

RSA - PYMES

Empresa evaluada

METAFOR 2000, S.L.

CIF:B50825074

C/Glen Ellyn nº:13

50300 - Calatayud

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

METAFOR 2000, SL

02 - Dirección - CP - Población

C/ Glen Ellyn nº 13; 50300 Calatayud (Zaragoza)

03 - Sector. Actividad

Formación

04 - Año comienzo actividad.

2000

05 - Número de personas empleadas

2

06 - Persona contacto

Rafael Tomás

07 - E-mail contacto

rafaeltr@izquierdoformacion.com

08.- Página web

www.izquierdoformacion.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

METAFOR es una empresa aragonesa que gestiona e imparte formación dentro de la marca INTEGRA. Es por ello que la observación del contexto de la organización en INTEGRA, permite contemplar de manera global aspectos generales que de una manera u otra afectan a cada una de las compañías a las que representa:

- Economía. Dentro del Plan Estratégico, el principal propósito de METAFOR, en su área de actividad, la formación, es "Mejorar la cuenta de resultados para asegurar la sostenibilidad del proyecto", fundamentado en aspectos como las personas, con políticas de empleo activas.

Alineado con esta realidad encontramos unos magníficos resultados económicos que evidencian la generación de riqueza de la compañía .El estricto cumplimiento de la legalidad en todos sus ámbitos se pone de manifiesto en la metodología de identificación y la ausencia de sanciones y requerimientos por parte de la administración.

- Políticos: METAFOR tiene acceso a la administración a nivel regional ofreciendo soluciones formativas.

Además METAFOR está homologada a nivel nacional por el Servicio Público de Empleo Estatal, SEPE y a nivel autonómico por el Instituto Aragonés de Empleo, INAEM.

- Medioambientales. METAFOR tiene la certificación ISO 14001 desde 2010, dentro de la línea estratégica "Contribuir a la gestión sostenible de los recursos naturales", que nos permite establecer objetivos y metas a medio y largo plazo, y medir los impactos como demuestra el resultado de la última auditoría externa celebrada el 25/05/2017.

- Tecnológicos. METAFORC forma parte de INTEGRA que es una organización formada por empresas punteras en relación a las tecnologías y a su aplicación dentro de las empresas.

- Sociales. Integra IDENTITY es un programa de acciones y actividades vinculadas a los recursos humanos, establecido dentro de la perspectiva de personas del Plan estratégico, "Acrecentar el Compromiso de las personas y 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 METAFOR con proveedores y partners de la compañía, calendario y horarios con posibilidad de personalización, encuestas de clima, actividades familiares, deportivas, 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 demuestran el % de hombres y % de mujeres en la organización. La formación tiene un espacio fundamental y necesario en nuestra estrategia "Optimizar el desempeño" siendo uno de los principales objetivos la dotación de planes anuales de formación adecuados a las necesidades de las personas, sin perder de vista las necesidades del mercado.

Todo ello dentro gestión de calidad estando certificados ISO 9001 desde el año 2001.

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

Si

2.1. Información adicional

METAFOR da ejemplo de que las empresas y sus líderes deben de enfrentarse a la reflexión, valorar su contexto interno y externo y formular su estrategia. Tiene establecida la ?Misión?, "Visión" y ?Valores? integrada dentro del Sistema de Gestión certificado desde 2001.

Tal y como detallamos en el punto 1.1, METAFOR tiene desarrollados Planes Estratégicos. 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.

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

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

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

3.1. Información adicional

Respecto a los aspectos sociales, se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto específico y con planes de acción específicos. El programa Identity, mediante el cual se implica a los trabajadores en la participación en proyectos sociales cuenta con una dotación presupuestaria destinada al desarrollo de acciones solidarias.

En cuanto a los aspectos ambientales, la empresa dispone de un sistema de gestión certificado conforme a la norma ISO 14001 conforme al cual se establecen objetivos anuales para mejorar el desempeño ambiental de la organización, con acciones encaminadas a reducir el impacto de nuestras actividades sobre el medio ambiente.

