

RSA - PYMES

Empresa evaluada

PRONIMETAL, S.L.

CIF:B50363662

Poligono la Ciruela, Parcela 13

50630 - Alagon

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

PRONIMETAL, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Polígono La Ciruela, parcela 13.

C.P. 50630. Alagón (Zaragoza)

03 - Sector. Actividad

Industria del sector del metal de la provincia de Zaragoza

04 - Año comienzo actividad.

1975

05 - Número de personas empleadas

76

06 - Persona contacto

Antonio Llop

07 - E-mail contacto

allop@pronimetal.com

08.- Página web

<https://pronimetal.com/empresa/>

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

Son materias que afectan al desarrollo normal de la actividad, pero la Empresa no tiene capacidad de acción sobre muchos de ellos.

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

2.1. Información adicional

De forma individualizada la Empresa puede gestionar aquello que le afecta directamente, como puede ser su impacto ambiental, optimización de recursos, generación de riqueza, acciones sociales de cara a su plantilla. Se pueden implementar medidas más allá, en función de la capacidad de la Empresa.

Individualizadamente no podemos enfrentarnos a gestión de infraestructuras o acciones políticas, pero mediante la unión de empresas, grupos de interés, hubs, etc sí que puede resultar una forma de mover a la acción en determinadas direcciones.

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

Los factores sociales que se trabajan se corresponden con la propia actualización legislativa de los últimos años, de enorme impacto para las organizaciones y los miembros que las componen. Lo mismo sucede con los temas medioambientales.

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

4.1. Información adicional

En este momento toda la aportación social se corresponde con la creación de puesto de trabajo por parte de la Empresa, que está ayudando a generar empleo estable en nuestro entorno, el pago de las cotizaciones sociales correspondientes, y el pago de impuesto sobre beneficios e IAE. Unos importes muy elevados que ayudan a mejorar y mantener el gasto social y su redistribución.

Medioambientalmente, se trabaja para reducir el consumo de recursos, que redundará en un menor impacto ambiental.

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

Tenemos identificados los principales grupos de interés con los que nos relacionamos en el desarrollo ordinario de nuestra actividad:

- Trabajadoras y trabajadores de la empresa.
- Clientes.
- Proveedores.
- Entidades financieras.
- Contactos con otros grupos públicos y privados (organizaciones empresariales, etc).

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

6.1. Información adicional

Con los grupos enumerados se establece una comunicación personal continuada, que nos permite trasladar y recibir información para nuestros objetivos comunes.

Por ejemplo, con los trabajadores hay un trato permanente a través de la RLPT, que también se produce con nuestros proveedores o entidades financieras a través de reuniones y encuentros personales.

En el caso de clientes, hay una comunicación más fluida, por las propias características de nuestro producto/servicio, que exige un contacto permanente con ellos.

Además se intenta sistematizar y conocer su opinión a través de encuestas de satisfacción de periodicidad anual.

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

Cuando los trabajadores se incorporan en la empresa se les realiza un Plan de acogida por parte de diferentes responsables de área: rrhh, prevención de riesgos laborales, responsable del área que comprende su puesto de trabajo.

Desde estas tres áreas, se traslada una formación sobre la organización y unas pautas de actuación. También se entrega documentación concreta y se conoce el manual de calidad.

Sin embargo no se dispone de una manual con un código de conducta específico.

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

Desde la reciente implantación del Plan de acogida, se transmiten estos valores al inicio de una forma más sistematizada. Sin embargo en la plantilla anterior no se ha realizado una comunicación específica.

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

No hemos trabajado esta materia con anterioridad más allá de la aplicación de las norma vigentes en materia medioambiental.

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

Actualmente no disponemos de un Plan de responsabilidad social. Sin embargo la organización es consciente del contexto actual y está dispuesta a realizar un esfuerzo extra de mejora más allá de la propia exigencia normativa.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

Debido a la naturaleza de los servicios que prestamos, nuestro contacto con el cliente es fluido desde que se recibe el pedido y hasta que se entrega el material fabricado. Por parte de varios departamentos de la empresa.

Además, con periodicidad anual, se remite una encuesta de satisfacción a la mayoría de los clientes, para conocer su opinión de forma objetiva con el trabajo realizado a lo largo del ejercicio.

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

12.1. Información adicional

Desde el departamento de calidad y oficina técnica, en contacto permanente con los clientes, se analizan todos los posible errores en los procesos de fabricación y se adoptan medidas para evitar la repetición de los mismos. También se están analizando, de forma permanente, posibles mejoras que repercutan en todo el proceso de fabricación y en el

proceso de comunicación.

Desde hace varios años se hace un esfuerzo en formar a las personas implicadas en cursos de Lean y mejora continua.

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

Una de las características principales de la empresa es que no desarrolla un único producto, sino que se trabaja bajo pedido y bajo plano. Cada pedido supone la fabricación de un producto diferente, lo cual exige una alta atención en el proceso de fabricación. No podemos innovar en los productos, en la medida en que no somos propietarios de las patentes de los mismos. Pero sí que podemos aportar mejoras de fabricación.

