RSA - PYMES

Empresa evaluada

DOR-MECANIZADOS, S.L.
CIF:B50698430
C/Peña Oroel nº:5 Polígono Industrial
Valdeconsejo
50410 - Cuarte de Huerva
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

DOR MECANIZADOS S.L

02 - Dirección - CP - Población

POLÍGONO INDUSTRIAL VALDECONSEJO

C/ PEÑA OROEL, PARCELA 5 C

50.410 CUARTE DE HUERVA

ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

SECTOR DEL METAL: DEFORMACIÓN DE VARILLA

04 - Año comienzo actividad.

COMIENZO DE LA ACTIVIDAD EN EL AÑO 1996.

05 - Número de personas empleadas

ACTUALMENTE 3 EMPLEADOS.

06 - Persona contacto

D. Andrés Serrano Joven

07 - E-mail contacto

dormecanizados@gmail.com

08.- Página web

www.dormecanizados.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

En DOR procuramos tomar medidas por ejemplo para optimizar nuestro consumo de recursos:
1-Instalación de batería de condensadores: por nuestra actividad, producimos mucha energía reactiva a través de motores, transformadores, máquinas de soldar...Se trata de una energía perdida que no se aprovecha. Con la instalación de esta nueva batería, reducimos esta energía prácticamente a Ø para no sobrecargar las líneas de distribución de las compañías eléctricas. Hacemos que estas líneas se liberen y puedan generar de una manera más eficiente energía activa que es la que realmente tiene provecho. De ahí que en las facturas de eléctricas se penalice la no reducción de energía reactiva.
2-Implantación del sistema de iluminación LED.
3-Contratación para la ayuda la reinserción social.
4-Plan de gestión de residuos.
5-Contratación para la ayuda de conciliación familiar y profesional.

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

Si

2.1. Información adicional

Si.

Se pueden hacer inversiones para reducir el consumo de energía; fomentar e implantar la formación para gestionar los residuos con el menor impacto medioambiental posible; en cuanto a contratación, incrementar la ocupación de puestos de trabajo con personas discapacitadas, ex convictos para ayudar a la reinserción social... Llegar a acuerdos con el personal de la empresa en cuanto a horarios para poder fomentar la conciliación familiar y profesional...

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 incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

3.1. Información adicional

Para una correcta implementación de los ODS en la empresa, realizamos informes en los que se detalla el impacto de las acciones de la Empresa en la sociedad, así como los puntos de mejora que sean necesarios añadir al plan estratégico de la compañía. Es fundamental la mejora continua de éste. .

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

Teniendo en cuenta los beneficios obtenidos el año anterior, analizamos la partida que nos podemos permitir destinar a planes de responsabilidad social en el presente año.

Definimos bien el presupuesto del que disponemos e intentamos sacar el mayor partido al mismo gestionándolo de la mejor forma posible, para llegar a realizar todos los proyectos que nos hemos propuesto alcanzar en el año vigente.

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

Tenemos identificados a todos nuestros stakeholders, tanto internos como externos. Todos tienen en común el interés por el negocio.

EXTERNOS: clientes, proveedores, sindicatos, entidades financieras....

INTERNOS: accionistas, directivos, trabajadores...

Nosotros solemos realizar un mapeo para clarificar la posición de cada uno de ellos en la empresa.

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

Lo habitual, es realizar un mapeo para clarificar la posición de cada grupo de interés en la empresa.

Para ello diferenciamos tres partes importantes:

A) ACTOR: el stakeholder que nos interesa tener en el punto de mira, bien como aliado o bien como competencia.

B) INTERESES: motivos por los que ese stakeholder quiere/está interactuando con nuestra empresa.

C)POSICIÓN: tener clara la posición o la postura que ocupa frente a nuestra empresa.

Y lo gestionamos teniendo en cuenta 4 pilares básicos:

1- Identificar a cada uno de los interesados.
2- Desarrollar el plan de gestión de los interesados (normalmente individualizado)
3-Gestionar la participación de cada uno de ,os interesados en la empresa.
4- Controlar esa participación.

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

Anualmente, vamos elaborando/revisando un conjunto de disposiciones formales e informales que rigen el funcionamiento interno de nuestra organización.En este sentido, cada colectivo tiene sus propias normas , ya sean explícitas (formales, escritas en alguna parte) o implícitas (informales, tácitas, de sentido común) a las cuales debe ceñirse.

