

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**METRIGEST, GESTIÓN DE CONSUMOS, S.L.U.**

CIF:B99375867

Via San Fernando 35-37, Local,

50007 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

METRIGEST, GESTIÓN DE CONSUMOS SLU

#### 02 - Dirección - CP - Población

C/ LÓPEZ ALLUÉ 4, LOCAL- 50.005-ZARAGOZA

#### 03 - Sector. Actividad

Individualización de consumos e instalación, suministro y lectura de dispositivos de medición de Agua Caliente Sanitaria, Calefacción, Energía fría/caliente en Comunidades de Propietarios

#### 04 - Año comienzo actividad.

2013

#### 05 - Número de personas empleadas

2 autónomos + 3 empleados

#### 06 - Persona contacto

Pilar Asta

#### 07 - E-mail contacto

[pilar.asta@metrigest.net](mailto:pilar.asta@metrigest.net)

#### 08.- Página web

[www.metrigest.net](http://www.metrigest.net)

### 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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

### **1.1 Información adicional**

En nuestra empresa actuamos conforme a todas las tendencias globales a través de nuestra actividad.

Señalar que no tenemos un plan de actuación formalizado sino que actuamos en función de las circunstancias y requerimientos de los avances sociales.

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

No

#### **2.1. Información adicional**

Las PYMES formamos la mayor parte del tejido económico de España, por tanto nuestras actuaciones son determinantes a la hora de enfocar las tendencias globales.

## **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 plantea y planifica por exigencia legal (sectores específicos) el impacto de los aspectos sociales y ambientales en la actividad tanto en el corto como en el medio o largo plazo

#### **3.1. Información adicional**

La propia naturaleza de nuestra actividad, integra una estrategia basada en los tres retos: económicos, sociales y ambientales.

**Ambientales:** la individualización de los consumos de calefacción/agua caliente sanitaria/ agua fría (en zonas externas a Zaragoza) así como su control y lectura, provoca a corto/medio plazo grandes reducciones en los consumos de combustibles necesarios para abastecer a las calderas comunitarias y, en consecuencia, ahorra la emisión de toneladas de gases contaminantes a la atmósfera. En el caso particular del agua, se ha comprobado que la medición del consumo de la misma, crea una mayor concienciación en las familias sobre su consumo y a corto plazo, los m3 consumidos se reducen de forma considerable especialmente en aquellos casos que más agua consumen, llegándose a ahorrar de un mes a otro tras la instalación de los sistemas de medición, hasta 2-3 m3/vivienda.

**Económicos:** el propio ahorro tanto en la calefacción como en el agua se traducen no solo en una reducción a nivel medioambiental sino también en los gastos de las familias y de las Comunidades de Propietarios en general dado que el importe de gas consumido se mucho menor.

**Sociales:** a través de la concienciación, los aparatos de medición y los dispositivos de regulación y control de temperatura, se consigue evitar conductas basadas en el derroche

(muy habituales en el pasado) que a su vez, son grandes contaminantes "fantasma". Gracias a las mediciones, se logra evitar situaciones como vestir en invierno con ropa de verano dentro de las viviendas, abrir las ventanas con el sistema de calefacción encendido o derrochar grandes cantidades de agua caliente para tareas como fregar platos.

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

##### **4.1. Información adicional**

Como se ha comentado anteriormente, el propio desarrollo diario de la actividad de la empresa, promueve estrategias vinculadas a los retos económicos, sociales y ambientales. Si bien, no tenemos una inversión concreta destinada al desarrollo de estos proyectos de forma externa, sí que consideramos que nos integramos en la estrategia dado que realizamos mucha labor de formación/educación tanto a nivel cliente final (vecinos) como a niveles intermedios (administradores de fincas) que fomentan la consecución de proyectos integrados en las tres estrategias

### **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

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

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

##### **5.1. Información adicional**

Tenemos identificados y clasificados todos nuestros grupos de interés. Dado que son "actores" muy diferentes, en nuestra empresa tenemos diferentes estrategias para gestionar de forma específica cada uno de ellos incluso de aquellos que forman parte de un mismo grupo. La atención personalizada y cercana es uno de nuestros principales valores y por ello, tratamos de dar siempre la mejor atención y servicio, siendo flexibles y adaptándonos al máximo en todas las fases de los servicios que damos (desde las más iniciales cuando se tiene la primera toma de contacto hasta el servicio postventa y/o cuando ha finalizado la relación contractual)

Estas estrategias se aplican, depende del momento de la relación en la que se encuentren, a través de nuestros diferentes departamentos:

Servicio de atención al cliente / departamento comercial / departamento de administración / departamento de incidencias/técnico

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

##### **6.1. Información adicional**

Una de las características principales de Metrigest es la atención cercana y personalizada tanto para los clientes como para otros actores o grupos de interés que forman parte de nuestro entorno diario de trabajo.

