

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**GRUPO METALGRÁFICO, S.A.**

CIF:A28104099

Ctra. Logroño Km. 16 - Polígono Industrial

Sobradriel s/n

50629 - Sobradriel

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

GRUPO METALGRAFICO, S. A.

#### 02 - Dirección - CP - Población

CTRA. LOGROÑO KM. 16 - POL. IND. SOBRADIEL S/Nº - 50629 - SOBRADIEL  
(ZARAGOZA)

#### 03 - Sector. Actividad

CNAE: 2592 - INDUSTRIA METALGRÁFICA -FABRICACIÓN DE ENVASES Y  
EMBALAJES METÁLICOS LIGEROS

#### 04 - Año comienzo actividad.

30/01/1972

#### 05 - Número de personas empleadas

177

#### 06 - Persona contacto

DANIEL BIURRUN CABEZA

#### 07 - E-mail contacto

[dbiurrun@massilly.com](mailto:dbiurrun@massilly.com)

#### 08.- Página web

[www.massilly.com](http://www.massilly.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**

Todos estos aspectos son muy importantes para nuestra empresa. Como empresa que fabrica bienes de gran consumo, consideramos que nuestra actividad es muy importante para la sociedad (tal como lo hemos visto estos últimos años por la crisis del COVID) y nuestros valores están centrados en el bienestar de nuestro personal empleado y de la sociedad en general.

Nuestros valores esenciales y fundamentales están determinados por las Personas: nuestros colaboradores, nuestros clientes y sus consumidores, jóvenes y mayores. Queremos ser:

- **Humanos:** Nos ocupamos de garantizar que cada persona empleada tenga un entorno de trabajo seguro, agradable y valioso. No comprometemos la seguridad. Cada año, realizamos inversiones significativas para mejorar el entorno de trabajo y garantizar la seguridad de nuestros empleados.
- **Todos somos responsables de la seguridad y calidad de nuestros envases:** Nuestras soluciones de envasado protegen los productos que el consumidor pone en sus platos y en los de sus hijos/as. Es por eso que no permitimos ningún defecto y la razón por la que cada uno de nosotros es responsable de la impecable calidad y seguridad alimentaria de nuestros envases. Es la garantía de nuestro futuro.
- **Comprometidos y atentos:** En un mundo en constante cambio y gracias a nuestra condición de empresa familiar e independiente, nos diferenciamos a través de nuestra capacidad de reacción, proximidad y flexibilidad con el fin de adaptarnos mejor a las necesidades de nuestros clientes y de los consumidores y, así, construir una colaboración sostenible.
- **Proporcionar valor interna y externamente:** Un requisito previo indispensable para progresar, ser competitivo y seguir siendo representante principal e independiente en el mercado. Trabajamos con un enfoque de mejora continua e invertimos tanto en desarrollar las habilidades de nuestro personal como en la optimización de nuestras herramientas de producción y de los productos que fabricamos.
- **Ecológicos:** Nuestras soluciones de envases metálicos ayudan a reducir la pérdida de alimentos y son 100% reciclables. Para producirlos, hacemos todo lo posible para optimizar el uso de los recursos naturales, reducir los desechos y nuestras emisiones. Participamos activamente en un enfoque de economía circular.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Los recursos de las PYMES son más limitados que los de una gran empresa pero Grupo

Metalgráfico, S.A. (Grumetal), bajo la influencia de su pertenencia al Grupo Massilly, tiene unas políticas estrictas y bien desarrolladas para mejorar y proyectar una empresa moderna que cumpla no solo con la normativa sino con su deber para con la sociedad que le rodea, el medio ambiente, las buenas relaciones entre proveedores y clientes, etc.

Se realizan inversiones en tiempo, en personas y en tecnología para hacer que Grumetal, y el Grupo Massilly, tenga unos altos estándares en estos aspectos. Estamos comprometidos con nuestra labor social, ética, medioambiental y economía sostenible.