Asimismo, nuestro programa de objetivos tiene en cuenta los ODS establecidos por las Naciones Unidas, de forma que los mismos puedan contribuir positivamente a la consecución de los ODS aplicables a nuestra organización.

En el marco del programa Identity se han integrado diversos proyectos y actividades de carácter social entre los que caben destacar los siguientes:

? Campaña de Donación de Sangre.

? Campaña de Solidaridad con La Palma

? Actividad ?Dale una segunda vida a tus libros?

? Campaña de recogida de móviles.

En relación a aspectos ambientales, se viene trabajando desde hace varios años en la mejora del desempeño ambiental de la empresa, siendo destacable las acciones emprendidas para la reducción del consumo eléctrico y el consumo de papel, principales aspectos ambientales de nuestra organización.

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 además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

Integra y por ende cada una de las compañías que alinea, disponen de un presupuesto destinado a las siguientes actividades:

- Formación
- ISO 14001
- Integra IDENTITY

El contenido de 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, METAFOR tiene identificados y conoce las expectativas y necesidades de sus grupos de interés. Además se encuentra inmersa en el proceso de adecuación de su sistema de gestión a las normas ISO 9001 y 14001 versión 2015, el proceso PR003 recoge la sistemática empleada.

Los canales de relación son los siguientes:

- Clientes. Encuestas de satisfacción DE cada acción, solicitando además nuevas necesidades formativas.
- Proveedores : relacionados con los productos comprados y servicios subcontratados
- Accionistas. Presentación de Cuentas y Resultados. Convenciones anuales.
- Administración. Cumplimiento legal, actividades de formación subvebcionada
- Trabajadores. Programa Integra IDENTITY, Encuestas de clima, convenciones anuales, redes sociales internas, web, blog,...

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

METAFOR dispone de mecanismos para conocer las expectativas y/o necesidades de nuestros grupos de interés, como por ejemplo algunos ejemplos de buenas prácticas tras la información obtenida en el análisis de expectativas:

- Clientes. Análisis de las necesidades de nuestros clientes transmitidos en encuestas de satisfacción.
- Proveedores seguimiento de la calidad del servicio prestado por los mismos a través de la evaluación de los mismos
- Accionistas. Se han establecido diferentes Comités: estratégicos, operativos, equipo Motor.
- Administración. Cumplimiento legal, superación de auditorías.
- Trabajadores. Realización de encuesta sobre expectativas a todos los trabajadores, como consecuencia surge Integra IDENTITY (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.

Gobierno de la organización

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

Existe un código de conducta a disposición de todas las personas de la organización

7.1. Información adicional

El 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 con un apartado específico de Código de Conducta Laboral y procedimientos generales.
- Manual de Políticas de Integra.
- Manual de Gestión dentro del Sistema de Gestión
- Guía del Formador

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

METAFOR tiene establecido un proceso sistematizado de RRHH PR/203 ¿Gestión de RRHH? que establece las pautas y recoge entre otras las siguientes actuaciones:

- 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 METAFOR, entre otras.
- Puesta en conocimiento y divulgación del Plan estratégico (estrategia, objetivos, MVV,...), mediante convenciones (2 anuales) y reuniones departamentales (mínimo 4 anuales).
- Portal del empleado utilizando la herramienta de tecnología para Sistemas de Gestión que permite visualizar la MVV, Organigrama, informaciones de interés tanto personal como grupal, estrategia,...

Plan de Responsabilidad Social

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

Este año se ha elaborado un primer plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Con el nacimiento de la marca INTEGRA , METAFOR como el resto de compañías

alineados con la marca, 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:

- Integra IDENTITY. Tal y como describimos en el punto 1.1, es el programa que recoge las actuaciones de METAFOR en los ámbitos social, personas y medio ambiente.

En la línea de personas, se han implementado diversas actividades deportivas para los trabajadores de la organización (carrera ESIC, torneo de padel...), así como otras acciones que repercuten en beneficios sociales, como las promociones y descuentos con entidades partners y proveedores (servicios, seguros, ocio...), talleres y cursos, etc. En el año 2019 y como novedad, se ha realizado un Family Day que reunió a trabajadores y familiares pertenecientes a las empresas de la marca INTEGRA.