Una ausencia de normas o el mal diseño de las mismas, conduce a una desorganización, pérdida de tiempo, malestar personal...Por ello, una buena política de normas (código de conducta) es clave para la convivencia productiva de 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, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1. Información adicional

Se informa y forma de todas nuestras normas a todo personal interno o externo de la empresa.

Procuramos que nuestras normas cumplan los siguientes requisitos:

1- JUSTAS: normas aplicadas de manera equitativa y respondiendo a criterios objetivos.

2- CONOCIDAS: para que se puedan cumplir, deben ser de notorio cumplimiento. "lo que no se conoce, no existe. Por ende, no se cumple"

3-VINCULADAS A OBJETIVOS LABORALES: se trata de normas pensadas desde la proactividad y el compromiso.

4-CONSISTENTE: no contradecirse así misma. Debe operar de manera armoniosa.

5-CÓNSONAS CON LOS VALORES EMPRESARIALES: ninguna norma debe ir en contra del espíritu de la empresa, ni vulnerar los valores por los que se rige.

6-ÚTILES: las normas deben brindar a todos los grupos de interés:

?seguridad.
?confianza.
?productividad .

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

Hemos decidido poner en marcha un pequeño "departamento" de Responsabilidad Social.

El objetivo de esta decisión es abordar posibles cambios para potenciar nuestro crecimiento y expansión dentro de nuestra área de influencia.

Asumimos esta tarea teniendo en cuenta 3 principios estratégicos:

-LA BUENA FE con nuestros clientes, trabajadores y con la sociedad en general.
-EL DIALOGO CONSTANTE con nuestros stakeholder.
-TRANSPARENCIA INFORMATIVA sobre nuestra estrategia de sostenibilidad

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

10.1. Información adicional

Se trata de un plan que articula aspectos de carácter económico, social y medioambiental.

Esperamos que todo ello nos reporte numerosas ventajas:

-Mayor prestigio de nuestros nombre y calidad de nuestros productos.
-Mayor fidelidad de los clientes y proveedores.
-Aumento de ventas y beneficios.
-Mejores respaldos financieros.

-Y una mayor motivación de nuestros trabajadores.

En lo que llevamos de año, como logros destacados tenemos:

1- Implantación del sistema de iluminación LED
2-Instalación de batería de condensadores.
3-Contratación de un ex convicto para fomentar la ayuda a la reinserción social.
4- Plan y formación de gestión de residuos:

?Identificamos los residuos generados y la cantidad
?Fijamos objetivos para reducir la producción de los mismos.
?Valoramos medidas para la reutilización y reciclado de esos residuos y los planes de consumo eficiente de energía, agua, materias primas y otros recursos.
?Almacenamiento: existe un punto limpio donde almacenamos esos residuos.
?Registro de residuos: tanto peligrosos como no peligrosos.
?Verificación: medidas que se van realizando para comprobar que se está implantando correctamente el plan de gestión de residuos.

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 trabaja de manera continua en la mejora del servicio de atención al cliente.Intentamos mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción. Para ello disponemos de diferentes canales de comunicación:

? Encuentas de satisfacción
? Servicios telefónicos
? Puntos presenciales de atención al usuario
? Página web
? Servicio de información online

Todos nuestros empleados son conscientes del rol que tienen que asumir dentro de nuestra política de calidad. Colaboran activamente:

? Revisando, mejorando y optimizando los procesos y controles existentes para garantizar la calidad y trazabilidad de nuestros productos.
?Respondiendo a las reclamaciones según el sistema establecido , donde se asegura el estudio, registro y respuesta a las reclamaciones.
?Conocer el grado de cumplimiento de las entregas a nuestros clientes.

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 saber si son exitosas

12.1. Información adicional

Lo más importante para nosotros: disponemos de personal dotadas con don de gentes, de relaciones humanas. Son la cara, el oído y la voz de la empresa. Tratamos a nuestros clientes siempre con una actitud positiva para que siempre tengan la misma sensación de que vamos a poner todo de nuestra parte para solucionar los posibles problemas. No solemos utilizar un lenguaje que les pueda causar rechazo o incomprensión. Todo lo contrario. Explicamos con sencillez, claridad y de forma amable.

Ante un problema, solemos encontrarnos con clientes que llaman en un tono enfadado y es asombroso como el poder de la palabra de un buen empleado puede calmar esa sensación de enfado. El cliente se siente bien atendido y además, su actitud cambia completamente con nosotros.