Somos conscientes de lo importante que es escuchar y por ello, disponemos de una serie de herramientas centradas en conocer la satisfacción de nuestros grupos de interés así como aquellos puntos en los que podemos mejorar. Dado que somos una empresa pequeña, disponemos de muchas más herramientas que las grandes corporaciones del sector para personalizar el trato que le damos a cada uno de nuestros interlocutores, ya sean proveedores, clientes o actores intermedios de nuestra cadena de valor.

Ejemplo de ello, gracias a nuestro departamento comercial, escuchamos las necesidades de nuestros clientes así como las críticas constructivas o las peticiones especiales que pueden requerir y tratamos, siempre que sea algo factible, implementarlas en el corto plazo para dar respuesta satisfactoria. En momentos de decisión, solicitamos una valoración por parte de los clientes en cuanto a los aspectos de nuestras propuestas que más y menos valoren. Asimismo, de forma recurrente, cuando se cierran incidencias con vecinos, se les solicita una valoración en la que destaquen los aspectos que han considerado más relevantes de nuestra atención.

## **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**

Dado que somos una pequeña empresa con únicamente tres empleados, no disponemos de un código de conducta escrito. No obstante, todas las normas se comentan verbalmente en el momento de la contratación y tras las incorporaciones, se realizan dos semanas de acompañamiento en el que se realizan todas las tareas y se resuelven todas las dudas sobre nuestra forma de operar.

### **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**

Sí, para nosotros es muy importante que desde el primer momento, todos nuestros empleados y subcontratos estén alineados con nuestros valores y objetivos con el fin de poder seguirlos todos alineados y en equipo

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### **9.1. Información adicional**

Dentro del marco de actuación de nuestro plan de Responsabilidad Social, desde que comenzó este año, se han venido aplicando algunas de las iniciativas planteadas.

**Sostenibilidad Ambiental:** pese a que desde el 2019 nuestras oficinas cuentan con toda la instalación eléctrica enfocada al ahorro energético con iluminación tipo LED y seccionada para evitar tener más iluminación de la necesaria, actualmente nos encontramos realizando una reforma integral de un nuevo local cuyo diseño se ha pensado desde un inicio para ser lo más eficiente posible tanto a nivel eléctrico como climático. Asimismo, plenamente conscientes de la importancia del reciclaje especialmente en nuestro sector donde todos los dispositivos que instalamos vienen con grandes cantidades de embalajes por lo que siempre nos encargamos de separar los diferentes materiales y depositarlos en los correspondientes contenedores.

**Responsabilidad económica:** uno de los mayores valores de nuestra empresa es la transparencia y mantener de forma constante una conversación abierta y honesta con todos los agentes que interactúan con nosotros. Por esta razón, somos la única empresa que ofrece sistemas de lectura no encriptados, permitiendo a los clientes elegir las empresas de gestión en función del servicio que ofrecen y no haciéndolos cautivos por el sistema instalado.

**Responsabilidad interna:** apostamos por el bienestar de nuestros empleados y trabajamos con el objetivo de fomentar su desarrollo tanto personal como profesional. Por ello, apostamos por implementar políticas que permiten la flexibilidad horaria y la conciliación laboral-personal.

Asimismo, trabajamos garantizando que el entorno de trabajo es seguro y saludable. Estos aspectos se han tenido en cuenta en el proyecto de las nuevas instalaciones en las que nos encontramos inmersos y comentadas con anterioridad y en ellas, se dispondrá además de los espacios habituales de trabajo equipados con mobiliario ergonómico, de espacio de descanso y office.

## **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**

Aunque actualmente el PRS es muy inicial, si que se plantea establecer a medio plazo un seguimiento de los objetivos planteados en el mismo aunque no se han especificado indicadores concretos.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

#### **11.1. Información adicional**

Dado que nuestra actividad se orienta a las Comunidades de Propietarios, para nosotros es de especial importancia prestar atención a la satisfacción de nuestros clientes tanto a nivel intermedio como a un nivel final. Para ello, dividimos la metodología de medición en dos estrategias diferenciadas.