## **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**

Grumetal desarrolla varias acciones para el desarrollo de sus personas trabajadoras y de las familias, el impacto económico que pueden suponer los estudios en los núcleos familiares así como el impacto que nuestra actividad puede repercutir en el medio ambiente. En tal sentido se articula en el Convenio Colectivo una "Ayuda para Estudios", no sólo de los hijos hasta los 16 años como marca el Convenio Estatal, si no de cualquier hijo a cargo, tenga la edad que tenga, y de la formación de los propios trabajadores y trabajadoras que se matriculen en un centro de estudios oficial. También aprobamos los permisos individuales a la formación solicitados para que las personas que forman Grumetal no encuentren obstáculos en la realización de prácticas obligatorias y puedan conciliar su trabajo con la formación.

Apoyamos la formación, sabemos el esfuerzo que puede presentar en tiempo y económicamente, y nos esforzamos en ayudar para mejorar los niveles de estudios reduciendo en lo posible el aporte económico de las familias.

Medioambientalmente hemos desplegado una serie de medidas como son: reducción de espesores en nuestra materia prima (acero y hojalata), instalación de placas solares y la instalación de maquinaria eficiente energéticamente... Nuestros compromisos Medioambientales quedan reflejados en nuestra política de empresa orientada a la consecución de la ISO 14001:2015 en la que se está trabajando actualmente.

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

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

#### **4.1. Información adicional**

Grumetal busca favorecer el tejido social y cultura de su entorno colaborando económicamente con fundaciones, asociaciones culturales, equipos deportivos, proyectos de creación de cortometrajes...

Tanto la empresa como las personas que la forman colaboran estrechamente en proyectos como la donación de sangre que se realiza en las instalaciones.

## **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**

Nuestra empresa está certificada con la última norma UNE-EN-ISO 9001:2015 donde están identificados todos los Grupos de Interés o Stakeholders.

En ella, quedan reflejadas las medidas, necesidades y expectativas de las partes interesadas, de la organización y los medios para poder hacer su seguimiento, además de los indicadores con su impacto y su importancia estratégica.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

### **6.1. Información adicional**

En nuestro informe de ISO 9001:2015, además de aparecer los Grupos de Interés, aparecen los medios y mecanismos de extracción de las necesidades de éstos para poder obtener la información precisa que nos permita la mejora de todos los procesos.

Esta información, se obtiene con diferentes fórmulas según el grupo de interés del que se trate, por ejemplo: el seguimiento y evaluación de proveedores homologados, entrevistas Ad hoc con clientes y proveedores, estudio de comentarios de clientes y proveedores a los departamentos de compras y ventas, marcar objetivos por parte de dirección, recoger información, por diferentes vías de comunicación, de nuestro personal empleado, estudio de nuevas tendencias de embalaje, necesidades de envases de nuevos productos alimentarios, tendencias del sector a través de asociaciones de las que somos miembros, como AEDA, FEA, AME, MPE, etc., revisiones legislativas periódicas, auditorías, etc.

## **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**

En nuestra organización existe un Código Ético y de Conducta que ha sido transmitido a todas las personas trabajadoras. Se han realizado evaluaciones para asegurar la asimilación de contenidos y reflejar la importancia que tiene para la empresa. En el documento se expone cuál es la misión y los valores de la empresa, cuál es la ambición perseguida de dirección, la sensibilización e importancia del Código Ético y de Conducta. También se abordan cuestiones de relevancia como la seguridad laboral, la calidad, el medioambiente, la lealtad comercial, el respeto a las personas y la sinceridad en los datos

financieros.

Así mismo, existe un canal anticorrupción de carácter público para disuadir y/o atajar los problemas derivados que puedan surgir.

Contamos también con una "Guía Anticorrupción" que ha sido informada a todos los mandos de la empresa o personas que podrían hacer un uso ilegal o fraudulento de su posición en Grumetal.

**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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

**8.1. Información adicional**

Esta información está recogida en el Código ético y de conducta que ha sido transmitido y evaluada su asimilación a todas las personas de Grumetal. Para su refresco y como recordatorio se utilizan mensajes en los tabloneros de anuncios, en pantallas distribuidas en fábrica y se añaden puntualmente a las reuniones semanales que se realizan en las secciones (briefs semanales de comunicación).