También intentamos ser capaces y rápidos a la hora de solucionar una incidencia para que el cliente se vaya doblemente satisfecho. A parte de tener unos empleados con buena actitud hacia nuestros clientes. Están también bien formados para llevar su trabajo con eficacia. Tenemos una premisa:" cada hora dedicada a la formación, ahorra horas de trabajo"

La atención al cliente de nuestra empresa es la mejor forma para conocer a nuestros usuarios, sus problemas y también saber qué podemos mejorar en nuestro negocio. Realizamos planes de mejora cada año teniendo en cuenta las consultas e incidencias registradas y ordenadas tecnológicamente del año anterior.

El objetivo es que nuestra atención al cliente no sólo sea buena sino que llegue a ser excelente.

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

Investigamos y avanzamos no solo para abrirnos a un mayor mercado, sino también para que los productos desarrollados cumplan con todos los requerimientos exigidos por el cliente. Nos gusta innovar e intentar ir un paso por delante que nuestra competencia.

Los gustos y las necesidades del cliente varían con el tiempo y lo mismo sucede a mayor velocidad, con las nuevas tecnologías.

Podríamos decir, que para la pequeña empresa que somos, nos planificamos en 4 fases:

? GENERACIÓN DE IDEAS > Las ideas sobre productos nuevos o modificación de los ya existentes tienen orígenes bien diferentes:

-opiniones planteadas por vendedores.
-trabajos del departamento I+D
-sugerencias de los propios clientes....

En esta fase nos planteamos:

-nuevos productos/servicios
-nuevos clientes
-nuevos mercados
-incluso nuevos proveedores...

? EVALUACIÓN Y SELECCIÓN > A menudo, tenemos más ideas de las que realmente podemos llevar a cabo. Nos tenemos que quedar sólo con las que sean factibles. Por ello, cada idea pasa por un "conjunto de criterios de evaluación" por decirlo de algún modo:

-estimaciones de necesidades
-análisis de mercado
-estudio de factibilidad
-posible reacción de la competencia
-necesidad de financiación
-necesidad de personal (posibles ajustes en las condiciones organizativas)

Teniendo en cuenta el resultado de esta evaluación, sólo un nº muy limitado de ideas pasan a la siguiente fase.

? CONSTRUCCIÓN DE PROTOTIPOS > en esta fase nos planteamos el producto nuevo, cómo debe funcionar, su coste, el nivel de calidad requerido, aspecto, medidas,materiales... A partir de un diseño preliminar se crea un prototipo (con materiales menos costosos y normalmente a escala) que recoge las características más importantes (facilidad de uso, seguridad, atractivo para cliente...)

? DISEÑO FINAL DEL PRODUCTO > teniendo en cuenta los resultados obtenidos con los prototipos, se decide aceptar, modificar o rechazar el diseño preliminar.

Calidad de los productos y servicios

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

14.1. Información adicional

Para una buena producción sostenible que sume y no merme la calidad de nuestros productos y servicios aplicamos continuamente estrategias ambientales preventivas integradas en los procesos productivos, en el producto y nuestros servicios. Para alcanzar un grado importante de producción sostenible se debe aumentar la eficiencia y reducir los riesgos para el personal y para el medio ambiente.

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

El pensar que el proceso de venta termina cuando un cliente compra un producto es un gran error.

El servicio postventa es uno de los indicadores de evaluación de calidad más recurrente en el plano empresarial.

Sin embargo, en nuestro caso lo que verdaderamente motiva a la empresa a apostar por este servicio, es el prestigio que gana la marca (nombre de la empresa) cuando las postventa cumple las expectativas de los clientes. Un cliente satisfecho, bien atendido y orientado que sabe que puede contar con la empresa en cualquier momento, seguramente elegirá esa misma marca cuando llegue el momento de realizar la siguiente compra.

Intentamos "fidelizar a los clientes", crear con ellos una relación que se base en la confianza y la identificación.

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 promociona la totalidad de los productos de la oferta detallando bien sus características. Una buena promoción garantiza un incremento de las ventas en un corto plazo de tiempo. Cuando pensamos en la publicidad de nuestro nuevo producto, lo debemos hacer de tal manera que no sea un gasto sino una inversión. Desconocer según qué posibilidades nos puede llevar sin más a "aparecer" pero no a publicitarnos.

La publicidad cubre una necesidad informativa basada en describir nuestros servicios o las características de los productos ofertados. Sin llegar a saturar, tenemos que dejar claro aquello que nos diferencia de la competencia. La información debe ser simplificada y atractiva, lo que requiere un esfuerzo creativo que sin duda vale la pena.

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

Para aumentar la productividad en la empresa, saber si tus empleados son felices y están motivados o cómo mejorar el ambiente de trabajo es necesario medir la satisfacción laboral

de a empresa. Nosotros usamos el método más tradicional y sencillo: la encuesta.