Para atender al nivel intermedio, se realizan entrevistas periódicas a través del Departamento Comercial mediante las cuales se evalúa el nivel de satisfacción así como los puntos más fuertes y débiles en la relación con cada uno de los clientes. Posteriormente, se analizan y se elabora una estrategia concreta para abordar cada situación de manera personalizada siempre brindando la mayor flexibilidad para lograr alcanzar los objetivos comunes.

Para atender al nivel final, pese a tener una relación más "indirecta" a través de consultas ya sea por correo electrónico o por teléfono, se obtiene información de valor que nos permite conocer la satisfacción de los clientes finales y mejorarla siempre y cuando sea posible. Asimismo, de forma periódica, se solicitan reseñas a los clientes para los cuales tenemos contacto y estas son analizadas, respondidas y solucionadas en el caso de ser negativas.

## **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**

En todos los casos en los que se identifica una posibilidad de mejora, se desarrolla una estrategia que permita la integración de dicha mejora en los procesos internos. Además, en cualquier caso, se consulta si pese a la satisfacción de nuestro servicio, consideran que existe algún aspecto que podría mejorar y que no se esté teniendo en cuenta de cara a valorarlo en el futuro

## **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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

### **13.1. Información adicional**

Estamos en continuo contacto con nuestros proveedores para estar al tanto de las últimas novedades en los dispositivos ofertados para el sector. Para nosotros, la innovación es tan importante como la capacidad de brindarle a nuestros clientes dispositivos libres, abiertos y no encriptados que permitan su lectura por cualquier empresa del sector en cualquier momento. Esto permiten ofrecerles un servicio sin contratos cautivos.

Asimismo, cuando nuestros clientes requieren servicios que en ese momento no brindamos, valoramos las opciones y si es viable, tratamos de desarrollarlos con el fin de cubrir las mayores necesidades posibles dentro de nuestro marco de actividad.

## **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**

Consideramos que todo el desarrollo de la actividad de nuestra empresa se basa en brindar servicios a nuestros clientes socialmente responsables. Como se ha comentado en otros apartados, somos la única empresa que no ofrece contratos de permanencia con nuestros servicios porque en nuestro interés reside que sean nuestros clientes los que estén satisfechos con nuestros servicios y sean proactivos en elegirnos año tras año. Atendiendo a la calidad de los productos que instalamos, desde Metrigest, sólo trabajamos con marcas cuyas fábricas se encuentran en Europa, sus productos son evaluados por certificados europeos y aseguran que cumplen con las normativas vigentes tanto técnicamente como medioambientalmente.

#### **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 servicio de postventa integral comprende la atención tanto a Administraciones de Fincas como a cliente final de forma continuada. Se realiza atención y resolución de reclamaciones, identificación y comunicación de incidencias, resolución de las mismas en plazos medios inferiores a los 3 días, atención y resolución de dudas técnicas, de la instalación o económicas así como trabajo de formación o información de los sistemas a través de una serie de guías creadas para que todos los públicos puedan comprender el funcionamiento de los dispositivos que tienen instalados en sus viviendas..

Asimismo, se realiza soporte para acceso a plataforma virtual a través de la cual nuestros clientes pueden consultar la evolución de sus consumos así como formación para la explicación de todos los conceptos que figuran en las facturas que se envían periódicamente.

### **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**

La transparencia es uno de los mayores valores que nos avalan como empresa. Desde el inicio, todos nuestros clientes son informados con detalle sobre los diferentes tipos de dispositivos que hay en el mercado, sobre cuáles son las marcas que nosotros trabajamos y por qué así como las diferencias entre los productos que nosotros ofrecemos con los de otras marcas disponibles con el fin de que sean capaces de decidir conociendo toda la información y valorando los puntos que mejor consideren.

Además. trabajamos con el único equipamiento que no está encriptado del mercado con el

fin de que si en un momento dado nuestros clientes consideran que quieren cambiar de empresa para la realización del servicio, no tengan que invertir en sustituir todo el equipamiento sino que el que tienen instalado puede ser leído por otras empresas. Además de los ahorros económicos que esto les supone a los clientes, es importante tener en cuenta los ahorros en dispositivos medioambientalmente hablando que se generan gracias a la instalación de sistemas no encriptados.

## **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

##### **17.1. Información adicional**

Si, a través de reuniones periódicas se evalúa de forma individual no solo la satisfacción de las personas empleadas sino también se consultan sus objetivos y aspiraciones así como aquellos puntos que consideran que podrían mejorarse.

