

RSA - PYMES

Empresa evaluada

HIERROS ALFONSO, S.L.

CIF:B50014521

C/San Juan de la Peña nº:90.-

50015 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

HIERROS ALFONSO, S.L.

GRUPO EMPRESARIAL HIERROS ALFONSO

02 - Dirección - CP - Población

C/ SAN JUAN DE LA PEÑA, 90, 50015 ? ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

Sector Metal.

Actividades:

La comercialización y logística de productos siderúrgicos, así como la producción y transformación de productos metálicos mediante operaciones de mecanizado, corte, plegado, punzonado, soldadura, y el tratamiento superficial mediante granallado y pintura líquida.

04 - Año comienzo actividad.

1960

05 - Número de personas empleadas

48

06 - Persona contacto

Julio Nuñez Abadía

07 - E-mail contacto

jnunez@grupohierrosalfonso.com

08.- Página web

www.grupohierrosalfonso.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

HIERROS ALFONSO pertenece a un grupo aragonés, GRUPO HIERROS ALFONSO, que establece su estrategia y objetivos a nivel general y desplegado para cada una de las empresas que componen el grupo. Es por ello que la observación del contexto de la organización permite contemplar de manera global aspectos generales que de una manera u otra afectan a cada una de las compañías :

- **Economía.** Dentro del Plan Estratégico 2020-2023, el principal propósito de GRUPO HIERROS ALFONSO y por lo tanto de HIERROS ALFONSO, es "Mejorar la cuenta de resultados para asegurar la sostenibilidad del proyecto", fundamentado en aspectos como las personas, tecnología, responsabilidad social y crecimiento. Alineado con esta realidad encontramos unos magníficos resultados económicos que evidencian la generación de riqueza de la compañía como lo detalla la Cifra de Negocios. El estricto cumplimiento de la legalidad en todos sus ámbitos se pone de manifiesto en la metodología de identificación y evaluación de requisitos legales, así como la ausencia de sanciones y requerimientos por parte de la administración. Transparencia, honestidad y ética en las relaciones, se muestran como nuestros principales valores que se pueden ver en la relación con nuestros grupos de interés y en nuestras comunicaciones a través de web y redes sociales.
- **Políticos.** HIERROS ALFONSO pertenece a la Unión de Almacenistas de Hierros de España (UAHE). Por otra parte, participa activamente con Cámara de Comercio de Zaragoza y otras entidades públicas, así como partners de primer nivel que facilita el cumplimiento de nuestra estrategia.
- **Medioambientales.** GRUPO HIERROS ALFONSO y por lo tanto de HIERROS ALFONSO tiene entre sus valores, dentro de las líneas estratégicas "Contribuir a la gestión sostenible de los recursos naturales", que nos permite establecer los más importantes controles tanto en el consumo como en los residuos generados, trabajando activamente en economía circular de las mermas y restos de aceros.
- **Tecnológicos.** Tal y como hemos comentado, nuestra actividad se fundamenta en la comercialización y el transporte, es por ello que la tecnología impregna todos nuestros procesos y principalmente la logística donde es fundamental, de manera que pone de manifiesto la eficiencia y el control de consumos y emisiones, mediante el aprovechamiento de rutas, favoreciendo un servicio eficaz. La estrategia en este ámbito está basada en "Aumentar la penetración en el mercado" y "Asegurar la posición competitiva", es por ello que los planes de acción desarrollados se fundamentan en la continua actualización de conocimientos formativos y tecnológicos para poder ofrecerlos a nuestros grupos de interés, principalmente nuestros clientes y trabajadores. Un ejemplo manifiesto es el proyecto de actualización de nuestro ERP AX, con horizonte 2023.

- Sociales. GRUPO HIERROS ALFONSO y por lo tanto de HIERROS ALFONSO es una organización preocupada por las personas, y es por ello que realiza acciones y actividades vinculadas a los recursos humanos, establecido dentro de la perspectiva de personas del Plan estratégico, "Acrecentar el Compromiso de las personas, Mejorar la Comunicación y la Conciliación de la vida laboral y familiar", sin perder de vista el concepto de empresa saludable. Evidencias claras de su desarrollo lo encontramos en los beneficios sociales a los trabajadores que ofrece GRUPO HIERROS ALFONSO y por lo tanto HIERROS ALFONSO con proveedores y partners de la compañía, calendario y horarios con posibilidad de personalización, encuestas de clima, actividades familiares, deportivas, aportes nutricionales saludables, convenciones anuales,... La igualdad de género se pone de manifiesto de forma vertical, desde el cuadro directivo, hasta todos los niveles de responsabilidad, como lo demuestra la línea estratégica que pretende realizar un Plan de Igualdad en cada una de las empresas del grupo en un horizonte 2023. La formación tiene un espacio fundamental y necesario en nuestra estrategia "Mejorar el desempeño" siendo uno de los principales objetivos la dotación de planes anuales de formación y planes de carrera, adecuados a las necesidades de las personas, sin perder de vista las necesidades del mercado. Muestra del desempeño de la organización, encontramos el reconocimiento en 2019 como empresa dentro de la marca Great Place to Work.

