajar en sus instalaciones, por eso es imprescindible que nuestro

personal tenga la formación actualizada para ello.

Esto también nos lleva a la necesidad de formar al personal en temas de prevención como recientemente se ha realizado.

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.

Se estudia en cada departamento las acciones formativas necesarias para el desarrollo del trabajo. Como por ejemplo, en temas de prevención, formación a directivos, o formación específica en el personal de fabricación ampliando sus conocimientos.

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.

Desde el departamento de prevención con el soporte de una empresa externa especializada en prevención de riesgos se establece un seguimiento de los casos de enfermedad o accidente laboral, los cuales se estudian y se indican medidas correctivas concretas de cada caso, las que se comunican a los trabajadores mediante diversos canales de comunicación (tablones de anuncios, correos electrónicos, reuniones, etc)

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.

En las compras de producto, bienes o servicios siempre se tiene en cuenta aspectos ambientales y sociales, eligiendo un proveedor local o de proximidad, dando impulso a la economía en nuestra zona y ayudando a la creación de empleo, la sostenibilidad ambiental y mejorando la calidad del producto/servicio.

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.

Nuestra empresa siempre a optado por el comercio local, evaluando a nuestros proveedores más cercanos. Con esto obtenemos mejoras ambientales, soluciones rápidas ante urgencias, trato más cercano, 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?

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

25.1. Información adicional.

Anualmente se establece un plan de colaboración en proyectos sociales, teniendo en cuenta objetivos e impacto social.

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 consideramos que los proyectos sociales estén unidos al 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?

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

27.1. Información adicional

Mediante nuestras vías de comunicación (tablones de anuncios, página web, etc) se comunica a nuestros empleados algunas de las actuaciones sociales que se han llevado a cabo en la empresa.

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 comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

28.1. Información adicional

Las actuaciones en materia social se comunican mediante nuestras vías de comunicación, como son nuestras páginas webs en redes sociales, en la página web propia de la empresa, etc.

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.

29.1. Información adicional.

El impacto ambiental en nuestra empresa se trabaja con la gestión de los residuos, el autoconsumo de energía solar fotovoltaica, renovación de maquinaria con menor consumo, aprovechamiento de la materia prima, etc.

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.

Existe una comunicación directa con el personal a nivel interno en la prevención de la contaminación y gestión de los residuos. Existiendo diferentes contenedores para su uso, así como la utilización responsable de cada máquina.

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

Nuestra empresa tiene un modelo de producción y consumo en el que se tienen en cuenta medidas como es el reciclaje de los residuos que se generan, autoconsumo con placas solares fotovoltaicas, renovación de maquinaria con un menor consumo.

También hay que indicar que nuestra principal materia prima, que es el metal, es de los productos que se puede reciclar al 100% para transformarlo en nuevos productos. El

deshecho que se genera, denominado chatarra, en su proceso de reciclaje no sufre pérdidas ni de peso ni de calidad, es por eso que es un claro producto de economía circular.

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 no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

La comunicación en medidas medioambientales se comunica a medida que se van realizando cambios, informando a los empleados y a otros grupos de interés por departamentos, de los cambios realizados para que se apliquen.

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

6

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

- Apoyo a proyectos sociales.
- Reciclaje de nuestros residuos.
- Energía limpia fotovoltaica.
- Atención a nuestros clientes personalizada.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

- Comunicación interna y con grupos de interés.

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 4. Educación de calidad.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.