En el ámbito social también colaboramos en campañas solidarias, como "Tapones solidarios", donación de sangre en el "Banco de Sangre" de Zaragoza y otras iniciativas de voluntariado que nos hacen visibles en la sociedad y comprometidos con el entorno que nos rodea, como la donación de alimentos, donación de higiene infantil, colaboración con la fundación "a todo trapo", carrera Atades, colaboración con "pobreza farmacéutica", etc.

Dentro del espectro medioambiental, la certificación en ISO 14001 nos garantiza el cumplimiento de la legislación y la implementación con actuaciones de sensibilización en la gestión de residuos, optimización energética y gases efecto invernadero. No obstante, dentro de Integra IDENTITY también se han realizado campañas para recogida de móviles usados, gafas... así como actividades en la naturaleza con los empleados y sus familias, para fomentar el contacto con el medio ambiente y su preservación. En el año 2018 los trabajadores de METAFOR participaron en la primera ruta por el pirineo, ascendiendo al pico Bisaurin, participaron trabajadores y familiares pertenecientes a las empresas de la marca INTEGRA.

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

Integra IDENTITY, está reconocido dentro del Plan Estratégico "Acrecentar el compromiso de las personas" y "Mejorar la comunicación" como tal tiene establecido unos objetivos a largo y corto plazo que son alimentados con nuestro cuadro de indicadores, que disponemos alineados con las diferentes perspectivas. Además se realiza la comunicación de los mismos a todos los trabajadores en convenciones anuales con el desarrollo del Plan Estratégico y grupos de desarrollo de negocio y motor.

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

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

En primer lugar, desde el año 2001 METAFOR dispone de un Sistema de Gestión de Calidad certificado con la norma de referencia ISO 9001, en 2010 se produce la integración del Sistema con la certificación de la norma ISO 14001 .

El proceso de PR102, pone de manifiesto como 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 y por otro, revisar periódicamente la bondad de nuestra metodología que se ha traducido en diferentes planes de mejora a través de grupos multidisciplinarios como es el caso del Grupo Motor (ver punto 12.1).

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

12.1. Información adicional

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:

- Se mide la satisfacción de los alumnos en todas las actividades formativas
- Se analizan la satisfacción PR/102 y PR/103
- Se pone solución a los posibles problemas FPR/102, PR/103 y PR/206

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 METAFOR está concebida con el propósito de aportar al cliente soluciones de formación innovadoras.

Desde los Departamentos de Sistemas de INTEGRA, se realizan talleres de creatividad (trimestral) fundamentados en la experiencia de cliente. Además trabajar por proyectos favorece la transmisión de conocimiento y soluciones de manera que ofrecemos ideas novedosas a clientes con la garantía de funcionamiento e implantación.

Gestión y Excelencia Empresarial.

- Plataforma de formación Virtuox

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.

Número medio de asistentes a formación

Calidad de los productos y servicios

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

servicio?

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

14.1. Información adicional

La empresa dispone de un sistema de gestión certificado conforme a la norma ISO 9001, mediante el cual, se han definido los procesos que componen la cadena de valor de la organización y se han establecido protocolos documentados en los que se definen las distintas actividades y tareas necesarias para prestar los servicios a los clientes.

Mediante los procesos documentados PR102 y PR103, se establecen los requisitos aplicables a la planificación, ejecución, seguimiento, control y cierre de la formación presencial y teleformación respectivamente.

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

METAFOR atiende las incidencias y reclamaciones de los clientes de la formación a través del profesor, personal de administración del centro y siguiendo lo establecido en;

- PR/102
- PR/103
- PR/206

Cumpliendo la certificación en la norma ISO 9001

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

Hay total transparencia en todos los servicios ofertados siguiendo lo descrito en el proceso PR01 Comercial

Los contratos son documentos que tienen un formato definido desde el PR01 Comercial, las diferentes partes del mismo, ponen de manifiesto la claridad y transparencia en precios, pago y la gestión de reclamaciones.