Las tendencias globales en 2020 y 2021 se han visto afectadas por la pandemia de la Covid-19, perdiendo la lógica intensidad, y en crecimiento a partir del segundo semestre de 2021 y un buen ejercicio en 2022, con la lógica incertidumbre del incremento de los precios y la crisis energética agravada por la guerra de Ucrania.

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

No

2.1. Información adicional

El ejemplo es la mejor expresión del liderazgo. Las empresas y sus líderes deben de enfrentarse a la reflexión, valorar su contexto interno y externo y formular su estrategia. En mayor o menor escala deben de establecer su estrategia, sus riesgos, sus grupos de interés, mirar la competencia,... en resumidas cuentas, centrar el entorno y su realidad, apoyados en una "Visión".

Tal y como detallamos en el punto 1.1, GRUPO HIERROS ALFONSO y por lo tanto HIERROS ALFONSO, tienen desarrollados Planes Estratégicos desde el año 2010, siendo el último el de 2020-2023. Para la formulación del Plan Estratégico se realizan reuniones de reflexión estratégica, iniciando el proceso con el análisis de la información relevante. Entre los aspectos internos y externos analizados se incluyen los recogidos en el apartado 1.1.

No obstante de lo anterior, las Pymes precisan que la administración y los agentes sociales estimulen y ayuden a las organizaciones en el desarrollo y cumplimiento de la estrategia, mostrándose como tractores hacia el éxito. El Plan RSA es un ejemplo claro y conciso del posicionamiento de la administración.

La pandemia de la Covid-19 ha afectado considerablemente el desarrollo estratégico de HIERROS ALFONSO y además el entorno de incertidumbre, volatilidad y ambigüedad continúa con el incremento de los precios y la crisis energética agravada por la guerra de Ucrania.

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?

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática

3.1. Información adicional

El nuevo Plan Estratégico que se diseña en 2023 con un horizonte de tres años, recoge retos económicos principalmente, si bien y no como una línea estratégica, pero integrado en las existentes, se recogen retos sociales y ambientales, como son el compromiso con el entorno económico y social y el ambiental, destacando el proyecto de implantación de la norma de gestión ambiental ISO 14001.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

4.1. Información adicional

HIERROS ALFONSO dispone de un presupuesto destinado a las siguientes actividades:

- Formación.
- ISO 9001 y marcado CE.
- Implantación ISO 14001.
- Plan de comunicación y transparencia en web, redes, agentes sociales.
- Empresa Saludable. Deporte, alimentación, formación en mindfulness.
- Un buen lugar para trabajar. Evaluación de desempeño y planes de carrera.
- Control de reciclaje, mermas y economía circular.
- Participación en foros, ponencias, corners informativos en actos que celebran entidades de reconocido prestigio, Cámara de Comercio, el Job Day organizado por Centro San Valero, Unión Almacenistas,...

Estos proyectos se encuentran definidos en todo el cuestionario, principalmente punto 1.1.

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

De acuerdo con la matriz de grupos de interés, HIERROS ALFONSO tiene identificados y conoce las expectativas y necesidades de sus grupos de interés. Además, el sistema de gestión de acuerdo con la norma ISO 9001, el proceso P01.1 recoge la sistemática empleada. Define los siguientes canales de relación:

- Clientes. Experiencia de Cliente a través de la aplicación tecnológica ERP AX, a través

del CRM, que facilita la información al cliente sobre la evolución del proyecto así como el acceso a toda la documentación relacionada (oferta, documentación, facturas,...). Además existe un proceso que establece y evalúa las encuestas de satisfacción. Una importante red comercial que posibilita 3 visitas mínimas al año, Redes sociales, web,... Por último, comentar que en los últimos años se celebra una jornada con clientes en un lugar de especial interés turístico, en la que se puede potenciar la convivencia, interacción, así como la muestra del portfolio de la compañía.

- Proveedores y Partners. Acciones conjuntas de cliente, jornadas de intercambio. Evaluación continua de proveedores, asistencia a ferias y eventos, nacional e internacional. Redes sociales, web, blog,....