Existe cartelería en distintos puntos de las naves y oficinas donde se informa de cuáles son estos objetivos generales de la empresa y de su implicación con el desarrollo sostenible utilizando sobre todo el símbolo de "metal recycles forever".

**Plan de Responsabilidad Social**

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

**9.1. Información adicional**

Se publica, se comparte e informa a toda la organización el Informe RSC anual. En el Informe RSC, entre otros puntos, destacan las 14 acciones prioritarias del Plan Estratégico 2024, con objetivos cuantitativos o cualitativos.

Varios proyectos sociales y/o de reducción de nuestro impacto en el medio ambiente se están desarrollando a nivel de cada planta.

En nuestra organización se llevan a cabo varias acciones en el ámbito de la RSC como son estas donaciones: ayudas a Fundación "Los Pueyos" para la integración de las personas con discapacidad intelectual, a la asociación de vecinos de Casetas (Zaragoza), a la asociación de la tercera edad de Sobradiel, a las festividades patronales de Sobradiel, y en el ámbito deportivo al equipo de balonmano de Casetas, el equipo de fútbol de Casetas al club de tenis Zaragoza, colaboración con ASPANOA en su partido benéfico y colaboración cultural en la grabación de un cortometraje.

También hemos lanzado proyectos para la mejora energética de la planta: placas fotovoltaicas, hornos más eficientes energéticamente, reducción de espesores en materia prima...

Tenemos desplegadas una serie de acciones dentro de nuestro Plan de Igualdad que se trabajan entre los representantes de la empresa y dirección.

Consideramos también que la colaboración y compromiso de toda la plantilla son indispensables para el éxito de estos proyectos, que sin duda redundarán en la mejora de nuestra sociedad, nuestro medioambiente y nuestra actividad productiva.

#### **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 específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

##### **10.1. Información adicional**

Nuestra estrategia RSC cuenta con 14 acciones definidas con alcances cuantitativos y cualitativos:

1. Energías y gases de efecto invernadero
2. Minimizar la utilización de materias
3. Emisión COV
4. Limitar la utilización del agua
5. Minimización de los residuos
6. Seguimiento ambiental de las instalaciones
7. Certificaciones de calidad y seguridad alimentaria
8. Seguridad en el trabajo
9. Integración de los jóvenes
10. Contratar más allá del perfil "tipo"
11. Planes de formación individuales
12. Concienciación sobre los valores de la empresa
13. Compras responsables
14. Compromisos locales

## **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 envían encuestas de satisfacción a nuestros clientes con carácter periódico para conocer su valoración hacia nuestros productos y servicios. Las cuestiones consultadas se refieren a: plazos de entrega, seguimiento de pedidos, reactividad de Grumetal ante sus necesidades, calidad del producto, calidad de embalaje, documentación técnica, valoración del equipo comercial, del departamento de calidad, de los transportistas, valoración general del servicio y comentarios a añadir.

Las respuestas son analizadas globalmente con otras filiales del grupo Massilly y muestran ratios de satisfacción den entre buenos y excelentes.

El cliente es uno de nuestros principales valores, hacia los que mostramos el máximo respeto y dedicación. Es por ello que todas las personas trabajadoras de Grumetal tienen

en su función una clara orientación de servicio y calidad. Todo ello supone un diferencial en la marca Massilly.

## **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**

Para poder seguir mejorando nuestro servicio a los clientes, utilizamos los feedback, tanto positivos como negativos. Colaboramos con todos los clientes, tratándolos como entes únicos para nosotros y manteniendo una personalización para cada uno; un compromiso que marca una gran diferencia con otras compañías del sector.

Se identifican mejoras a través de incidencias de calidad, "no conformidades", auditorías de fabricación por parte de los clientes, etc. Las reclamaciones que se pueden suceder son analizadas por una comisión de seguimiento que engloba las áreas de calidad, mantenimiento, fabricación, logística y mejora continua.

En ocasiones las soluciones o cambios que se han realizado con algunos clientes se proponen a otros, de similares características, y funcionan muy bien.

Otra herramienta que se utiliza habitualmente es el intercambio de información entre las diferentes plantas de la Organización (benchmarking).