Por otra parte, al margen de estas reuniones específicamente destinadas a evaluar la satisfacción y el nivel de motivación de nuestros empleados, diariamente estamos en continuo contacto cercano con ellos, lo que nos permite mantener una escucha activa de las necesidades que pueden ir surgiendo y tomar decisiones, cuando es necesario, en el corto plazo

### **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.**

De acuerdo con los procesos de captación de talento, trabajamos con organismos externos especializados que realizan las labores de "recruiting" asegurando la igualdad de oportunidad y no discriminación de personas. La empresa es ajena a toda condición privada que no afecte al desarrollo diario del trabajo de nuestros empleados.

Una vez se incorporan a nuestra plantilla, en el momento de la firma del contrato así como en las reuniones periódicas de evaluación, se exponen los objetivos de desarrollo profesional y retribución para cada uno de los puestos existentes.

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

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

Se aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.



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

Dado que la plantilla de nuestra empresa es joven con una edad media de 31 años sin familiares al cargo en la mayoría de los casos, no contamos con un plan de conciliación específico en esta material. Ante necesidades especiales o puntuales, se valoran y se brinda a nuestros trabajadores la mayor flexibilidad posible con el fin de que puedan atender aquellas situaciones de excepción sin que les suponga un problema.

## **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.**

Si bien el mayor volumen de formación se realiza a nivel interno, cuando se identifica la existencia de alguna formación específica que vaya a crear un valor adicional en el desempeño de la actividad de nuestros empleados, son comunicadas a los trabajadores para que puedan realizarlas y mejorar o ampliar sus conocimientos técnicos sobre el sector.

### **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.**

Durante los tres primeros meses tras la incorporación de nuestros empleados, los mismos se encuentran en un periodo de formación y acompañamiento continuado sobre el sector, knowhow propio de nuestra empresa, clientes, proveedores y colaboradores. Una vez pasan este primer periodo, finaliza la formación interna aunque el acompañamiento o la resolución de dudas es continuado en el tiempo.

De manera adicional, semanalmente se realiza una reunión interna en la que se exponen las incidencias que han existido en los diferentes departamentos y su resolución con el fin de que toda la plantilla esté al tanto de posibles escenarios a los que se pueden enfrentar en el futuro y cómo se han resuelto o en caso de que dichas incidencias no hayan podido resolverse, se evalúa entre todo el equipo diferentes formas para darles solución.

## **Seguridad y Salud**

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

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

#### **22.1. Información adicional.**

En materia de prevención y salud, se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva. Asimismo, nuestros empleados están formados en cuanto

a prevención de los riesgos asociados a sus puestos de trabajo.

Los puestos de trabajo así como todas nuestras instalaciones están diseñados cumpliendo estándares ergonómicos que aseguran la comodidad en el trabajo y la prevención de lesiones a medio largo plazo.

## **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.**

Plenamente conscientes de la importancia del origen de los productos, únicamente compramos dispositivos que han sido fabricados en países pertenecientes a la UE y tanto evaluados como homologados por laboratorios europeos.

De acuerdo con otras compras como mobiliario, suministros de oficina y/o elementos electrónicos, siempre las realizamos a través de proveedores locales que nos permitan asegurar su calidad y garantía.

### **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.**

Como se ha comentado en el punto anterior, siempre que es posible, contamos con empresas locales para la adquisición tanto suministro de mobiliario o consumibles como por ejemplo servicios de impresión, envíos, limpieza..

De acuerdo con los proveedores de material que posteriormente es instalado por nosotros, siempre contamos con proveedores europeos que nos brinden tanto a nosotros como a nuestros clientes, las mejores garantías en cuanto a precisión y durabilidad de los productos.

Atendiendo a la parte medioambiental, en los procesos de compra se tienen en cuenta que los consumibles, sean siempre que exista la posibilidad de material reciclado o reciclable y/o que los propios proveedores se encarguen de su recogida y reciclaje asegurando la correcta finalización del ciclo de vida.

## **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.**

Nos encontramos en una fase muy poco avanzada en cuanto a acción social. Por ello, cuando nos llegan propuestas para valorar nuestra participación, se evalúan y se decide o no participar en función de si se considera o no que están alineadas con los valores de nuestra empresa.

**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.**

De acuerdo con los proyectos sociales que se realizan, si bien no están organizados dentro de la estrategia de negocio, sí que están alineados con nuestros valores corporativos. Prestamos especial atención en promover el ODS 3 ?Salud y bienestar?, a través del cual se fomenta el desarrollo de una vida saludable entre nuestros empleados organizando jornadas deportivas.