Muestra igualmente de nuestro deber de transparencia es la información de producto y/o servicio publicado en la web.

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

Desde el año 2001, disponemos de un Sistema de Gestión certificado con la norma ISO 9001 e integrado en 2010 con la norma ISO 14001.

Su proceso de RRHH, se pone de manifiesto como una de las metodologías de conocimiento y evaluación de las necesidades y expectativas de los trabajadores. También se realizan "Encuestas de Clima o ambiente de trabajo". La evaluación de los resultados y el feedback de estas encuestas nos permite 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 realizada dentro de Integra. La última encuesta de clima fue realizada en 2018.

Además, a través de Integra IDENTITY también se llevan a cabo acciones y actividades vinculadas a los recursos humanos y relacionadas con mejoras enfocadas a los empleados:

- Desarrollo de aplicativo Grow&Win: Aplicación informática que establece un nexo de unión, empresa, personas y entorno, de manera que mediante herramientas de autoevaluación, se obtiene reconocimiento entre las personas y de la organización hacia las personas, creando un entorno colaborativo, ambiente de trabajo positivo e incrementa el sentimiento de pertenencia.
- Descuentos en empresas: Descuento en productos y servicios de otras empresas que están relacionadas profesionalmente.
- Portal del empleado: Sistema donde las personas que trabajan en INTEGRA tienen acceso a todos los requisitos que establece la relación laboral desde el calendario, solicitudes de vacaciones u horas flexibles, control de accesos, documentación, etc.
- Establecimiento de calendario y horarios común en la marca INTEGRA, con posibilidad de personalización de acuerdo con las necesidades de cada trabajador en horarios de entrada y salida.
- Talleres y actividades dentro y fuera de Integra, también con las familias de los empleados.
- Red social interna Yammer como flujo de información para y entre trabajadores.
- Empresa saludable. Iniciativas de mejora de la salud, hábitos y comportamientos para los trabajadores. Actividades familiares como el Campus Integra para niños de empleados en verano, actividades deportivas en equipo, etc.
- Convenciones anuales, en Diciembre y en Junio, que ponen de manifiesto la comunicación, el encuentro y compartir con todos los compañeros/as de INTEGRA.
- La formación tiene un espacio fundamental, como empresa especializada en formación, METAFOR ofrece a sus trabajadores las acciones formativas que realiza, focalizando si cabe la formación gratuita en Inglés desde el año 2014.

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.

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.

Evidentemente y como no podría ser de otra manera, la legislación es rigurosa en este aspecto y nuestra organización garantiza la no discriminación por razón alguna como lo demuestra nuestro Código de Conducta.

Actualmente contamos con medidas en favor de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y a lo largo de 2021 se ha desarrollado e implantado el Plan de Igualdad de oportunidades en nuestra organización.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Integra IDENTITY establece las siguientes medidas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral:

- Calendario y horarios común en las empresas de la marca INTEGRRA, con posibilidad de personalización de acuerdo con las necesidades de cada trabajador en horarios de entrada y salida.
- Horario flexible al medio día, disponiendo de una o dos horas para la comida, de manera que afecta a la hora de salida del trabajo en función de la opción elegida.
- Horario de verano, desde el 21 de junio hasta el 10 de septiembre, coincidiendo con las vacaciones colegiales, el horario de verano en Integra se convierte en continuo de 8 a 15 horas.
- Flexibilidad en la selección de días del periodo vacacional.
- Campus Integra. Formación y entretenimiento gratuito para los hijos de empleados en periodos vacacionales, impartidos por los propios compañeros de Integra.
- Gestión eficiente de reuniones internas: No se convocan reuniones internas fuera del horario laboral de los asistentes a la reunión.
- Procesos de selección para miembros de la familia de trabajadores de Integra.