## **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**

Disponemos de una hoja de ruta en mejora de procesos, métodos, formación, seguridad y medio ambiente denominada PIP (siglas en inglés para "Plan de mejora de rendimiento"). En ella se establecen los objetivos para cada año y se revisan periódicamente con los actores que deben promover su consecución y evaluar su estado. Algunos de los proyectos que ha desplegado últimamente Grumetal son reducir los espesores de la materia prima, la mejora de la distribución de la fábrica para generar eficiencias en movimientos y tiempos, establecimiento de reuniones diarias para el análisis pormenorizado de la productividad de las máquinas y la merma en la producción, así como la creación de reuniones semanales con todos los equipos para la transmisión de información y concienciación en cuestiones clave.

La compra de nueva maquinaria y su instalación en la fábrica supone una inversión importante que genera beneficios para las personas (ergonomía, menos esfuerzos...) y para la productividad de la compañía así como eficiencias energéticas.

## **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**

En Grumetal, para la producción de nuestros aerosoles y tapas, utilizamos el sistema de gestión mediante la ISO 9001. Para los productos alimentarios contamos también con la norma internacional FSSC 22000.

Así mismo contamos con un procedimiento de análisis y valoración de las reclamaciones de clientes y no conformidades para conocer en detalle la causa raíz de los problemas que se puedan suceder.

Nuestro personal recibe formación periódica de reciclaje y aprendizaje de los sistemas de calidad y seguridad alimentaria implantados en Grumetal y en el Grupo Massilly.

#### **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**

Nuestro Departamento de Calidad analiza de manera detallada y transparente las "no conformidades" que los clientes nos hacen llegar. Las reclamaciones que se pueden suceder son analizadas por una comisión de seguimiento que engloba las áreas de calidad, mantenimiento, fabricación, logística y mejora continua. Esta forma de trabajar nos permite mejorar constantemente nuestro sistema productivo.

### **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**

Ofrecemos a nuestros clientes un asesoramiento comercial personalizado según sus necesidades.

Explicamos las características de nuestros productos lo más detalladamente posible y solicitamos a su vez una información precisa por su parte, para poder fabricar el producto más adecuado. De esta manera aseguramos que la información con la que contamos en Grumetal, así como el cliente, es clara, transparente y eficaz para conseguir un proceso de producción y servicio óptimo.

En este proceso, se explican y aclaran todas las dudas a los clientes sobre precios, entregas y pagos.

En el caso que existan reclamaciones, se tratan lo más rápido y eficientemente posible, contestándoles en un plazo de 2-3 días máximo, una vez recibida toda la información necesaria.

### **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**

En nuestra organización existen varias herramientas que se utilizan principalmente para obtener la información necesaria y poder desarrollar el bienestar y la satisfacción de toda nuestra plantilla.

Los canales principales de recogida de datos son:

- Evaluación del desempeño. Es una entrevista anual en la que las personas trabajadoras tienen una conversación personal con su responsable. Se trata de un momento en el que el supervisor reforzará las habilidades y conocimientos de sus colaboradores y hará aflorar aquellos aspectos en los que hay que mejorar, siempre buscando un resultado constructivo y de mejora para el evaluado. Así mismo, la persona evaluada tiene la posibilidad de exponer sus intereses de desarrollo en la empresa, así como cualquier tipo de sugerencia. También se tratarán alternativas de formación que puedan suponer una mejora en la carrera profesional de la persona evaluada.
- Encuesta de clima laboral, extendida a todo el personal de la organización. Estas encuestas son parte de un estudio exhaustivo cuyo informe final se comparte con el Comité de Empresa otorgando así transparencia total de la información obtenida. A su vez, se informa públicamente a todo el personal, reuniéndolo y explicando los resultados y las acciones a tomar a raíz de los resultados obtenidos.
- Buzón de sugerencias público. Buscamos mejorar día a día y sabemos que las personas trabajadoras son las que mejor conocen sus puestos de trabajo por lo que abrimos un canal directo con nuestro departamento de mejora continua y así analizar posibles desarrollos en producción, calidad, prevención de riesgos y medioambiente.
- Correo electrónico de Recursos Humanos para consultas, dudas o transmisión de cualquier tipo de información.