Es posible que un empleado no esté de acuerdo con una decisión de su jefe y no se atreva a decirlo o que piense que realiza tareas repetitivas que no le aportan nada y no sepa cuál es la mejor forma de comunicar ese aspecto a sus superiores.

?ENCUESTA:

Una fórmula sencilla para medir la satisfacción laboral son las encuestas. Sin embargo, no se trata de hacer unas cuantas preguntas y analizar las respuestas, sino que tenemos que tener muy claros otros muchos aspectos, como los siguientes:

?EL OBJETIVO

Lo primero que hay que plantearse es ?¿qué deseo medir y para qué?? Tener claro el objetivo a lograr con la encuesta de satisfacción laboral nos permitirá detectar las áreas de mejora y tomar medidas al respecto.

?LAS PREGUNTAS

Es preciso que las preguntas sean claras, cortas y concisas. Planteamos varias respuestas posibles y una opción para otro tipo de respuesta. Por otro lado, la encuesta no debe ser demasiado larga para que los empleados no se cansen antes de terminar.

?LA CONFIDENCIALIDAD

Para que las encuestas sean efectivas es esencial que se proteja la confidencialidad de los encuestados, de esa forma serán sinceros y recogeremos datos reales en los que basarnos. Avisamos siempre desde el principio que el cuestionario es anónimo, lo que genera confianza y tranquilidad.

Por otro lado, realizamos diferentes tipos de cuestionarios:

?CUESTIONARIOS DE SALIDA

Cuando un trabajador abandona una empresa es importante conocer su motivación, de esa forma podremos tener más datos para saber cómo retener talento y qué aspectos de la empresa y de la gestión de recursos humanos debemos mejorar.

?CUESTIONARIO SOBRE LA SITUACIÓN DE OS TRABAJADORES

Este tipo de cuestionarios nos ayudan a saber en qué situación se encuentra cada trabajador en relación a diversos aspectos: tareas que realiza, conciliación de vida familiar y profesional, comunicación con sus compañeros y jefes, etc.

?CUESTIONARIO SOBRE LA CARRERA PROFESIONAL

Poder desarrollar una carrera profesional es uno de los aspectos más valorados por los trabajadores. Sin embargo, no podemos establecer desarrollos genéricos, sino que es preciso conocer qué desea cada persona y en qué áreas le gustaría mejorar.

Con las encuestas sobre la carrera profesional podremos elaborar un plan de carrera específico para cada persona y de esa forma retener a ese empleado.

?CUESTIONARIO SOBRE LOS DIRECTIVOS

La relación que los empleados tengan con sus jefes es esencial que sea buena para que los empleados se sientan valorados y trabajen en equipo. Para ello es preciso conocer qué opinan los empleados sobre los directivos de la empresa y detectar aquellas áreas en las que se podría mejorar.

Después de realizar la encuesta, debemos llevar en la cabeza un "PLAN DE MEJORAS" (mayor limpieza del local, mejor horario, adquirir una maquinaria necesaria para la empresa...) Tenemos que valorar si esas mejoras son totalmente gratuitas (simplemente cambiar la actitud en el trabajo) o por el contrario muy costosas económicamente. Es preciso valorar ese plan de mejoras y saber hasta dónde se puede llegar.

El objetivo del cuestionario es saber cómo encaminar nuestros próximos pasos como directivos.

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 formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

Existe igualdad de oportunidades cuando todas las personas tienen las mismas posibilidades de acceder al mismo bienestar social y tienen los mismos derechos.

La igualdad de género se define como ?la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres, y las niñas y los niños?. La igualdad, ?no significa que las mujeres y los hombres sean lo mismo, sino que los derechos, las responsabilidades y las oportunidades no dependen del sexo con el que nacieron. La igualdad de género supone que se tengan en cuenta los intereses, las necesidades y las prioridades tanto de las mujeres como de los hombres, reconociéndose la diversidad de los diferentes grupos de mujeres y de hombres?.

Entendemos que la igualdad de género en la empresa implica que hombres y mujeres puedan acceder a las mismas condiciones y derechos laborales. Esto supone igualdad en la retribución, en el acceso a la carrera profesional, en la formación, la promoción, etc.

los beneficios que la igualdad de género puede tener en la empresa son básicamente tres a nuestro parecer:

-El cumplimiento de las normas. En numerosas leyes generales y laborales se habla de la igualdad de género en el ámbito empresarial y laboral.