- Accionistas. Juntas de presentación de Cuentas y Resultados. Convenciones anuales.

- Administración. Cumplimiento legal, seguimiento CRM, Información a través de Redes sociales, web, blog,....

- Trabajadores. Programa de Encuestas de clima, convenciones anuales, empresa saludable (alimentación, deporte, salud), formación en ámbitos como asertividad, mindfulness,... Acceso a redes sociales internas, web,...

La identificación de las necesidades y expectativas, así como las actuaciones planificadas en otros años, en 2020, 2021 y 2022 se ha visto revisada por la pandemia de la Covid-19, la crisis de suministros tecnológicos y con la lógica incertidumbre del incremento de los precios y la crisis energética agravada por la guerra de Ucrania.

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

6.1. Información adicional

Gracias a los mecanismos que nos permiten conocer las expectativas y/o necesidades de nuestros grupos de interés, mencionado en el punto 5.1, ponemos algunos ejemplos de buenas prácticas tras la información obtenida en el análisis de expectativas:

- Clientes. "Jornada de clientes", celebrada de forma anual de acceso para seguimiento de proyectos, potenciar el conocimiento y convivencia, que surge de la estrategia, necesidades de nuestros clientes transmitidos en encuestas de satisfacción y visitas comerciales.

- Clientes. Plan comercial con visitas de baja periodicidad, en función de la demanda de nuestros clientes en las encuestas de satisfacción y en las encuestas posteriores tras las visitas.

- Proveedores - Partners. Realización de eventos, acciones conjuntas de cara al cliente y sociedad en general.

- Accionistas. Se han establecido Planes estratégicos consensuados, y diferentes Comités estratégicos para la revisión y seguimiento.

- Administración. Cumplimiento legal, superación de auditorías legal y sistemas de gestión.

- Trabajadores. Realización de encuesta sobre expectativas a todos los trabajadores, (explicado en puntos 1.1 y 5.1). Además se realizan encuestas de clima, convenciones anuales, redes sociales internas, sistematizados en la planificación anual de la compañía. Destacar la metodología de la marca Great Place to Work implantada.

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 conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

7.1. Información adicional

HIERROS ALFONSO dispone dentro de su Sistema de Gestión de un Código de Conducta que está definido y comunicado a través de los siguientes documentos:

- Manual de bienvenida, que tiene un apartado de comunicación, actitud y comportamiento.
- Manual de incorporación o acogida con un apartado específico de Código de Conducta y procedimientos generales.
- Manual de Políticas de GRUPO HIERROS ALFONSO.

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

HIERROS ALFONSO tiene establecido un proceso sistematizado de RRHH que establece las pautas y recoge entre otras las siguientes actuaciones:

- Mentor, programa de selección y acogida de nuevas incorporaciones, inmersión a la compañía, información y tutela (periodicidad establecida). La empresa cuenta con un plan de acogida para las nuevas incorporaciones con información concreta y necesaria que ponen de manifiesto los valores, la estructura organizativa, comportamientos y actitudes necesarias en lo social y medioambiental para formar parte de HIERROS ALFONSO, entre otras.
- Puesta en conocimiento y divulgación del Plan estratégico (estrategia, objetivos, MVV,...), mediante convenciones y reuniones departamentales.
- Manual de acogida y código de conducta. (visto en punto 7.1.)
- Redes internas (Bitrix, Trello) que realizan labor de portal del empleado, utilizando la tecnología para un Sistema de Gestión Excelente, que permite visualizar la MVV, Organigrama, informaciones de interés tanto personal como grupal, estrategia,...
- Redes externas (Twitter, LinkedIn), que permiten incrementar la comunicación interna y externa extendiendo la cultura de la empresa.

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

HIERROS ALFONSO como el resto de compañías alineados en el GRUPO, han consolidado el conjunto de actuaciones en materia de Responsabilidad Social de acuerdo con la identificación de los grupos de interés, sus necesidades y expectativas, en los

siguientes programas:

- Personas. Tal y como describimos en el punto 1.1, es el programa que recoge las actuaciones de HIERROS ALFONSO en los ámbitos social, personas y medio ambiente. En el año 2019 se realizaron actividades deportivas para las personas de la organización (carrera ESIC, deporte en equipo padel,...), plan de beneficios sociales para los trabajadores con entidades partners y proveedores de HIERROS ALFONSO, si bien en 2020 y 2021 algunas actuaciones se han suspendido por la pandemia de la Covid-19.
- Social. En el ámbito social dos líneas solidarias compromisos con "Juguetes para niños sin recursos" y donación de sangre en el "Banco de Sangre" de Zaragoza. Dentro del espectro medioambiental, la sensibilización y aprovechamiento de mermas y restos de acero en economía circular, además la certificación en ISO 9001 nos garantiza el cumplimiento de la legislación y la implementación con la gestión de residuos, optimización energética y gases efecto invernadero.
- Clientes. Experiencia de Cliente a través de la aplicación tecnológica ERP AX, a través del CRM, que facilita la información al cliente sobre la evolución del proyecto así como el acceso a toda la documentación relacionada (oferta, documentación, facturas,...). Además existe un proceso que establece y evalúa las encuestas de satisfacción. Una importante red comercial que posibilita 3 visitas mínimas al año, Redes sociales, web,... Por último, comentar que en los últimos años se celebra una jornada con clientes en un lugar de especial interés turístico, en la que se puede potenciar la convivencia, interacción, así como la muestra del portfolio de la compañía, en 2022 se han reanudando tras dos años suspendidos por la pandemia de la Covid-19.
- Proveedores y Partners. Acciones conjuntas de cliente, jornadas de intercambio. Evaluación continua de proveedores con criterios RSC, asistencia a ferias y eventos, nacional e internacional. Redes sociales, web, blog,....
- Trabajadores. Programa de Encuestas de clima, convenciones anuales (en 2020 y 2021 se han suspendido por la pandemia de la Covid-19), empresa saludable (alimentación, deporte, salud), formación en ámbitos como asertividad, mindfulness,... Acceso a redes sociales internas, web,...

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

HIERROS ALFONSO, reconoce dentro del Plan Estratégico, proyectos asociados con al Responsabilidad Social, y como tal, tiene establecido unos objetivos a largo y corto plazo que son alimentados con un cuadro de indicadores, alineados con las diferentes perspectivas. Además se realiza la comunicación de los mismos a todos los trabajadores en convenciones anuales y reuniones establecidas para conocer el desarrollo del Plan Estratégico.

Ejemplos claros son la Implantación de Plan de Igualdad en todo el grupo aun cuando las sociedades que lo componen no entran en los requisitos de la ley de 2019. Otro ejemplo es la adhesión al Plan RSA. En el ámbito de personas, la realización de actividades tanto formativas como de salud en el ámbito de empresa saludable.

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

De acuerdo con lo expuesto en el punto 6.1 y 9.1 "Experiencia de Cliente" a través de la aplicación tecnológica ERP AX, a través del CRM, que facilita la información al cliente sobre la evolución del proyecto así como el acceso a toda la documentación relacionada (oferta, documentación, facturas,...). Además existe un proceso que establece y evalúa las encuestas de satisfacción. Una importante red comercial que posibilita 3 visitas mínimas al año, Redes sociales, web,... Por último, comentar que en los últimos años se celebra una jornada con clientes en un lugar de especial interés turístico, en la que se puede potenciar la convivencia, interacción, así como la muestra del portafolio de la compañía. En 2020 y 2021 no se ha celebrado por la pandemia de la Covid-19, y se han reanudado en 2022.

Destacamos a continuación qué es, cómo se planifica y qué resultado obtenemos de la relación con nuestro cliente.

En primer lugar, desde el año 2008 HIERROS ALFONSO dispone de un Sistema de Gestión de Calidad certificado con la norma de referencia ISO 9001. El proceso de Gestión Comercial P1.1 pone de manifiesto como una de las metodologías de conocimiento y evaluación de las necesidades y expectativas del cliente las "Encuestas de Satisfacción". La evaluación de los resultados y el feedback que se produce, nos permite por un lado conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes de forma segmentada, y por otro, revisar periódicamente la bondad de nuestra metodología que se ha traducido en diferentes planes de mejora.

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

Tal y como decíamos en el punto 11.1 la identificación de mejoras y su análisis las llevamos a cabo mediante planes de acción que han desencadenado en las siguientes herramientas y procesos:

- La innovación tecnológica desarrollada a través del ERP AX enlazado con herramientas de google, facilita la gestión logística de las encuestas por cliente segmentado, concatenando un análisis de resultados a través del BI, (Business Intelligence) de forma automática y en tiempo real.
- Experiencia de Cliente, a través de reuniones con clientes. Tal y como decíamos en el punto 9.1.
- La planificación de acciones formativas mediante píldoras de conocimiento a través de redes y la participación en foros promocionados por entidades y agentes sociales.
- Nuestra red comercial con su potente CRM nos permite estar presente en el cliente con frecuencias de record que garantizan el conocimiento de su satisfacción, expectativas y necesidades.

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

La estructura de HIERROS ALFONSO está concebida con el propósito de aportar al cliente soluciones con una importante base de referencias acompañado de una estrategia de crecimiento en referencias y servicios que llevan implícita la innovación de producto y de proceso.