## **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)?**

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

#### **18.1. Información adicional.**

En el año 2020, se implantó el primer Plan de Igualdad de Oportunidades, Del compromiso de la dirección de la empresa nace el Plan de Igualdad de Grupo Metalgráfico, S.A. Declara su compromiso en el establecimiento y desarrollo de políticas que integran la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, sin discriminar

directa o indirectamente por razón de sexo, así como en el impulso y fomento de medidas para conseguir la igualdad real y efectiva en el seno de nuestra organización, estableciendo la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como un principio estratégico de nuestra Política Corporativa, de Recursos Humanos y Responsabilidad Social.

En todos y cada uno de los ámbitos en que se desarrolla la actividad de esta compañía, desde la selección a la promoción, pasando por la política salarial, la formación, las condiciones de trabajo y empleo, la salud laboral, la ordenación del tiempo de trabajo y la conciliación, asumimos el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, atendiendo de forma especial a la discriminación indirecta.

Respecto a la comunicación, tanto interna como externa, se informa de todas las decisiones que se adoptan a este respecto y se proyecta una imagen de la empresa acorde con este principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

La Comisión Paritaria, de la que forma parte dirección, responsables en la empresa y representantes de los trabajadores, vela por el cumplimiento de la guía marcada en el Plan de Igualdad y el alcance de los objetivos propuestos. Para ello, se realizan reuniones periódicas para llevar un seguimiento y control, así como la evaluación de resultados.

La Comisión mantiene informado, por diferentes vías de comunicación, a todo el personal de la organización con total transparencia.

Dentro de este Plan, también se ha implantado un procedimiento específico en materia de prevención del acoso que se puso en conocimiento de todo el personal a través de un manual informativo y de este modo, han podido conocer las herramientas necesarias para poder actuar en caso de acoso.

Además de toda esta información, se han realizado formaciones en materia de Igualdad de Oportunidades a toda la plantilla.

## **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.**

Grumetal, como empresa de tipo familiar, trabaja de acuerdo a sus valores, mejorando el bienestar general de todo el personal; para ello, dentro de nuestro convenio colectivo, propio de empresa, acordamos con los representantes de los trabajadores medidas sociales que mejoran las condiciones del convenio nacional.. Así mismo, fomentamos la comunicación vertical, de modo que haya un ambiente de equipo cercano que escucha las necesidades de cada persona empleada y se intenta adaptar a sus circunstancias personales.

Además de todas estas mejoras, estudiamos la solicitud de cada persona empleada individualmente y analizamos su adaptación de jornada a los procesos productivos. Algunos ejemplos de medidas aplicadas son: reducción de jornada por días en lugar de por horas, cambios de turno para facilitar el cuidado de hijos menores, flexibilidad horaria de

inicio y fin de la jornada, adaptación de horarios para realizar estudios oficiales, jornada intensiva los viernes para el personal de oficinas, ajuste del calendario laboral al escolar... Con estas medidas pretendemos promover los valores de visión de futuro, vocación de permanencia, responsabilidad y compromiso.

## **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.**

Una de la fuentes de las necesidades formativas es la evaluación del desempeño anual. De aquí surgen muchas necesidades formativas así como sugerencias por parte de las personas trabajadoras. En esta entrevista personal se plantean, tanto entrevistado/a como entrevistador/a, diferentes propuestas formativas que se estudiarán por parte de los manager y RRHH.

Existe un Plan de Formación anual que recoge estas propuestas así como aquellos aspectos que refuerzan las líneas estratégicas de la empresa. Además, por cuestiones operativas, en cualquier momento a lo largo del año se pueden presentar nuevos requerimientos formativos.

Para alimentar una matriz de polivalencia que asegure la viabilidad de la fábrica existen unos itinerarios formativos específicos por secciones que desarrollan el potencial de los empleados y con los que reciben formación en distintos puestos de planta. Tanto el departamento de mantenimiento como el de producción trabajan estrechamente para que la materia a conocer sobre las máquinas sea de calidad.

