

RSA - PYMES

Empresa evaluada

FRAGMETAL CALATAYUD, S.L.

CIF:B88493564

Carretera de Madrid, Km 230

50300 - Calatayud

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

FRAGMETAL CALATAYUD S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Ctra De Madrid Km 230 50300 - (Calatayud) - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

REVALORIZACIÓN DE RESIDUOS

04 - Año comienzo actividad.

2019

05 - Número de personas empleadas

26

06 - Persona contacto

PABLO LOPEZ DE VEGA

07 - E-mail contacto

LEGAL@FRAGMETAL.COM

08.- Página web

<https://www.fragmetal.com/>

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)
- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional,

educación, formación, etc)

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

1.1 Información adicional

Como empresa dedicada a la revalorización de residuos, nos vemos afectados de forma determinante por los cambios de tendencia en el consumo y en materia energética.

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

No

2.1. Información adicional

Es complicado afrontar retos tan grandes de forma individual por ello entendemos es necesario afrontarlos colectivamente motivo por el que es importante la implicación de las administraciones públicas.

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

En todas las actuaciones a desarrollar se integran planes de evaluación ambiental.

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

Se intenta colaborar con entidades sin ánimo de lucro.

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.

No los tenemos identificados.

5.1. Información adicional

La empresa tiene identificados diversos como pueden ser clientes, proveedores, vendedores colindantes a nuestras instalaciones, administraciones públicas y empleados.

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

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

6.1. Información adicional

La empresa tiene identificados a grandes rasgos los grupos de intereses y sus necesidades puesto que las mismas se han surgido de forma esporádica con el giro y tráfico mercantil. Asimismo se afana por conocerlas de forma proactiva mediante la consulta específica de los grupos más sensibles como vecinos de la zona a través de reuniones así como de sus trabajadores.

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

Se está implementando un código ético corporativo, de obligado cumplimiento que será público así como se establecen sistemas de control de proveedores y clientes mediante requerimientos previos de información.

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 trabaja en la implantación del código de conducta corporativo, que será de obligado cumplimiento para todo el personal además de que se mantienen reuniones y formaciones con los empleados.

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

Pendiente de implantar en los próximos 6 meses un plan de RSC corporativo que incluya manual de gobierno y buenas prácticas. Procederemos a mayor brevedad a su implantación, siendo éste curso un método más para poder integrar la cultura de cumplimiento dentro de la empresa.

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

Una vez implantando el plan de RSC se llevarán a cabo la fijación de objetivos y metodologías concretas para su evaluación tales como canal de denuncias, encuestas de satisfacción a clientes y proveedores así como indicadores de cumplimiento ambiental.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

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

11.1. Información adicional

Los clientes están plenamente identificados y se tiene un contacto directo y exclusivo con los mismos, se prevé la implantación de un sistema de encuestas sobre la satisfacción como método para poder valorar y cuantificar el grado de satisfacción, así como las propuestas de mejora.

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 saber si son exitosas

12.1. Información adicional

Es importante para la empresa establecer planes de mejora así como su evaluación. En el caso de clientes y proveedores ya se ha manifestado anteriormente que se ha de vehicular a través de encuestas de satisfacción y propuestas de mejora en la calidad del servicio.

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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

13.1. Información adicional

Se desarrollan importantes inversiones en tecnología en orden a ofrecer la mayor innovación posible en nuestros servicios. Dicha tecnología viene referida fundamentalmente a la mejora de proceso de producción, mejora de la revalorización que permite una mayor recuperación de metales y por tanto menor cantidad de residuo que va a vertedero.

Calidad de los productos y servicios

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

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

14.1. Información adicional

En la producción se tienen en cuenta aspectos ambientales y sociales tendentes a la optimización de recursos

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

No ofrecemos servicio postventa

15.1. Información adicional

No se ofrece dicho servicio como tal ello debido a la tipología del bien entregado, lo que se ofrece es una asistencia técnica en cuanto a las especificidades del material entregado para cerciorarnos que son compatibles con el destinatario final.