Desde los Departamentos principales de la organización, se realizan reuniones de creatividad fundamentados en la experiencia de cliente y el desarrollo tecnológico de nuestros partner y proveedores.

Además, trabajar en algunos casos por proyectos, favorece la transmisión de conocimiento y soluciones de manera que ofrecemos ideas novedosas a clientes con la garantía de funcionamiento e implantación.

Los departamentos Comercial y Aprovisionamiento, realizan la vigilancia tecnológica necesaria y planificada con los principales clientes, partners y proveedores mediante reuniones continuas, la asistencia y participación en eventos nacionales e internacionales como son los de la Unión de Almacenistas, ferias como Fima y Smopic,... que enriquecen el análisis y la toma de decisiones en los principales proyectos de innovación.

Tal y como decíamos en el punto 11.1 y anteriores muestras de innovación son:

- ERP AX y su adecuación a nuestra producción y logística.
- Experiencia de Cliente. Reuniones o convenciones anuales.
- Adquisición de maquinaria y equipos de la más avanzada tecnología que permiten entrar en otros nichos de mercado.

La evaluación del resultado de nuestros proyectos de innovación vienen siempre por parte de la medición de la satisfacción del cliente para con ellos, así como del análisis del impacto en la sociedad. Nuestros mecanismos.

Incremento porcentual de clientes

Número medio de asistentes a jornadas o eventos de cliente

% clientes en que reciben Experiencia de Cliente

Número de entradas en web, redes,... por año

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

Tal y como hemos comentado en el punto 14.1, HIERROS ALFONSO es una compañía que trabaja aportando un producto y servicio comprometido con la calidad y la sostenibilidad, en general se fundamenta en:

- El Departamento de Operaciones, con atención continuada y cercana, que garantiza

atención personalizada del cliente, atención post venta y la continua adaptación a sus necesidades tanto logísticas como de inmediatez.

- La plataforma ERP AX garantiza un control de producción y la garantía de trazabilidad, así como el control de gestión.
- La Gestión Comercial, con un plan de visitas anuales garantiza la atención continuada.
- El compromiso ambiental tanto en la gestión de residuos (Productor de Residuo peligroso) como en la circularidad en el tratamiento de sus productos.
- La continua innovación con los productos de acero y asimilables, la participación con entidades y asociaciones aportan conocimiento e innovación en las operaciones con cliente.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

15.1. Información adicional

Tal y como hemos comentado en el punto 14.1, HIERROS ALFONSO es una compañía que trabaja por proyectos, de esta manera podemos otorgar a nuestro cliente un trato único. Nuestro servicio Post-venta se fundamenta en:

- El Departamento de Operaciones, con atención continuada, que garantiza, salvo causa mayor, la continuidad de la actividad del cliente, atención post venta y alineado con el Departamento de Administración.
- La plataforma ERP AX (comentado en puntos anteriores).
- La Gestión Comercial, a través del CRM y un plan de visitas anuales ambicioso que garantizan la atención continuada.

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 de las características del producto o servicio.

16.1. Información adicional

Nuestro lema es "ante todo el cliente, lo importante es el análisis, escuchar al cliente y saber encauzar las soluciones sus necesidades". Es por ello que nuestras visitas comerciales en fase avanzada son acompañadas por Técnicos cualificados del Dpto. de Operaciones, de manera que la recogida de información así como las soluciones propuestas sean puestas sobre la mesa con total transparencia informativa del producto y/o servicio, (Ver proceso P1.1 Comercial).

Los contratos son documentos que tienen un formato definido desde el P1.1 Comercial, las diferentes partes del mismo, ponen de manifiesto la claridad y transparencia en precios, pago, entrega, soporte y la gestión de reclamaciones.

Muestra igualmente de nuestro deber de transparencia es la información de producto y/o servicio publicado en catálogos y en la web. Completa, concreta y con todas las posibilidades.

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, se identifican mejoras y se implantan.

17.1. Información adicional

Tal y como hemos comentado en el punto 1.1 y en posteriores, HIERROS ALFONSO dispone de un programa de acciones y actividades vinculadas a los recursos humanos. Establecido ya en 2016, dentro de la perspectiva de personas del Plan estratégico, "Compromiso, Comunicación, Conciliación y Saludable". La medición de la satisfacción de las personas empleadas es uno de su propósitos.