Toda la formación se recoge en las fichas de acciones formativas, en la hoja de firmas y en la evaluación de la formación recibida.

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

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

#### **21.1. Información adicional.**

La evaluación de desempeño es una herramienta fundamental en la compañía para establecer ese momento entre responsable y colaborador y comentar todos aquellos asuntos que puedan resultar de interés, además de las competencias que se desglosan en los informes de seguimiento. Se dialoga sobre las áreas de mejora y se establecen programas de formación tanto por el responsable como la persona evaluada.

Toda la información recogida se analiza y se incorpora, si resulta de interés general, en el plan de formación del año en curso.

También se tratan puntos críticos, tanto por personas que muestran una intención en evolucionar como aquellas que necesitan un impulso.

Se evalúan competencias de seguridad y prevención de riesgos, calidad y productividad, desempeño en el puesto, compromiso, iniciativa y trabajo en equipo. Además, se

establecen objetivos para el año siguiente que son revisados en la próxima evaluación.

## **Seguridad y Salud**

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

Se dispone de un Plan de Empresa Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

#### **22.1. Información adicional.**

La Cultura por la salud y seguridad es una marca en la empresa de la que nos sentimos muy orgullosos. El plan de prevención está en constante mejora continua gracias al proyecto anual de PIP de desarrollo en PRL. En este PIP (Performance Improvement Plan) incluye acciones destinadas a alcanzar los objetivos anuales de materia de prevención y se crean grupos de trabajo para su consecución, siempre liderados por el responsable de PRL en Grumetal..

Nuestro Plan de Empresa saludable se enmarca en el Plan Comprometidos con el que queremos mostrar nuestro compromiso en 3 vertientes: con las personas trabajadoras, la sociedad y con el medio ambiente. Algunas de las acciones de la empresa para con sus personas empleadas son:

- Seguro privado con ASISA gratuito.
- Grumetal es un espacio cardioprotegido con 2 desfibriladores instalados en nuestros botiquines y un equipo de emergencias formado en caso de necesidad.
- Facilitación de un programa de espalda sana con la colaboración de ASERHCO para aquellas personas con graves trastornos musculoesqueléticos.
- Proyecto de espacios de esparcimiento para los trabajadores.
- Fomento y apoyo del deporte.
- Reuniones semanales de 15 minutos con toda la plantilla para tratar temas de seguridad.
- Talleres de concienciación vial para carretilleros y peatones.
- Inversiones en mejoras ergonómicas.
- Adscripción a la Declaración de Luxemburgo.

## **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.**

Existe un cuestionario para todos nuestros proveedores de materia prima y componentes de fabricación que recoge estos aspectos:

- Política de Responsabilidad Social Corporativa. Si la tienen implementada, contacto en su empresa, certificaciones...

- Medio Ambiente. Si el proveedor tiene establecidos retos de medio ambiente, se le pide un detalle de los mismos...
- Derechos Humanos, ética y sociedad. Si tienen política de seguridad, anti corrupción, prevención frente al acoso, acciones de caridad o donaciones...

## **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 valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

#### **24.1. Información adicional.**

Se realiza un análisis detallado de cada proveedor de la empresa en el que se hace una evaluación anual de los niveles de calidad, seguridad alimentaria, aspectos fiscales y económicos así como otros orientados a criterios éticos, de medio ambiente y fraude. Los resultados de estas evaluaciones son puestos en común con el Grupo Massilly y se establecen medidas de seguimiento en caso de detectar debilidad en alguno de estos indicadores.

## **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 con una planificación formal

#### **25.1. Información adicional.**

Nuestra organización está comprometida con la Responsabilidad Social Corporativa y apoyamos diferentes proyectos:

- Aportaciones anuales deportivas: Deporte Laboral, equipo de balonmano de Casetas, equipo de fútbol de Casetas y club de tenis de Zaragoza.
- Aportaciones anuales en mantería social y cultura: Asociación de la tercera edad (Ayuntamiento de Sobradriel), fiestas de Sobradriel, Asociación de vecinos de Casetas y apoyo a la realización de un cortometraje.
- Aportaciones económicas a centros especiales de empleo: Fundación Los Pueyos (inserción laboral de personas disminuidas psíquicas) y colaboración con ASPANOA en su partido solidario anual.
- Se realizan donaciones puntuales de alimentos a entidades benéficas cuando los clientes nos ofrecen tarros con comida con algún tipo de no conformidad relacionada con las tapas que les proveemos.
- Fomento del deporte con la participación en la Carrera de ESIC, promoviendo además el trabajo en equipo.