-La mejora de la imagen de la empresa. En términos de reputación corporativa se posicionará como una organización actual y que trabaja en pro de la igualdad de oportunidades.

-La mejora de la política de recursos humanos tendrá consecuencias positivas: plantillas más satisfechas, comprometidas y motivadas, menos rotación del personal, etc.

Nos basamos en el artículo 46 de la Ley Orgánica 3/2007, que dice que los planes de igualdad ?son un conjunto ordenado de medidas, adoptadas después de realizar un diagnóstico de situación, tendentes a alcanzar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y a eliminar la discriminación por razón de sexo?.

Intentamos implantar las siguientes medidas:

a)Incorporar dentro de los principios y valores corporativos la igualdad de género. Hacer que este principio baje a cualquier documentación interna de la empresa, prohibiendo de manera explícita cualquier discriminación.

b)Dar formación en igualdad de oportunidades y de género a toda la plantilla, desde la alta dirección, al departamento de recursos humanos, a responsables de área y también al resto de trabajadores y trabajadoras. Además de la formación pueden realizarse acciones de sensibilización generales al respecto.

c)En el ámbito de la selección, contratar mujeres en ámbitos donde la presencia femenina esté subrepresentada o dar preferencia a la contratación de mujeres en igualdad de condiciones.

d)Hacer accesibles las acciones formativas a las mujeres: motivándolas a que participen, desarrollándolas durante la jornada laboral y en horarios conciliadores, etc.

e)Realizar planes de promoción profesional que garanticen la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres. En esta línea, podemos pensar en acciones como: realizar una identificación específica de mujeres con potencial de promoción, fomentar que participen en formaciones ligadas a mejoras en la carrera, dar preferencia al ascenso de mujeres en igualdad de condiciones, identificar las barreras que impiden que las mujeres se presenten a procesos de promoción, etc.

f)Establecer un programa de conciliación laboral y familiar consensuado con la plantilla y efectivo.

g)Rediseñar el sistema de retribución desde la perspectiva de género. No hablamos sólo de salario sino también de horas extras, incentivos, etc.

h)Establecer una política de comunicación no sexista, tanto en la comunicación interna como en la externa.

i)Concretar protocolos de prevención y denuncia del acoso sexual por razón de género.

j)Evaluar las medidas del plan de igualdad de manera participativa y sistemática.

Así, aunque cada vez hay más conciencia social sobre la necesidad de equiparar a mujeres y hombres en el mercado laboral, sigue siendo necesario un plan de acción para atajar la todavía presente desigualdad laboral.

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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.

En Dor Mecanizados la mayor medida tomada para poder conciliar la vida personal, familiar y laboral es la implantación de jornada continua en turno de mañana. De tal forma que nuestro horario, sin distinción entre oficina y taller, hombre ó mujer, es de lunes a viernes de 07:00h a 15:00h. Ello nos permite tener todas las tardes del año libres para dedicar tiempo a la familia, formación, deporte...

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.

Para nosotros, la importancia de la formación de personal radica en el objetivo de la misma: mejorar los conocimientos y competencias de quienes integran una empresa, porque es a través de las personas, de sus ideas, de sus proyectos, de sus capacidades y de su trabajo como se desarrolla la empresa. La formación en sí misma no es el objetivo, sino un medio para lograr esos objetivos, un recuso para mejorar el rendimiento potenciando tres facetas: conocimiento, gestión y actitud. Es una herramienta de cambio.

Cuanto mayor sea el grado de formación y preparación del personal de la empresa, mayor será su nivel de productividad, cualitativa y cuantitativamente.
En Dor, los programas de formación profesional constituyen una de las inversiones más rentables. Influye mucho también el progreso tecnológico, si no hay una evolución pareja, se llega aun estancamiento y en consecuencia, a un retroceso y a la imposibilidad de competir en el mercado de manera eficaz y eficiente de cara a nuestra competencia.
La formación en la empresa es un proceso de reflexión amplio que implica una actividad progresiva, sistemática, planificada y permanente. El propósito? Preparar, transferir conocimientos,habilidades y actitudes necesarias, para que los trabajadores desempeñen mejor sus funciones, no sólo en sus actuales puestos, sino también en puestos de trabajo futuros y cambiantes.
Por ello, la formación a parte de ser vista como un coste (porque es un gasto de alguna manera bien directo o indirecto) es más bien una inversión obligada para la supervivencia y el progreso de la empresa.

OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN EN LA EMPRESA:

? MEJORAR APTITUDES -> preparar a los RRHH para la ejecución inmediata de distintas tareas específicas dentro de la empresa.
? FACILITAR OPORTUNIDADES-> proporcionar oportunidades para el continuo desarrollo de los RRHH, tanto en los puestos de trabajo actuales como en otros de nivel superior.
?CAMBIAR ACTITUDES-> modificar la actitud y comportamientos de las personas. Esto influirá en el clima laboral, incentivará la motivación...
?INCREMENTAR LA POLIVALENCIA-> aumentar las movilidad de las personas.

¿¿¿CÓMO DETERMINAMOS LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN EN LA EMPRESA???

Empleamos lo que viene a ser un "inventario de necesidades de formación" y utilizamos diferentes herramientas para ello:

1-EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO-> no solo es posible descubrir qué empleados realizan sus tareas por debajo de un nivel satisfactorio, sino también darnos cuenta de qué sectores o qué personal de la empresa requiere de inmediato esa formación.
2-OBSERVACIÓN-> verificar dónde hay evidencia de trabajo deficiente, bien por pérdida excesiva de materia prima, problemas disciplinarios, atrasos, alto índice de ausentismo...
3-CUESTIONARIOS->investigaciones mediante cuestionarios y listas de verificación (check list)
4-SOLICITUDES DE GERENTES-> si la necesidad de formación apunta a un nivel más alto, son los propios gerentes lo que solicitan esa formación para un determinado personal.
5-ENTREVISTAS CON GERENTES-> contacto directo con gerentes para resolver problemas solucionables mediante formación.
6-REUNIONES ENTRE DEPARTAMENTOS -> oficina y personal de taller.
7-ENTREVISTAS DE SALIDA->cuando el empleado por el motivo "X" sale de la empresa, es el momento más apropiado para conocer su opinión más sincera a cerca de la empresa y las razones que motivaron su salida. Posiblemente, salgan a relucir deficiencias deficiencias de la empresa que se puedan llegara corregir de una manera más que sencilla.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

21.1. Información adicional.

La acción formativa de nuestros empleados se proporciona en un momento determinado con la finalidad de que se adquieran los conocimientos y se alcancen los objetivos de dicha formación.

El proyecto de formación se suele hacer a principios de año y debe incluir conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas de aplicación.

La definición más tradicional de proyecto es la de un esfuerzo planificado, temporal y único, realizado para crear servicios que agreguen valor o provoquen un cambio siempre beneficioso.

Seguridad y Salud

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

22.1. Información adicional.

Se realiza normalmente cada año una evaluación de riesgos, es decir, una programación de todas las actividades necesarias para eliminar, reducir y controlar las situaciones de riesgo detectadas. Para cada actividad se especifica el plazo, la designación de responsables y los recursos humanos y materiales necesarios para su ejecución.

La Planificación de la Actividad Preventiva es una actividad especializada y, por lo tanto, debe elaborarla el personal técnico correspondiente en función de la modalidad preventiva que se haya elegido:

1. Asunción por el propio empresario.
2. Designación de un trabajador.
3. Contratación de un servicio de prevención, propio o ajeno (ajeno en nuestro caso)

La evaluación de riesgos se realiza a primeros de año cuando se inicia la actividad y extraordinariamente, cuando surge un nuevo puesto de trabajo en la empresa ó existen cambios en el proceso de producción, en las instalaciones, en las máquinas, en los productos...

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

23.1. Información adicional.

Para realizar una buena compra responsable, es necesario identificar las actividades, productos y servicios que desarrolla La Empresa, definiendo entradas y salidas de materiales o energía, procesos y tecnología usados, instalaciones, lugares, métodos de transporte y factores humanos.

Solemos tener en cuenta todos los criterios ambientales, es decir, todos aquellos criterios que relacionan la actividad de la empresa y su impacto con el medio ambiente, tanto directo o indirecto.

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.

Para realizar una buena compra responsable, es necesario identificar todos los aspectos ambientales, es decir, todos aquellos criterios que relacionan la actividad de la empresa y su impacto con el medio ambiente, tanto directo o indirecto.

Los aspectos ambientales directos? están asociados con las actividades, productos y servicios de la organización en sí. Sobre estos, la Entidad tiene un control de gestión directo (por ejemplo, cómo gestionar los residuos en su ubicación).

Los aspectos ambientales indirectos? son aquellos que, como consecuencia de las actividades, productos y servicios de una organización, sobre los que la organización no tiene pleno control de su gestión, permiten definir el comportamiento ambiental y las buenas prácticas de contratistas, subcontratistas y 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 algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Solemos informarnos a principios de cada año sobre los proyectos sociales que pretende

llevara a cabo al Comunidad y el Gobierno de Aragón. Nos centramos fundamentalmente en:

1-PROYECTOS SOBRE ATENCIÓN SOCIAL Y DEPENDENCIA:
*centros sociales
*infancia y juventud
*familias
*personas mayores
*madres solteras/divorciadas/separadas
*violencia de género...

