

RSA - PYMES

Empresa evaluada

MULTIESTILO, S.L.

CIF:B50217959

Ctra. de Logroño, Km.6,600. Polígono El Portazgo

94-95

50011 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Empresa especializada en el equipamiento integral de espacios de trabajo

02 - Dirección - CP - Población

Pol. Ind. El Portazgo Naves 94?95 Ctra. de Logroño Km. 6,600, 50011, zaragoza

03 - Sector. Actividad

Sector del mueble

04 - Año comienzo actividad.

1988

05 - Número de personas empleadas

9 trabajadores

06 - Persona contacto

DIEGO GARCIA SANCHO

07 - E-mail contacto

diego.garcia@atri.es

08.- Página web

www.atri.es

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

Con periodicidad anual se realiza un análisis del contexto de la organización en el cual se analizan ámbitos como el estratégico, económico, comercial, operativo, calidad, gestión de recursos, experiencia de las partes interesadas, etc. Dicho análisis permite identificar los riesgos y oportunidades que tiene ATRI, así como se realiza un análisis DAFO. Una vez analizadas las principales conclusiones se define un Plan de objetivos de mejora y de tratamiento de los riesgos y oportunidades asignando acciones, responsables, recursos e indicadores de seguimiento. Periódicamente, se realiza un seguimiento del estado de situación del Plan, así como su revisión y actualización

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

Si

2.1. Información adicional

..Una PYME debe considerar estos aspectos al definir su estrategia para garantizar su sostenibilidad a largo plazo, a pesar de no contar con los mismos recursos y medios que una gran empresa, ya que en mayor o menor medida se verá afectada por ellos

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

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

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

3.1. Información adicional

Cualquier tema economico, social y ambiental que pueda afectarnos a la hora de poder tener acceso a un cliente/obra es algo con lo que debemos lidiar y estar actualizados cada dia.

Cada dia son mayores las exigencias por parte de las empresas para poder acceder a sus instalaciones para realizar cualquier tipo de trabajo, nuestros clientes son muchos de ellos multinacionales por lo que muchos de los cambios sociales y economicos se implementan antes que en las pymes.

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

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

Actualmente no tenemos un presupuesto fijo destinado a estos temas pero si que solemos

colaborar cuando se nos pide con fundaciones como Fundación Sese, o incluso muchas veces se nos da el caso en el que debemos retirar mobiliario antiguo del cliente el cual en vez de tirarlo se dona a empresas que lo puedan reutilizar

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

Es esencial diferenciar e identificar a cada grupo de interés para poder programar estrategias enfocadas a cada uno. Los grupos de interés de ATRI son nuestros clientes, nuestros empleados, nuestros Proveedores, nuestros prescriptores y la Administración y organismos públicos

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

Dentro de las acciones realizadas bajo la ISO 9001, se dispone de diferentes herramientas y mecanismos de identificación de necesidades y expectativas para cada uno de los grupos de interés o partes interesadas, como, por ejemplo; encuesta de satisfacción a clientes, reuniones de equipo de ATRI, reuniones y feedback con proveedores, visitas a prescriptores, entre otras

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

En una empresa como la nuestra en la que hay aprox una persona por dpto, a excepción de comercial y montajes, y que todos trabajamos juntos, no se requiere de un manual específico de comportamiento o de conducta, no es así con el manual descriptivo del puesto de trabajo, el cual sí que está todo reflejado para consulta de cualquier trabajador

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1. Información adicional

Se ha comunicado a todas las personas de la organización la misión, visión y valores
Al igual que en la pregunta anterior , los valores son algo que se enseña día a día no obstante en el inicio de cada trabajador se explica detalladamente como funciona nuestra empresa

Plan de Responsabilidad Social

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

9.1. Información adicional

Debido a un cambio generacional en dirección, se están tomando medidas de adaptadas a una mejor calidad de trabajo , conciliación familiar para conseguir un mayor nivel de satisfacción del trabajador.

Nuestra empresa se caracteriza por la longevidad de los trabajadores, lo cual implica un alto grado de satisfacción

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

Como hemos comentado en la actualidad no existe un Plan de RSC por lo que no hay establecidos indicadores concretos de medición, si bien la organización está comprometida en definir un Plan para 2025, en el cual se establecerán objetivos e indicadores de seguimiento.

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

Actualmente tenemos una encuesta de satisfacción al cliente en la cual se consulta por aspectos como el asesoramiento técnico, la comunicación durante el proyecto, los plazos, la gestión administrativa, etc., así como una pregunta de valoración global.

Los resultados son analizados periódicamente para identificar posibles áreas de mejora y realizar acciones correctoras.

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

Las encuestas son una herramienta para la identificación de mejoras, así como el contacto directo y continuo del comercial con el cliente durante todo el proyecto. La información recopilada se comparte con el equipo involucrado en el proyecto para identificar y analizar soluciones y mejoras potenciales para proyectos similares en el futuro, con el objetivo de mejorar el proceso.