- Elaboración de calendarios de empresa con centro especial de empleo Montevedado.
- Programas de visibilización de la mujer en el trabajo con cartelería de mujeres de nuestra propia empresa comunicando sus experiencias laborales.
- Sensibilización en materia de acoso laboral y prevención de la discriminación.
- Colaboración con Escuelas de Formación Profesional a través de la Formación DUAL.
- Programa COMPROMETIDOS para englobar todas nuestras acciones con tres vertientes: comprometidos contigo (trabajadores), con la sociedad y con el planeta.

## **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 en los que colaboramos suelen ser a nivel local para apoyar nuestro entorno social y con centros especiales de empleo.

Grumetal contribuye al desarrollo de su entorno, impactando en el tejido social y generando una imagen de empresa seria y responsable.

La contribución local también se traduce en la elección preferente de subcontratas/proveedores ubicados cerca de nuestros centros de producción. Esta medida también permite limitar el impacto de los transportes.

Nuestra intención es colaborar con centros especiales de empleo en aquellos servicios que necesitamos: elaboración de calendarios anuales, limpieza de la ropa laboral (en fase de implantación para enero de 2025)

Debido a nuestra posición como proveedores de la industria de la conserva, uno de los ejes principales es el de la lucha contra el despilfarro alimentario o la promoción de donaciones de alimentos.

Colaboración con Escuelas de Formación Profesional realizando prácticas en empresa con alumnos a través de la Formación DUAL. Muchas veces los alumnos resultan ser contratados en Grumetal y tienen una gran proyección de futuro.

## **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**

Grupo Metalgráfico, S.A. difunde las actuaciones realizadas en materia social comunicando a todos los niveles el Informe RSC anual, en pantallas, por email y en las reuniones semanales que se realizan con todos los equipos.

También se informa a los demás grupos de interés, a través de email, cartas, redes sociales, página web, etc.

Además, todas las acciones realizadas bajo el paraguas del programa COMPROMETIDOS se comunican mediante cartelería en tableros de anuncios y salas de descanso.

Se promueve la colaboración de las personas trabajadoras en acciones como las donaciones de sangre, los talleres de sensibilización en seguridad vial así como para el próximo taller en deshabituación tabáquica planificado para 2024.

## **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**

Grumetal utiliza los canales internos del Grupo Massilly para transmitir: formaciones y talleres en materia de prevención de riesgos, beneficios para los empleados o eventos relacionados con los equipos deportivos que apoyamos. Se trata de una plataforma en la que todos los usuarios de la empresa tienen acceso para visualizar, comentar o mostrar emociones de las informaciones que se comparten.

Grupo Metalgráfico, S.A. muestra su colaboración con el entorno social y deportivo a través de su aparición en el programa de fiestas de Sobradriel y con carteles de esponsorización en campos de fútbol y polideportivos de Casetas y Utebo.

También se comunican las acciones en RSC a través de la web del Grupo Massilly.

## **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.**

El Plan Estratégico que se recoge en el Informe de RSC desarrolla 14 acciones prioritarias con objetivos cuantitativos y/o cualitativos:

- 1.- Energías y gases de efecto invernadero: reducción de un 20%
- 2.- Minimizar la utilización de materias: reducción del grosor del metal, desechos y otras materias
- 3.- Emisión COV/utilización de disolventes: reducir en un 10% los disolventes contenidos en los barnices y otros productos químicos
- 4.- Limitar la utilización del agua: acciones y concienciación para limitar su uso
- 5.- Minimización de los residuos, en particular peligrosos, no valorizados y en vertedero
- 6.- Seguimiento ambiental de nuestras instalaciones: auditoría interna de las buenas prácticas y conformidades
- 7.- Certificaciones de Calidad y Seguridad Alimentaria. En Grumetal ya tenemos las certificaciones de calidad y seguridad alimentaria (ISO 22000 y FSSC 22000)