En primer lugar, desde el año 2008 HIERROS ALFONSO dispone de un Sistema de Gestión certificado con la norma ISO 9001, y su proceso de RRHH, pone de manifiesto las metodologías de conocimiento y evaluación de las necesidades y expectativas de los trabajadores, las "Encuestas de Clima o ambiente de trabajo" y "el Buzón de sugerencias". La evaluación de los resultados y el feedback que se produce, nos permite por un lado conocer el grado de satisfacción de nuestros trabajadores y por otro, revisar periódicamente la bondad de nuestra metodología que se ha traducido en diferentes planes de mejora siendo el último la encuesta de expectativas según el modelo Great Place to Work, realizada en 2018.

Como resultado de las mismas encontramos los siguientes planes de mejora implementados:

- Red de beneficios sociales a trabajadores que ofrece HIERROS ALFONSO.
- Establecimiento de calendario y horarios común, con posibilidad de personalización de acuerdo con las necesidades de cada trabajador en horarios de entrada y salida y lugar de trabajo.
- Red social interna "Bitrix" como flujo de información para y entre trabajadores.
- Empresa saludable. Iniciativas de mejora de la .salud, hábitos y comportamientos para los trabajadores. Actividades deportivas (torneos de padel, carrera ESIC,...), hábitos alimenticios (fruta los jueves), jornadas de convivencia,... En 2020 y 2021 no se han realizado por la pandemia de la Covid-19.
- Convenciones anuales, que ponen de manifiesto la comunicación, el encuentro y compartir con todos los compañeros/as de GRUPO HIERROS ALFONSO. En 2020 y 2021 no se han realizado por la pandemia de la Covid-19.
- La formación tiene un espacio fundamental, HIERROS ALFONSO ofrece a sus trabajadores las acciones formativas que realiza, focalizando si cabe la formación gratuita.

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.

Comentado en 7.1 nuestro Código de Conducta.

Tal y como hemos comentado en el punto 1.1, la igualdad de género se pone de manifiesto de forma vertical, desde el cuadro directivo, hasta todos los niveles de responsabilidad, como lo demuestran el % de hombres y % de mujeres en la organización. De esta manera la igualdad de oportunidades en el acceso al trabajo, formación, desarrollo profesional, la formación y la retribución con referencia al convenio colectivo es una realidad.

Además GRUPO HIERROS ALFONSO y por lo tanto HIERROS ALFONSO, participa en el Plan de Igualdad de CEOE 2020, con el objetivo de la elaboración de un Plan de Igualdad de Oportunidades en 2020 y cuyos resultados se expondrán en 2022.

Evidentemente y como no podría ser de otra manera, la legislación es rigurosa, GRUPO HIERROS ALFONSO y por lo tanto HIERROS ALFONSO garantizan la no discriminación por razón alguna como lo demuestra nuestro Código de Conducta.

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.

HIERROS ALFONSO establece las siguientes medidas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral:

- Calendario y horarios con posibilidad de personalización de acuerdo con las necesidades de cada trabajador y lugar de trabajo.
- Horario reducido al medio día, disponiendo de una hora para la comida, de manera que afecta a la hora de salida del trabajo.
- Flexibilidad en la selección de días del periodo vacacional.
- Procesos de selección para miembros de la familia de trabajadores.
- Posibilidad de movilidad para determinados cargos y de trabajo en casa en circunstancias especiales del trabajador.
- Hábitos saludables. Práctica de deporte y hábitos alimenticios,... (comentado en punto 18).
- Formación en temas aplicables a la vida personal, mindfulness, asertividad,...
- Mentorización. (comentado en puntos anteriores).

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.

El proceso P2.1 RRHH, en uno de sus subprocesos dicta el establecimiento de las necesidades de formación mediante las siguientes modalidades:

- Solicitudes de los trabajadores mediante canal de comunicación interna (Correo electrónico y formatos en papel) en departamentos, para posteriormente comunicarlo al Responsable de RRHH.
- Solicitudes de los trabajadores (correo electrónico, herramienta interna de comunicación Bitrix y en las encuestas de clima) para la inclusión de nuevas acciones formativas de interés para la organización.
- Formación o reciclaje establecida del análisis de competencias, por necesidad de adquisición o bien por el establecimiento en la estrategia.

El Departamento de RRHH analiza las propuestas antes de presentar el Plan Anual de Formación.

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.

El proceso de RRHH resulta explícito en la metodología empleada:

- Descripción de DPTs fundamentado en organigrama, que recogen tanto perfil del puesto, habilidades y funciones con sus responsabilidades.
- Establecimiento de Planes de Carrera y promoción interna.
- Plan de acogida (onboarding) con un recorrido mentorizado hasta la incorporación total.
- Planes de formación sometidos a estrategia, necesidades departamentales e individuales.
- Evaluación eficacia de la formación.
- Satisfacción y medición de clima.