- Posibilidad de Trabajo en casa en circunstancias especiales del trabajador. Respecto a esta cuestión, y derivada de la pandemia por COVID-19, la organización ha decidido establecer el teletrabajo como modalidad prioritaria de trabajo, con objeto de reducir los riesgos para sus empleados así como para facilitar la conciliación laboral y familiar.
 - Integra Day: Día para compartir con la familia, una jornada de celebración, y disfrutar con todas las personas de la organización. Comida, juegos, campeonatos, concursos, deporte...
- Además dentro de la marca INTEGRA se está potenciando la aplicabilidad del modelo EFR (Empresa Familiarmente Responsable).

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 PR203 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 o grupo Skype profesional) en departamentos, para posteriormente comunicarlo al Responsable de RRHH.
- Solicitudes de los trabajadores a Integra IDENTITY (correo electrónico e intranet a modo de portal del empleado 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.

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?

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

21.1. Información adicional.

La empresa ofrece a sus trabajadores, de acuerdo con el perfil y habilidades, planes de carrera orientados a favorecer la promoción interna y promover tanto su integración como su desarrollo en la empresa, realizándose anualmente una evaluación de competencias de todos los trabajadores que sirve como base para orientar y promover su plan de carrera específico.

Los trabajadores de la empresa cuentan con acceso a la Universidad INTEGRA, una plataforma On-line a través de la cual pueden acceder a una gran variedad de acciones formativas de forma gratuita que supone, junto con la participación en programas de formación subvencionada y la tutorización por parte de sus responsables, una de las principales herramientas para el desarrollo de su carrera profesional.

Seguridad y Salud

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

Desde su creación, METAFOR dispone como modalidad preventiva, la contratación de un servicio de prevención ajeno, con el que se tienen contratadas las cuatro especialidades. Asimismo, la gestión y seguimiento de infraestructuras, equipos y recursos se realiza de acuerdo con el Sistema de Gestión establecido con las normas de referencia, considerando la normativa de seguridad y salud en el trabajo aplicable en todos los casos para asegurar un entorno de trabajo seguro y saludable.

Además de realizar las actuaciones preventivas requeridas por la normativa (tales como la difusión de información detallada en el acceso a la organización; evaluación de riesgos, muestra de las instalaciones, instrucciones manejo de equipos, formación en materia de PRL), se realizan actividades adicionales orientadas a promover la participación de los trabajadores, incluida la aportación de mejoras y propuestas de valoración de las condiciones del puesto de trabajo de mediante encuestas y otros canales de participación; además de promover actividades saludables a través del programa Identity; tales como la participación en carreras populares y otras actividades deportivas o talleres de inteligencia emocional y salud mental.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

23.1. Información adicional.

Dentro del proceso de compras, se ha definido una instrucción específica en la que se definen los criterios ambientales y de responsabilidad social que deben seguir las personas con responsabilidad sobre las compras a la hora de adquirir productos o servicios.

Entre los criterios de selección de bienes y servicios definidos en el proceso de compras se encuentran la selección prioritaria de productos con ecoetiquetado reconocido o con una menor peligrosidad. Asimismo, también se han definido criterios de eficiencia energética, menor uso de embalajes y priorización de materiales reutilizables, reciclados, reciclables y procedentes de fuentes sostenibles.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

24.1. Información adicional.

La empresa dispone de un proceso de evaluación de los proveedores establecido en el Sistema de Gestión basado en las normas ISO 9001 e ISO 14001, en donde se valoran aspectos sociales y ambientales relativos a nuestros proveedores.

Entre los aspectos que son tenidos en cuenta a la hora de seleccionar y priorizar nuestros proveedores se encuentran, los siguientes:

- ? Disposición de certificados ambientales (tales como ISO 14001 o EMAS)
- ? Cercanía del proveedor
- ? Proveedores que sean PYME.
- ? Responsabilidad Social (Disposición de sellos RSA, Compromiso con el Pacto Mundial, Memoria GRI publicada?)

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.

Por nuestra actividad, tanto en Integra en general como en METAFOR en particular, se realizan acciones sociales de diferente orden:

- Contratación de personas de la comunidad donde operamos dando salida a jóvenes con una formación adecuada y con necesidades laborales.
- Prácticas laborales para los participantes en acciones formativas de METAFOR.
- METAFOR es Centro de formación para desempleados.