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

se intenta estar a la ultima en cuanto a las tendencias pero son nuestros fabricantes quienes tienen mayor importancia

Calidad de los productos y servicios

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

.La comercialización de los servicios de ATRI se realiza a través de la labora de los comerciales, ya sea de manera proactiva o reactiva. En aquellos clientes recurrentes, se mantiene un contacto continuo que permite identificar posibles necesidades. Adicionalmente, ATRI a través de su página Web comunica los diferentes servicios que ofrece, así como así como el contacto para la obtención de información adicional.

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

Se ofrece un servicio postventa integral

15.1. Información adicional

Dada la estrecha relación establecida entre Atri y sus clientes, se ofrece en todos los casos un servicio de post-venta integral y continuado en el tiempo. En todos los casos se persigue el objetivo de que el cliente quede completamente satisfecho con el servicio ya que es uno de nuestros puntos fuertes y pilares de la empresa

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

Una vez recogida las necesidades del cliente se realiza la oferta comercial en la cual se recogen diferentes aspectos como las especificaciones técnicas de los productos, el plano de la instalación (si aplica), el cronograma del proyecto y la inversión necesaria, así como la modalidad de facturación y pago.

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 atri tenemos mecanismos puntuales para conocer el grado de satisfacción de las personas empleadas. En las reuniones semanales de gestión de proyectos se da la oportunidad a todas las personas asistentes a plantear dudas o sugerencias respecto al funcionamiento de la empresa. Desde Gerencia hay un seguimiento continuo de todas las peticiones de mejora y se evalúan directamente para beneficio de todos. Al ser una pyme la información es muy directa por lo que siempre se evalúa la opinión de los trabajadores y se pone a votación general

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)?

No se han desarrollado actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

no hay medidas implantadas pero porque la igualdad es total

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.

El horario ha sido modificado a jornada continua según votación general para mejora de conciliación familiar así como cualquier necesidad de día libre por asuntos propios sin necesidad de recuperar horas o vacaciones

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.

todos los años se imparten cursos de formación a los Trabajadores

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.

Cursos anuales según necesidades específicas

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 empresa que nos gestiona la prevención y seguridad y salud nos evalúa constantemente sobre todo a nivel de montajes

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.

solemos trabajar con fabricantes de primer nivel que cumplen todo

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.

Dentro del ámbito de la ISO 9001, se realiza la homologación y evaluación de proveedores teniéndose en cuenta esos aspectos y otros (certificaciones, histórico, etc.).

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Se colabora en algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

a veces colaboramos en acciones sociales con fundaciones de este tipo

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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

26.1. Información adicional.

.Como se ha comentado anteriormente, en ocasiones en vez de tirar el mobiliario de oficina que se retira, se dona a organizaciones o empresas que puedan utilizarlo.

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?

No se difunden estas actuaciones

27.1. Información adicional

.Actualmente no se comunican al considerarse que son acciones altruistas, si bien dentro del plan de RSC que se está definiendo para el año que viene se analizará la posibilidad de comunicar las acciones desarrolladas a través de la página web y de las redes sociales de ATRI.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

No se comunican

28.1. Información adicional

.Aplica lo anterior, se analizará la posibilidad de comunicar las acciones desarrolladas a

través de la página web y de las redes sociales de ATRI

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.

Por la naturaleza de nuestro negocio no producimos nada, solo montamos o transformamos en ciertos casos, por lo que el impacto no es significativo, si bien todos los residuos que generamos los transportamos a los contenedores indicados.

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.

Ademas de por temas economicos , el uso innecesario de camiones o vehiculos de la empresa se limita y organiza para que sean los menos usos posibles y ayudar a la reduccion de la emision de los gases

En un periodo a corto plazo se prevee el integrar en la flota de vehiculos comerciales vehiculos electricos o hibridos para la reduccion casi total del consumo de gasolina y emision de gases

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

muchos de nuestros fabricantes tienen como filosofia de empresa la utilizacion de productos con un alto % de reciclabilidad, de hecho este argumento es uno de las principales razones por las cuales decidimos comercializarlos

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Dado que las medidas implantadas son de una escala muy comedida, se comunican las mismas de manera informal a las personas empleadas. Además, se valora muy positivamente el aporte de las personas empleadas en la ideación o ejecución de propuestas de reducción del impacto ambiental.

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

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?

El punto fuerte de Atri respecto a Responsabilidad Social es su participación en procesos de mejora del medio y de la sociedad implicándose con todos los agentes participantes en ellos. La relación puntual con asociaciones sin ánimo de lucro de todo tipo, que toman el pulso a la sociedad y son las demandantes de mejoras en ella, hacen que la empresa sea parte activa en el proceso.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Una de las principales áreas de mejora es la comunicación de todas las acciones sociales realizadas. Es necesario una mejora en la profesionalización de dicha comunicación y una mayor presencia en redes sociales al respecto. Ayudará a ello el lanzamiento de la nueva página web que acabamos de lanzar, así como la contratación de un servicio de comunicación profesional y externalizado.

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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.