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.

El Plan de Prevención establece de forma categórica la organización de la PRL en Hierros Alfonso, además de la Evaluación de Riesgos y la Planificación de la actividad preventiva.

El modelo asumido para la gestión es mediante un SPA contratado con Mas Prevención. Además existen trabajadores designados que promueven y vigilan por el cumplimiento de las medidas de seguridad.

Una cuestión importante es la inversión y controles de seguridad de máquinas con mantenimientos internos y externos.

Existen controles con índices segmentados por género y categoría.

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.

Los criterios de compra se establecen atendiendo a criterios de calidad de producto y servicio. La próxima implantación de ISO 14001 aportará mejorar los criterios ambientales en la compra.

Por otra parte el reducido grupo de proveedores garantiza la realización de compras a compañías de alto prestigio que aportan el compromiso de compra responsable.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

En la clasificación y evaluación de proveedores se tiene en cuenta el precio fundamentalmente y la calidad del servicio.

24.1. Información adicional.

La compra se realiza a un conjunto reducido de proveedores de alta calidad y compromiso, el propósito del Dpto de compras es la concentración de compras. Este aspecto garantiza la calidad de producto y servicio.

El sistema de gestión facilita una metodología clara en la evaluación de proveedores, tal y como se manifiesta en la ausencia de no conformidades de proveedor y el no haber bloqueado a ninguno de los existentes.

Con la implantación de la ISO 14001 se procederá a introducir criterios ambientales en la selección y evaluación de proveedores.

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.

HIERROS ALFONSO trabaja su acción social desde la contratación de personas de la comunidad y el entorno donde operamos, dando salida a jóvenes con una formación adecuada y con necesidades laborales.

Además participa con agentes sociales con ponencias, jornadas o incluso píldoras formativas al alcance de todos, empresas y personas que desean adquirir nuevos conocimientos acerca de áreas y novedades que demanda el mercado. En 2019 se han incrementado las acciones utilizando como vía Cámara de Comercio y la notable presencia

en las redes sociales, si bien en 2020 y 2021 las acciones han disminuido por la pandemia de la Covid-19.

También realiza prácticas laborales para los participantes en acciones formativas de FP y FP Dual con entidades de especial relevancia para nuestro sector como la Fundación San Valero.

Por último, destacar que HIERROS ALFONSO, somos más que proveedores de numerosas entidades y asociaciones que trabajan para la sociedad, desde la integración, formación, voluntariado,...

Como corolario y de cara al interior de la organización, evidencias claras las encontramos en los beneficios sociales a los trabajadores que ofrece HIERROS ALFONSO con proveedores y partners de la compañía, calendario y horarios con posibilidad de personalización, encuestas de clima, actividades familiares, deportivas, aportes nutricionales saludables, convenciones anuales,...

La igualdad de género se pone de manifiesto de forma vertical, desde el cuadro directivo, hasta todos los niveles de responsabilidad, como lo demuestra la línea estratégica que pretende realizar un Plan de Igualdad en cada una de las empresas del grupo en un horizonte 2023. La formación tiene un espacio fundamental y necesario en nuestra estrategia "Mejorar el desempeño" siendo uno de los principales objetivos la dotación de planes anuales de formación y planes de carrera, adecuados a las necesidades de las personas, sin perder de vista las necesidades del mercado. Muestra del desempeño de la organización, encontramos el reconocimiento como empresa dentro de la marca Great Place to Work.

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.

Como no podía ser de otra manera, HIERROS ALFONSO, desarrolla proyectos sociales alineados con el negocio, bien a través de las personas de la organización, partiendo desde el Liderazgo de la Dirección General, como con la participación de Directores y Mandos Intermedios, en la áreas establecidas en el punto 5a.

La implicación se completa con los agentes que se encuentran en la cadena de valor de HIERROS ALFONSO, clientes, proveedores, empresas del grupo, agentes sociales, entidades empresariales,...

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

HIERROS ALFONSO dispone de herramientas y canales que aportan transparencia y veracidad de las acciones y comunicaciones de la organización.

A nivel interno se comparten redes sociales como Bitrix o Trello, que facilitan la participación y comunicación de todas las iniciativas de la compañía. Cabe en este apartado, destacar las sesiones celebradas anualmente en las que se balancean los resultados cualitativos y cuantitativos de la organización, así como las reuniones por secciones para la puesta en valor del nuevo plan estratégico, como lo demuestran las celebradas entre enero y febrero de 2020 para la presentación del nuevo plan.