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

Nuestros servicios y los productos que tratamos por exigencias medioambientales están plenamente identificados. Así como el producto final obtenido que debe de cumplir con determinados especificaciones.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

17.1. Información adicional

El contacto con nuestros empleados es directo y humano. Existen mecanismos de verificación tales como sistema automatizado de fichaje y cuadro de horas, que permite conciliación de vida profesional y labora, además de reuniones periódicas con los empleados., que en todo momento pueden exponer incluso por escrito sus sugerencias, necesidades o quejas.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

Disponemos de un plan de igualdad corporativo, además de estar en la elaboración de un código de conducta que vele por evitar situaciones de discriminación. Asimismo los encargados de RRHH reciben la correspondiente formación al objeto de prevenir y evitar situaciones de discriminación.

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.

Se atienden de forma individualizada atendiendo a las necesidades de cada trabajador

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

La empresa conoce las necesidades formativas que requieren los puestos de trabajo

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

21.1. Información adicional.

Se llevan a cabo planes de incentivos asociados a la RSC y la prevención y reducción de riesgos laborales así como al uso eficiente de recursos.

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.

Se lleva a cabo un seguimiento del plan de PRL que integra aspectos de seguridad y salud de todos los trabajadores incorporando incentivos personales y colectivos tendentes a obtener cero accidentes en el lugar de trabajo.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

23.1. Información adicional.

En la compra de todos los productos se tienen en cuenta aspectos ambientales y de sostenibilidad.

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.

Se evalúa a los proveedores además de por el precio y la calidad de los servicios y productos suministrador por su compromiso con la región y con el medio ambiente,

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.

La empresa se preocupa por el impacto que su actividades genera en el entorno. Por ello dentro del plan ambiental se establecen medidas de control del aire, aguas, suelos, en orden a evitar y controlar que nuestra comunidad no se vea afectada por nuestra actividad. Asimismo estamos en contacto permanente con las administraciones, especialmente la local en orden a poder colaborar con ellos en los proyectos que nos plantean y para tener un feed back acerca del impacto de nuestra actividad en el territorio.

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?

No, no están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

No están unidos al negocio, pero puede cambiar en el futuro si aparece algo interesante

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

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

27.1. Información adicional

Siempre se intenta hacer partícipe al mayor número de personas posible

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

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

28.1. Información adicional

Tal y como se ha indicado actualmente estamos en proceso de implantación de un plan de RSC que prevé la publicación de los estándares éticos de la compañía así como la evaluación anual mediante auditorías. Asimismo siempre se intenta comunicar todos los proyectos de la empresa de forma proactiva a través de las redes sociales. El fomento de las buenas prácticas empresariales culminará con la exigencia a todos nuestros proveedores para que suscriban y adquieran el compromiso de cumplir y respetar el código de conducta de la empresa.

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.

La empresa dispone de todas las herramientas y planes ambientales necesarios para el normal desarrollo de su actividad en dicho plan se establecen los mecanismos de control y seguimiento ambiental tanto en relación al producto que entra en nuestra planta como el que sale, bien sea en forma de residuo o en forma de material revalorizado. De igual modo, se efectúan seguimientos y evaluaciones ambientales periódicas de impacto sobre el

entrono tales como control de emisiones, aguas y suelos todos ellos efectuados por entidades independientes y homologadas.

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.

Existen iniciativas internas tales como, control de misiones, medias de ahorro internas como digitalización que pone fin uso de papel dentro de la empresa, fomento del reciclaje entre los empleados y medidas de ahorro energético y de agua.

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

La empresa se dedica a la revalorización de productos, por lo que está en su núcleo de actividad la economía circular la cual es fuente y motor del desarrollo empresarial llevado a cabo.

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

Es imprescindible llevar a cabo comunicaciones periódicas de impacto ambiental, que se efectúan a las administraciones competentes (grupo de interés) y a nuestros proveedores y clientes que necesitan la seguridad de que la empresa cumple en materia medioambiental. Se pasan controles periódicos para detectar posibles riesgos ambientales que son comunicados a las administraciones.

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

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?

Nuestra tecnología e innovación

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Optimización de los procesos e implantación del plan de RSC

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?

No

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

- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.