2-MEDIO AMBIENTE
*gestión de residuos
*cambio climático
*dominio privado
*conservación y defensa
*energía
*actividades industriales...

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, en nuestro caso al ser una empresa tan pequeña y familiar, la verdad es que se nos hace a veces muy imposible poder contribuir con los proyectos sociales, aunque sí que es cierto, que dentro de lo que podemos lo hacemos como en le caso de la gestión de residuos, la energía reactiva, la reinserción...

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

Para nosotros la comunicación tiene una importancia decisiva para promover el desarrollo humano en el nuevo clima de cambio social. Creemos que la buena comunicación con nuestros empleados y grupos de interés a todos los niveles, nos permite crear un clima de identificación y participación para poner en práctica nuestras decisiones. Es necesario aumentar su sensibilidad, participación y capacidad sobre según qué aspectos.

Por eso, cada cambio, proyecto... que realizamos en la empresa para intentar ser cada vez

más una empresa responsable, se comunica a los empleados, proveedores incluso a empresas vecinas y amigas por si quieren sumarse a nuestras iniciativas.

Los empleados sobre todo colaboran con la empresa y participan en cada proyecto que se plantea. Cualquier programa de desarrollo llevado a cabo en la empresa necesita de los empleados para llegar al éxito. De no ser así, está llamado al fracaso.

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?

No se comunican

28.1. Información adicional

Al ser una empresa tan pequeña, no da lugar . Fomentamos las buenas prácticas y realizamos todas las acciones posibles pero de manera interna en la empresa. Si que se informa de todo lo que llevamos a cabo a los empleados y a los grupos de interés, pero ya a nivel de Comunidad no hay comunicación.

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 evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

29.1. Información adicional.

A principios de año revisamos cómo nuestra actividad, servicio o producto impacta en el medio ambiente Los aspectos ambientales son aquellas partes resultantes de una actividad, producto o servicio, que pueden repercutir sobre las condiciones naturales del medio ambiente, dando lugar a alteraciones o modificaciones específicas (impacto ambiental).
Puede apreciarse así con mucha claridad la relación de Causa/Efecto existente: la causa es el aspecto ambiental, y su correspondiente impacto ambiental es el efecto obtenido.

Identificamos y evaluamos diferentes aspectos:
- Asegurar que los aspectos ambientales son controlados por las diferentes áreas de la empresa.
-Establecer objetivos, al menos, sobre aquellos aspectos significativos que estén a nuestro alcance como pequeña empresa que somos.
-Definir las pautas de activación ante situaciones de emergencia y accidentes que originen aspectos potenciales.

Consideramos que toda actividad humana por pequeña que sea, SIEMPRE, tiene una

influencia sobre el entorno en que se desarrolla de manera que la empresa , como consecuencia de la misma, repercute sobre el medio ambiente generando un impacto ambiental en el hábitat en que opera, incluyendo el agua, el aire, el suelo, los recursos naturales, los seres humanos, la energía....

Al considerar la relación Causa/Efecto existente entre Aspecto ambiental/Impacto ambiental, resulta posible actuar sobre los impactos ambientales sólo si previamente la empresa identifica todos su aspectos ambientales, a fin de evaluarlos y priorizar sobre los que va a actuar.

La empresa debe definir/identificar claramente cuáles son sus posibles áreas de incidencia y, en consecuencia, los impactos ambientales que genera o que pudiera generar.

A fin de adoptar acciones sobre los impactos ambientales, el primer paso que debe dar la empresa es identificar los aspectos ambientales asociados a la misma, posteriormente evaluarlos y determinar cuáles son significativos, es decir aquellos que potencialmente pueden generar un mayor impacto ambiental y consecuentemente poder actuar sobre ellos.

Para actuar sobre estos aspectos ambientales significativos la empresa debe establecer una serie de objetivos y metas que puedan ser realmente viables, reales.

Resumiendo, los pasos que seguimos son:

1-Identificación de aspectos ambientales.
2-Evaluación de aspectos ambientales.
3-Priorización de aspectos ambientales.
4-Establecimientos de objetivos y metas.
5-Establecimientos de programa 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 público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

30.1. Información adicional.

Se ponen en marcha medidas que evidencian el compromiso público de la empresa con los impactos ambientales que pueda ocasionar, pero sólo se comunican a nivel "interno", a los empleados y a los grupos de interés.