- 8.- Seguridad en el trabajo: "O accidentes" y reducción de las enfermedades profesionales
- 9.- Integración de los jóvenes en el mundo laboral: contrataciones, formaciones, prácticas, alternancias, colaboraciones con escuelas, etc.
- 10.- Realizar contrataciones más allá del perfil "tipo": concienciar a los actores de la contratación sobre la diversidad de perfiles
- 11.- Planes de formación individuales: Necesidades, desarrollo de actividades, empleabilidad, formaciones de capacitación
- 12.- Concienciación sobre los valores de la Organización: difusión activa del Código ético y del Código de conducta
- 13.- Compras responsables: cartografía y evaluación de los proveedores críticos
- 14.- Compromisos locales: participar en el desarrollo territorial y acciones asociativas

Se realiza un seguimiento de estas acciones según los indicadores establecidos y resultados anuales.

### **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.**

Grupor Metalgráfico construye su actividad con la firme y fundamentada convicción de que nuestros principales productos y nuestra materia principal, el metal, son sostenibles y aptos para responder a los retos de hoy y de mañana ya que es un material infinitamente reciclable. Publicamos interna y externamente el logotipo de "metal recicles forever" como seña identificativa de nuestra actividad.

Somos socios de la AME (Asociación Metalgráfica Española) que promueve en redes sociales el uso de nuestro producto, por encima del plástico, por ser reciclable infinitamente.

Nuestro plan RSA tiene identificadas 14 acciones prioritarias que se miden y se publican tanto internamente como en nuestra web ([www.massilly.com](http://www.massilly.com)). Así mismo se comparte esta información con nuestros clientes ya que es una información de gran calado y de la que estamos orgullosos.

### **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**

Trasladamos a toda la organización los principios de la economía circular así como la importancia de la segregación de residuos y del reciclaje con el objetivo de reducir nuestro



impacto ambiental. Para ello se realizan formaciones y comunicaciones a todos los equipos.

Estamos inmersos en la preparación de la organización para la consecución de la certificación en ISO 14001:2015 por lo que se desarrollan diversas campañas formativas y de sensibilización.

Nuestra misión es proteger, preservar y revalorizar los productos de la naturaleza y de nuestros clientes mediante el desarrollo, la fabricación y la comercialización de envases metálicos eficaces, seguros y reciclables.

## **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**

Nuestra ambición por conseguir la certificación ISO 14001:2015 nos lleva a tener un amplio sistema de comunicación a nuestros empleados, así como a otros grupos de interés que involucran a clientes y proveedores. Las acciones concretas son:

- Brief semanales de comunicación a los empleados para formar e informar sobre aspectos medioambientales, de seguridad laboral, calidad y producción.
- Formaciones específicas sobre segregación de residuos y cultura medio ambiental.
- Webinars específicos
- Revista interna repartida en formato digital y en papel en zonas de descanso.
- Comunicaciones en redes sociales con la ayuda de la AME (Asociación Metalgráfica Española)
- Campañas de comunicación de MPE (Metal Packaging Europe). Asociación de nivel internacional
- Comunicación de Informe de Responsabilidad Social Corporativa.

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

9 - Disponer de presupuesto

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?**

La Cultura de evolución sostenida y robusta de la empresa que nos ayuda a consolidar un entorno de trabajo agradable y cercano, pensando en el futuro y viabilidad de la empresa, fundamental para la tranquilidad de las personas que trabajamos en Grupo Metalgráfico, así como para los proveedores, clientes y entorno social. Es una mirada puesta en el largo plazo, sin buscar la rentabilidad cortoplazista, proyectando un futuro cada día mejor y más sostenible.

**36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

Ampliar el área de influencia social de Grupo Metalgráfico, S.A. Es una empresa con prestigio local en el entorno de Casetas, Utebo y Sobradiel, pero tiene que profundizar dentro de Zaragoza.

### **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 2. Hambre cero.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.