Además, dentro de Integra IDENTITY se realizan acciones de ámbito social donde participan todas las empresas del grupo, como:

- Colaboraciones Deportivas: Los beneficios que la práctica deportiva aporta a la salud física y emocional son más que evidentes, por esto la organización colabora en el desarrollo de sus trabajadores en este sentido, fomentando acciones deportivas, así como patrocinando algunas de ellas (como la carrea de empresas ESIC, Tordeno Padel Solidario, etc).
- Integrando Empresas: Con el objetivo de adquirir cultura empresarial sobre el tejido aragonés, de una manera lúdica y amena, la organización propone diferentes salidas a empresas, realizando una visita guiada para conocer los procesos y productos que comercializan.
- Recogida de tapones: Con la Fundación SEUR, participamos en el proyecto ?Tapones para una nueva vida? que ayuda a niños con problemas de salud.
- Donación de sangre: Esta iniciativa nace con la firme convicción de comprometerse con la causa, por lo que se sistematiza con periodicidad semestral, bien mediante la unidad móvil o bien en el banco de sangre.

- Donaciones en diferentes aspectos: Iniciativas de voluntariado que nos hacen visibles en la sociedad y comprometidos con el entorno que nos rodea, como por ejemplo: donación de alimentos, donación de higiene infantil, colaboración con la fundación ¿a todo trapo?, carrera Atades, colaboración con ¿pobreza farmacéutica?, etc.

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.

- Empresas y personas que desean adquirir nuevos conocimientos acerca de áreas y novedades que demanda el mercado.
- Contratación de personas de la comunidad donde operamos dando salida a jóvenes con una formación adecuada y con necesidades laborales.

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

Redes sociales internas como Yammer, el Skype profesional, facilitan la comunicación interna de todas las iniciativas de la compañía. Las potentes páginas web de METAFOR e INTEGRA fortalecen la presencia en la sociedad con contenidos corporativos, blog de información multidisciplinar, comunicación de eventos,...

Apertura de las líneas de orden social a clientes y otros grupos de interés. Asistencia a Campus, visitas a empresas,...

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

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

28.1. Información adicional

www.integraidentity.es
 Página web
 Webinars
 Eventos
 Newsletter

News

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.

ISO 14001 certificada desde 2010

Se ha establecido un proceso PR/201 en el que se explica la norma de Identificación y evaluación de aspectos y además está implantado en METAFOR.

Planes de emergencia

Manual de buenas prácticas

Difusión de política y MVV

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.

Dentro de nuestro sistema de gestión certificado en ISO 14001, desarrollamos planes de acción relacionados con objetivos de forma anual.

También disponemos del proceso PR/201 "Gestión ambiental" implantado en la organización, donde identificamos, medimos y evaluamos nuestro impacto ambiental mediante la evaluación de aspectos ambientales que realizamos de forma anual.

Cabe destacar que, dentro del programa Integra Identity, también llevamos a cabo actividades relacionadas con el medio ambiente como excursiones y quedadas en la naturaleza, con los empleados y sus familias, para fomentar el contacto con el medio ambiente y la preservación del mismo.

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

De acuerdo con los principios de la norma ISO 14001 de Gestión Ambiental y nuestra Política de Gestión, se prioriza la adquisición de productos reutilizados, reciclados y reciclables, de tal manera que se minimice el impacto ambiental de los mismos.

La empresa cuenta con protocolos específicos para la gestión de los residuos, de tal forma que todos los residuos susceptibles de ser reciclados y/o valorizados de algún modo, son gestionados a través de gestores debidamente autorizados. Asimismo, se prioriza siempre la reutilización de materiales y equipos a fin de alargar al máximo su vida útil y reducir el impacto ambiental derivado de los mismos.

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 a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

Plan de comunicación según Sistema de Gestión integrado ISO 9001 e ISO 14001

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

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?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La gestión del cliente

Dar al cliente lo que necesita y con la mayor satisfacción

INTEGRA IDENTITY

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Mejorar los indicadores ambientales

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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.