Economía circular

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

La organización ha comenzado a integrar los conceptos de la economía circular en sus operaciones y cuenta con objetivos y un plan de acciones para su desarrollo.

31.1. Información adicional

Cuando hablamos de economía circular, hacemos referencia a un sistema económico y social que tiene como objetivo la producción de bienes y servicios al tiempo que reduce el consumo y el desperdicio de materias primas, agua y fuentes de energía. Todos los procesos productivos de fabricación de bienes o servicios, implican un coste ambiental.

Nuestra economía circular se basa en la gestión sostenible de los recursos. Así, su uso se alarga el máximo tiempo posible y se aprovechan mejor los materiales. Por ejemplo, una herramienta como puede ser un taladro: si se rompe o deja de funcionar, sus piezas o partes se pueden aprovechar. De eso se trata, de aprovechar al máximo los recursos materiales de los que disponemos alargando el ciclo de vida de los productos.

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 comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

32.1. Información adicional

Para nosotros la comunicación tiene una importancia decisiva para promover el desarrollo humano en el nuevo clima de cambio social. Creemos que la buena comunicación con nuestros empleados y grupos de interés a todos los niveles, nos permite crear un clima de identificación y participación para poner en práctica nuestras decisiones. Es necesario aumentar su sensibilidad, participación y capacidad sobre según qué aspectos.

Por eso, cada cambio, proyecto... que realizamos en la empresa para intentar ser cada vez más una empresa responsable, se comunica a los empleados, proveedores incluso a empresas vecinas y amigas por si quieren sumarse a nuestras iniciativas.

Los empleados sobre todo colaboran con la empresa y participan en cada proyecto que se plantea. Cualquier programa de desarrollo llevado a cabo en la empresa necesita de los empleados para llegar al éxito. De no ser así, está llamado al fracaso.

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 - Capacitar a las personas de la empresa
2 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
3 - Disponer de presupuesto
4 - Ofrecer productos y servicios de calidad
5 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
6 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral

7 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
8 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
9 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local

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?

-Empresa cuya estructura se sustenta en 1 gerente, 1 administrador y 4 empleados asalariados. Trabajamos mediante alianzas con nuestros grupos de interés a los que otorgamos un valor importante.
-Planificación estratégica anual con objetivos e indicadores establecidos a corto, medio y largo plazo.
-Control presupuestario anual con identificación de desviación y medidas correctoras, sistemas de control y seguimiento interno ingresos/gastos.
-Funcionamiento asambleario con buena coordinación entre empleados y Directivos.
-Identificación y diferenciación de los grupos de interés, así como de sus necesidades y expectativas a través de la gestión de una base de datos, encuestas, reuniones y procesos específicos de participación.
-Actuaciones informativas y plan de formación anual (mecanismos para la medición de satisfacción de las personas implicadas)
-Existencia de mecanismos que permiten registrar, analizar y evaluar la satisfacción de los clientes, empleados, proveedores (grupos de interés)...y facilitan la implantación de mejoras.
-Difusión y transparencia en las actuaciones a través de la web, redes sociales...
-Existencia de actuaciones específicas en materia de igualdad, reinserción y no discriminación, en materia de conciliación personal, familiar y laboral (flexibilidad de horario) con funciones informativas y de evaluación.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

-Definir e implementar un mejor Plan de RS. Alcanzar una mayor sistematización en el establecimiento de algunos objetivos e indicadores asociados, en el control de dichos indicadores y registros de resultados, así como en la detección de posibles mejoras y su implantación, logrando que la empresa funcione en su conjunto desde un enfoque de excelencia.

-Sistematizar la recogida de datos relativos a satisfacción, necesidades y expectativas de los grupos de interés que , en ocasiones, y por las características de la asociación, se realiza de manera más informal.

-Sistematizar las actuaciones en materia medioambiental y comunicar el compromiso y comunicar el compromiso medioambiental y las medidas implantadas hacia el exterior (más allá de nuestros grupos de interés y empleados)

-Sistematizar las actuaciones en materia de proveedores alrededor de la RS, mediante la selección, evaluación y clasificación en función de criterios de calidad, precio, impacto social, impacto ambiental y economía local.

-Consolidar más apoyos con empresas (proveedores/clientes) y desarrollar acciones para mejorar la captación de recursos de la empresa, que le permitan ampliar servicios y cumplir mejor con su actividad.

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 5. Igualdad de género.
- 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 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.