Asimismo, se considera que la propia naturaleza de nuestro trabajo promueve la reducción de las desigualdades en la manera en la que la individualización de los consumos permite disponer del servicio de calefacción de una manera mucho más accesible para la mayoría de población (especialmente aquellas personas que por su edad o condición pueden encontrarse en situaciones de mayor riesgo) evitando por otra parte el despilfarro tanto a nivel económico como a nivel medioambiental (consumo de combustible de las calderas).

**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**

Más allá de la propia naturaleza de nuestra actividad y lo que implica su desarrollo en cuanto al fomento de la reducción de las desigualdades, las acciones sociales realizadas son puntuales y se comunican de manera distendida a nivel interno pero no se hace una comunicación planificada de las mismas

**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**

Se comunican en la medida que se comunican los beneficios de la individualización de los consumos pero no se realiza una comunicación específica destinada a exponer estas prácticas

### **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.**

La propia actividad de nuestra empresa fomenta la reducción del consumo en combustibles y por lo tanto, la reducción de toneladas de emisiones a la atmósfera así como el ahorro en el agua consumida por las familias promoviendo una mayor conciencia sobre su gasto y consumo.

A nivel interno, para el suministro eléctrico, contamos con proveedores que brindan garantía y seguridad de consumir energía 100% verde.

De acuerdo con el desarrollo de nuestra actividad, como se ha comentado en algún punto anterior, en oficinas se eliminan todas las partes posibles que embalan los productos que posteriormente van a ser instalados y se separan sus los residuos (protectores de cartón, cajas, anti golpes de plástico, manuales, instrucciones...). Todos estos elementos son reciclados en los contenedores que a cada uno le corresponden. De esta manera, nos aseguramos que estos elementos son reciclados y que nuestros operarios no los desperdician en las instalaciones.

#### **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.**

Trabajamos apostando por el reciclaje, la elección de suministros reciclados/reciclables o no contaminantes en la medida en la que nos es posible así como por el fomento de la concienciación y ahorro en combustibles que abastecen a las calderas comunitarias

#### **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**

Si bien somos una empresa que presta servicios y es más complejo seguir todo el ciclo de la economía circular, si que hay acciones específicas para fomentar la economía circular a nivel interno.

Un ejemplo de ello es la acción que realizamos con los repartidores de costes. Los repartidores de costes son dispositivos electrónicos que se instalan en la parte frontal de los radiadores y hacen la función de un contador de calorías de este radiador cuando el mismo está encendido. Apostando por el fomento de la economía circular, somos la única empresa del sector que promueve siempre y cuando sea posible, el reseteo y reconfiguración de los dispositivos cuando han sido manipulados en lugar de su sustitución. Así, es posible que los mismos lleguen a completar su vida útil.

La vida útil de estos dispositivos se estima en 10/12 años. A partir de esa fecha, como elemento de medición, se recomienda que sean sustituidos por unos nuevos dado que pierden precisión en sus mediciones. Gracias a las operaciones de reseteo y reconfiguración se logra que muchos dispositivos que pueden haber sido manipulados por ejemplo por cambio de propietarios en viviendas o por reformas, lleguen a completar ese periodo.

Por otra parte, en aquellos momentos en los que los dispositivos han dejado de funcionar por diferentes razones (golpes, roturas, fin de la vida útil...), nuestro equipo se desplaza a las viviendas para evaluar el estado del mismo y retirarlo. Posteriormente, los mismos son enviados a fábrica donde cuentan con un departamento especial dedicado a su reciclaje y, cuando es posible, la reutilización de sus piezas para la creación de nuevos productos.

## **Comunicación ambiental**

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

No de una manera formal

### **32.1. Información adicional**

No se comunica

## **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 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 3 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 4 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 5 - Ofrecer productos y servicios de calidad

- 6 - Capacitar a las personas de la empresa
- 7 - Disponer de presupuesto
- 8 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad 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?**

5

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

**35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Consideramos que el propio desarrollo de la actividad de la empresa es un punto fuerte en cuanto a responsabilidad social especialmente enfocado desde el punto de vista desde el cual se trata a la transparencia y a la comunicación con nuestros clientes y demás grupos de interés como aspectos fundamentales para el desarrollo y crecimiento de nuestra compañía. Metrigest es en sí misma una compañía formada por gente joven, concienciada con el entorno y que apuesta por llevar a cabo un desarrollo orgánico basado en el respeto y responsabilidad tanto hacia la sociedad como hacia el medioambiente.

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

La creación de estrategias específicas que nos permitan establecer objetivos medibles y mejorables en el medio/largo plazo

### **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 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.