

RSA - PYMES

Empresa evaluada

THERMOWASTE, S.L.

CIF:B67078444

Polígono Industrial 5, Parcela 142

44547 - Ariño

Teruel

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

THERMOWASTE S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Polígono 5, parcela 28 - Los Coroneles - 44547 Ariño (Teruel)

03 - Sector. Actividad

3821 ? Tratamiento y eliminación de residuos no peligrosos

04 - Año comienzo actividad.

2018

05 - Número de personas empleadas

15

06 - Persona contacto

Anna Torrents

Responsable Marketing y Comunicación

atorrents@thermowaste.com

93 632 40 12

07 - E-mail contacto

atorrents@thermowaste.com

08.- Página web

www.thermowaste.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)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Nuestra compañía esta dedicada a la fabricación y comercialización de equipos para la gestión de residuos sólidos urbanos, sin necesidad de segregación en origen.

Nuestro principal objetivo es acabar con los vertederos en el mundo reemplazándolos por plantas de tratamiento neutras en carbono que fomenten la economía circular, a la vez de ofrecer trabajo en condiciones dignas de salubridad, por lo que los aspectos sociales, económicos y medioambientales no solo se analizan en profundidad, sino que son el motor de nuestro modelo de negocio.

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

Si

2.1. Información adicional

Consideramos que existen en el mercado muchas pymes que buscan dar solución a temas medioambientales, económicos y sociales, como es el caso de nuestra compañía y que tienen el potencial para poder ser el cambio que necesita nuestro planeta.

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

Al planificar la actividad de la organización se incluyen aspectos sociales y medioambientales debido a que el objetivo de nuestra compañía es acabar con los vertederos en todo el mundo reemplazándolos por plantas de tratamiento de residuos que estén dotadas de tecnología Thermowaste, proporcionando así condiciones de trabajo dignas y salubres para su personal, a la vez de plantas de tratamiento neutras en carbono (a diferencia de los vertederos que son la tercera fuente antropogénica de gases de efecto invernadero).

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

Si bien nuestra compañía aún no presenta beneficios ya que se encuentra en fase piloto de la tecnología, se prevé a futuro destinar un presupuesto a proyectos sociales y medioambientales fuera del propio proyecto medioambiental de la compañía, con el fin de potenciar todas aquellas actividades de otras organizaciones que comparten nuestro mismo objetivo de cuidar el planeta y potenciar una sociedad sana.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

5.1. Información adicional

Nuestra compañía tiene identificados los grupos de interés con los que se relaciona pero aún no se llevan a cabo acciones concretas para analizar sus necesidades de manera formal, sino que se hace de manera informal a través del diálogo con estos. Además, debido a que nuestra compañía se encuentra en fase piloto, existen grupos de interés con los que aún no hemos desarrollado contacto (por ejemplo fundaciones, organizaciones sin ánimo de lucro...) y se prevé realizarlo conforme avancen las fases del proyecto,

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

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

6.1. Información adicional

Las necesidades de los grupos de interés se conocen de manera informal a través del diálogo con los mismos.

Gobierno de la organización

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

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

7.1. Información adicional

En el manual de bienvenida que se le otorga a cada empleado al incorporarse en la compañía se detallan las normas y procedimientos internos, así como también el código de conducta

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

La cultura organizacional se recoge en el manual de bienvenida

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

El proyecto global de la compañía ya se encuentra inmerso en un plan de responsabilidad social (reemplazar los vertederos de todo el mundo por plantas de tratamiento neutras en carbono, que fomenten la economía circular y otorgue puestos de trabajo en condiciones dignas y de salubridad), no obstante entendemos que para lograr grandes cambios en el mundo, es necesaria la colaboración con entidades que tengan objetivos similares a los de nuestra compañía, y es por esto que se está trabajando en un plan de acción que prevé colaborar con entidades como la de Ellen McArthur, NOAH, Let's Clean Up Europe, entre otras con el fin de alcanzar nuestros objetivos y consecuencia convertirnos en un agente de cambio para la sociedad.

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

Nuestro plan de responsabilidad social presenta acciones concretas que se irán desarrollando conforme avancen las fases de nuestro proyecto

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

11.1. Información adicional

Aunque aún nuestro producto no ha salido al mercado ya que se encuentra en fase piloto, mantenemos una relación muy estrecha con nuestros potenciales clientes, esto nos permite conocer su grado de satisfacción respecto de nuestra atención, así como también sus necesidades.

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

Las mejoras en el servicio al cliente se identifican a través de un trato cercano con estos, escuchando sus necesidades y recomendaciones, para posteriormente analizarlas en las reuniones semanales que se realizan de seguimiento del proyecto e incorporarlas a la organización con el fin de brindar el mejor servicio posible a nuestros futuros clientes.

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

Nuestra compañía está orientada al I+D+i, por lo que constantemente buscamos evolucionar con nuestros productos y servicios a fin de brindarle la mejor tecnología a nuestros potenciales clientes.

Nuestro modelo de negocio ofrece plantas de tratamiento de residuos llave en mano con renting de equipos, esto permite a nuestro clientes acceder a una tecnología innovadora sin grandes inversiones iniciales, considerar costes fijos de maquinarias gracias a las cuotas de renting estipuladas por contrato y acceder a nuevas versiones de equipos una vez finalizado su contrato. La evolución de nuestra tecnología, y por consiguiente de las plantas de tratamiento de residuos de nuestros clientes, es un aspecto de relevante importancia en nuestra organización.