Tanto a nivel interno como externo, las potentes páginas web de HIERROS ALFONSO fortalecen la presencia en la sociedad con contenidos corporativos, blog de información multidisciplinar, comunicación de noticias, eventos,...

Además, y ya a nivel externo, HIERROS ALFONSO participa con agentes sociales con ponencias, jornadas o incluso píldoras formativas al alcance de todos, empresas y personas, de manera que se pone de manifiesto el importante caudal informativo y transparente de la organización. Se han incrementado las acciones virtuales y online, utilizando como vía Cámara de Comercio y la notable presencia en las redes sociales, también por la Covid-19.

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

El año 2018 presenta un punto de inflexión en la comunicación proactiva en la comunidad, principalmente local, atendiendo a las diferentes ubicaciones de GRUPO HIERROS ALFONSO en la comunidad y comunidades limítrofes. Partiendo del Plan Estratégico anterior 2016 -2020, una de las líneas estratégicas establecidas se fundamentaba en la mejora de la información, los canales y los responsables que debían participar en el establecimiento de un Plan de Comunicación.

Uno de los primeros pasos fue constituir un departamento dentro del staff, de manera estableciera el vínculo de unión entre la organización y los grupos de interés. Seguidamente se trabajó en imagen, posicionamiento a través de una potente web y presencia con agentes sociales y entidades de reconocido prestigio.

A nivel interno se comparten redes sociales como Bitrix o Trello, que facilitan la participación y comunicación de todas las iniciativas de la compañía. Cabe en este apartado, destacar las sesiones celebradas anualmente en las que se balancean los resultados cualitativos y cuantitativos de la organización, así como las reuniones por secciones para la puesta en valor del nuevo plan estratégico, como lo demuestran las celebradas entre enero y febrero de 2020 para la presentación del nuevo plan. De igual forma destacar las jornadas con cliente anuales (no realizadas en 2020 y 2021 por la Covid-19), como el momento de fomentar la comunicación y a su vez trasladar las buenas prácticas realizadas por HIERROS ALFONSO.

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.

El compromiso ambiental de HIERROS ALFONSO, se pone de manifiesto desde el convencimiento marcado desde la alta Dirección en el desarrollo sostenible, como aparece en el plan estratégico aprobado en 2020 y el cumplimiento estricto de los requisitos legales que nos aplican.

El Código de conducta y el manual de bienvenida que incluye buenas prácticas ambientales, constituyen la metodología empleada por HIERROS ALFONSO en la gestión ambiental.

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.

HIERROS ALFONSO realiza las siguientes actividades que ponen de manifiesto el compromiso con los impactos ambientales que puede ocasionar:

- Inversión en instalaciones, mejora de rendimientos para la concentración y mantenimiento de la temperatura y emisiones.
- Inversión en equipos de la más avanzada tecnología, que reducen los consumos y los residuos y emisiones generadas.
- Diversificación territorial a nivel de GRUPO, evitando la concentración y ubicación en zonas industriales generando menor foco en las emisiones.
- Políticas de control de consumos, principalmente agua, combustibles fósiles y electricidad.

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

El compromiso de HIERROS ALFONSO con la economía circular es continuo principalmente por el producto que supone su propuesta de valor, el acero. Destacamos algunas medidas de circularidad:

- Recogida y control de restos y subproductos para reutilización y reciclado.

- Productor de Residuo Peligroso.
- Inversión en maquinaria que garantiza el aprovechamiento de material generando mínimo residuo.
- Organización y almacenaje garantizando imagen de empresa limpia.

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

Tal y como decíamos en el punto 5d, uno de los primeros pasos en el ámbito de la comunicación, fue constituir un departamento dentro del staff, de manera estableciera el vínculo de unión entre la organización y los grupos de interés. A nivel interno y aunque no es el más relevante de los recursos de comunicación, se comparte información ambiental en redes sociales como Bitrix o Trello, destacar también las menciones en las sesiones celebradas anualmente, así como las reuniones para la puesta en valor del nuevo plan estratégico. De igual forma destacar las jornadas con cliente anuales (no se han celebrado en 2020 y 2021 por la Covid-19), como el momento de fomentar la comunicación ambiental y a su vez trasladar las buenas prácticas realizadas por HIERROS ALFONSO.

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

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?

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El liderazgo y el alineamiento de la organización hacia el objetivo de crecimiento de manera sostenible, con herramientas como la estrategia, la tecnología y el compromiso.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Por el tipo de actividad y la significatividad de sus aspectos ambientales, la gestión ambiental debe entrar en un plan de mejora tanto desde el punto de vista de certificación de sistema como acciones entorno a la economía circular y la huella de carbono.

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 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.