En este sentido estamos en permanente revisión de aquellos productos que pueden estar más estandarizados, para buscar mejoras que, además, se puedan implementar en otros productos.

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

Hasta la fecha no se han tenido en cuenta aspectos socialmente responsables en la producción o prestación del servicio más allá de la aplicación de la propia normativa medioambiental.

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

15.1. Información adicional

Existe una atención al cliente durante el proceso de fabricación que no finaliza con la entrega del producto terminado. Las personas que integran el departamento comercial reciben las comunicaciones que se puedan ocasionar tras las entregas, por posibles incidencias, pero además existe un canal de dialogo permanente.

Este proceso no está estandarizado, aparte de las encuestas anuales que se recaban.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

16.1. Información adicional

En nuestro caso, el producto que se fabrica es propiedad del cliente. Se fabrica bajo pedido en función de las características que el propio cliente solicita. Desde el primer momento éste ya dispone de toda la información, además de las posibles mejoras o soluciones que podamos aportar en el proceso de fabricación.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

Se conoce la satisfacción de los empleados de forma transversal a través del contacto diario con los mismos y por las opiniones que elevan a la representación legal de los trabajadores o sus responsables como encargados de las distintas secciones.

También se realiza una encuesta de satisfacción para encontrar áreas de mejora en el funcionamiento de la compañía y en la satisfacción de las personas que la integran, que se han traducido en medidas como el acceso a máquinas de vending, la construcción de nuevos vestuarios y sanitarios, la existencia de un parking de empleados dentro del recinto de la empresa y también de áreas de descanso y comedores para empleados.

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.

Disponemos de un reciente Plan de Igualdad, con objetivos, medidas, evaluación de los puestos de trabajo, análisis retributivos etc, que, además, contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

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.

De forma individualizada se atienden las demandas que pueden tener los empleados de la empresa en esta materia, como pueden ser la implementación de jornadas continuas, adaptaciones horarias, posibilidad puntual de teletrabajo, adaptaciones de turnos de vacaciones, etc.

Se favorece el acceso a la jubilación parcial de aquellos trabajadores que, cumpliendo los requisitos legales, así lo solicitan. Se concentra la duración del periodo de trabajo en el primer año para favorecer su vida personal, familiar y laboral.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

Los responsables de cada departamento identifican las posibles necesidades de formación, que se trasladan a Dirección. Anualmente se elabora un plan de formación para atender estas demandas.

De forma individualizada también se atienden propuestas que parten de los propios trabajadores.

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

21.1. Información adicional.

Con la incorporación de las personas trabajadoras en la empresa se realizan las formaciones iniciales correspondientes al puesto de trabajo, en materia de prevención, calidad y actividad en el puesto. Existe un Plan de acogida para sistematizar estas acciones iniciales.

Más adelante es el propio responsable de cada departamento el que propone acciones formativas de mejorar para incorporar en el plan anual de formación.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

Existe una evaluación de riesgos de todos los puestos de trabajo además de una planificación anual de reconocimientos médicos. En todos los puestos de trabajo se realiza una formación específica en prevención.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos y se ha considerado algún criterio ambiental. Por ejemplo, se intenta favorecer la compra de productos que tengan origen en material reciclado y se tiene en cuenta la ausencia de productos químicos peligrosos o nocivos para las personas y/o medioambiente en su composición.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

24.1. Información adicional.

Se tiene en cuenta el precio y la calidad del servicio. Si bien también se tiene en cuenta otros factores como proximidad del proveedor para ahorros de costes en transporte, que llevan aparejados ahorros medioambientales.

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 empresa ha trasladado su ubicación de centro de trabajo recientemente y todavía no se ha adoptado ninguna medida de participación o colaboración con el nuevo municipio que nos recibe.

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.

La empresa ha trasladado su ubicación de centro de trabajo recientemente y todavía no se ha adoptado ninguna medida de participación o colaboración con el nuevo municipio que nos recibe.

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

Actualmente no se realizan acciones en materia social

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

Actualmente no se realizan acciones en materia social

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.

Estamos estudiando implementar placas solares en nuestra instalación para reducir la huella de carbono.

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.

A la hora de tomar decisiones de inversión en nueva maquinaria productiva, se tiene en cuenta el consumo energético de los nuevos activos.

Economía circular

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

31.1. Información adicional

Estamos implantando este un nuevo programa de aprovechamiento de nuestra materia prima, que nos va a permitir reducir un 5% la cantidad de materia prima usada en nuestro proceso productivo.

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

Actualmente no se realizan acciones en materia ambiental.

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?

El buen servicio al cliente que proporciona la empresa, fundamental para su éxito. Que implica atender las necesidades de manera efectiva y satisfactoria.

También crea relaciones basadas en la confianza y contribuye al crecimiento y reputación positiva de la empresa.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Mejorar la comunicación con otros grupos de interés, como empleados, proveedores y otros actores del entorno local en que se ubica la Empresa.

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?

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?