Calidad de los productos y servicios

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

14.1. Información adicional

Nuestro servicio ofrece al cliente mediciones sobre las toneladas de residuos recuperadas y reaprovechadas como materias primas, a la vez de un informe sobre las cantidades de CO2 que no se emiten a la atmósfera gracias al uso de la tecnología Thermowaste.

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

Nuestra compañía ofrece un servicio post venta que contempla el mantenimiento y reparación en caso de averías, además de que ofrece la posibilidad de acceder a nuevos modelos de equipos con un coste inferior una vez finalizado el contrato de renting

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

Antes de ofertar nuestra solución a un cliente se realiza un estudio de viabilidad para analizar cada caso y ofrecer un contrato ajustado a las necesidades de cada proyecto

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

Semanalmente se realiza una reunión de seguimiento del proyecto donde se comenta la satisfacción del personal y cómo se puede mejorar el ambiente laboral

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.

Existe un protocolo de acoso laboral implantado en la organización con el objetivo de afrontar la discriminación laboral, a su vez, se realizan comunicados preventivos de forma periódica a los trabajadores.

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.

Existe horario flexible de entrada y salida.

Formación y desarrollo profesional

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

empleadas?

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

20.1. Información adicional.

Los empleados solicitan las formaciones requeridas, se evalúan con la dirección y se buscan las mejores metodologías para llevarlos a cabo

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.

Las acciones formativas se llevan a cabo a través de instituciones externas evaluando siempre las necesidades de formación que tenga cada empleado en relación al puesto de trabajo que desempeñe

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.

La organización cuenta con un programa de prevención de riesgos laborales, que se ha desarrollado en conjunto con el servicio de prevención ajeno contratado, con el objetivo de hacer seguimiento a los accidentes laborales y enfermedades profesionales a fin de tenerlos controlados, analizarlos y reducir su siniestralidad.

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.

Se tienen desarrolladas condiciones generales de compra para los proveedores las cuales incluyen condiciones medio ambientales y sociales a cumplir

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.

A la hora de comprar productos se intenta hacerlo con proveedores locales que aporten no solo un producto de calidad a nuestra compañía a un precio competitivo, sino que vayan un paso más allá estableciendo acuerdos de colaboración con el fin de obtener un beneficio mutuo.

También se analiza su experiencia en el mercado, responsabilidad social corporativa, ética comercial y acciones medioambientales.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización sin planificación específica

25.1. Información adicional.

Nuestra compañía colaboró en la jornada de concientización ambiental "Primavera Cultural" en Ariño donde se realizó una charla dedicada a la economía circular con el fin de concientizar a toda la sociedad sobre la importancia de la recuperación de residuos y su incorporación en el mercado como materias primas.

Además, se ha realizado una charla en el Campus de Teruel - Universidad de Zaragoza en conjunto con el centro de Logística ZLC (Zaragoza Logistic Center) para abordar la temática de la Economía Circular.

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 desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

Los proyectos sociales que se prevén realizar están unidos a la estrategia de la organización ya que se busca colaborar en acciones que fomenten la economía circular, cambien el concepto actual que tiene la sociedad sobre los residuos y potencie las buenas prácticas medioambientales.

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 comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

27.1. Información adicional

En cada proyecto social que llevamos a cabo invitamos a los empleados de la organización a formar parte de estos de manera activa.

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

Los proyectos sociales que llevamos a cabo en Ariño son comunicados al Alcalde local a fin de que el ayuntamiento divulgue a toda su comunidad dichas actividades y se logre la mayor participación por parte de los grupos de interés implicados.

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 llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

29.1. Información adicional.

Nuestra organización evalúa su impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para mejorar los aspectos negativos, como por ejemplo un menor consumo de electricidad y agua, reciclaje de residuos, disminución en el uso del papel de oficina, análisis para instalar fuentes de energías renovables, entre otros.

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 y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

30.1. Información adicional.

La organización tiene el compromiso público de acabar con los vertederos de residuos en todo el mundo para reemplazarlos por plantas de tratamientos neutras en emisiones y que fomenten la economía circular. A su vez, se proyecta instalar en su planta de tratamiento de residuos una caldera de biomasa para abastecer a la propia maquinaria y paneles

solares que suministrarán energía a toda la nave.

Economía circular

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

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

31.1. Información adicional

El producto ofrecido por la compañía y todo el modelo de negocio busca potenciar la economía circular reincorporando al mercado materias primas recuperadas

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

Las comunicaciones a los empleados se realizan a través de canales internos de la empresa (correo electrónico y en forma verbal en las reuniones de seguimiento semanales), mientras que las comunicaciones orientadas a los grupos de interés se llevan a cabo a través de la web de la compañía y LinkedIn.

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

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El punto fuerte de nuestra compañía es que presenta un claro objetivo que involucra tres aspectos de relevante importancia para la sociedad actual:

1. Potenciar la economía circular
2. Contribuir a la lucha contra el cambio climático
3. Otorgar condiciones de trabajo dignas y salubres

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Considero que las áreas de mejora que presenta nuestra compañía están relacionadas con:

- la participación con los grupos de interés: por la fase en la cual se encuentra nuestro proyecto aún no se han explotado todos los grupos de interés que se han planificado al inicio de la actividad.
- la colaboración con proyectos sociales: a medida que nuestro proyecto avance podremos desarrollar proyectos sociales de gran impacto o participar en aquellos que ya tienen óptimos resultados y aún no estamos involucrados.
- la satisfacción del cliente: cuando nuestro producto se lance oficialmente al mercado se formalizarán todas aquellas actuaciones con clientes que a día de hoy se realizan de manera informal o con un procedimiento no establecido de manera oficial por la compañía.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si

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

- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- 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.