

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**ABORA ENERGY, S.L.**

CIF:B99500472

Pol. Ind. Malpica. Calle C. Parcela 102-b  
50016 - Zaragoza  
Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Abora Energy SL

#### 02 - Dirección - CP - Población

C/ Buenos Aires, 117 (Polígono centrovía)  
CP: 50196 La Muela (Zaragoza)

#### 03 - Sector. Actividad

Sector Industrial. Fabricantes de Paneles Solares Híbridos

#### 04 - Año comienzo actividad.

2017

#### 05 - Número de personas empleadas

28

#### 06 - Persona contacto

Roberto Pac (Director de Marketing)

#### 07 - E-mail contacto

[roberto.pac@abora-solar.com](mailto:roberto.pac@abora-solar.com)

#### 08.- Página web

[www.abora-solar.com](http://www.abora-solar.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**

Actualmente hemos cumplido 5 años de vida, y con ello un cambio de ubicación, ya que la anterior nave se nos había quedado pequeño. Ello implica mayor producción, mayores ventas y mayor equipo humano.

Ante la situación actual política, social y energética, estamos posicionado como empresa que ayuda antes las subidas energéticas y hacia un cambio del modelo energético que permite ser más responsables con el medioambiente.

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

Si

**2.1. Información adicional**

Quizás existan ámbitos en los que es más complicado enfrentarse siendo una organización pequeña, pero en la medida de lo posible, en todas las organizaciones se pueden realizar acciones.

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

**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**

Este año se han implantado la ISO 9001 - 14000 - 45000

Aunque decir que la propia actividad de la empresa tiene como objetivo la mejora del medio ambiente, ya que fabricamos productos del sector de las energías renovables, reduciendo así las emisiones de CO2, gracias a la disminución del consumo de recursos fósiles, y así ayudamos a tener un planeta mejor.

**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 los grupos de interés de la empresa, actuando en cada caso de una manera diferenciada, ya que cada uno tiene sus peculiaridades y diferencias. Nuestro trabajo específico en cada uno de los grupos lo realizamos siguiendo 3 puntos clave:

- 1º Que queremos que Abora sea para cada uno de ellos.
- 2º Que objetivos ponemos en cada grupo
- 3º Que acciones hay que realizar para conseguir los puntos 1º y 2º.

## **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**

Nuestra manera de identificar las necesidades y/o expectativas de nuestros grupos de interés es preguntándoles que quieren que Abora sea para ellos mediante encuestas, llamadas, reuniones, etc. Y con este análisis, obtenemos los objetivos que queremos conseguir, y las acciones que debemos realizar.

Nuestros grupos de interés son los siguientes:

Trabajadores  
Clientes  
Instaladores  
Proveedores  
Administración pública  
La sociedad  
Organizaciones educativas  
ONG's  
Asociaciones de nuestro sector

## **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**

Toda la plantilla conoce las normas de la empresa. Además lo mostramos en nuestra zona de publicaciones internas de la empresa, periódicamente nos reunimos para recordarlos y ver si hay que realizar alguna modificación..

### **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**

Actualmente toda la plantilla conoce los valores de la empresa, además de que periódicamente nos reunimos para recordarlos. Aunque en el plan RSO que se está realizando este año se contemplará realizar un código ético escrito en el que se plasme todos los valores de la empresa.

Además lo intentamos trasmitir en todas nuestras acciones, charlas, presentaciones, pagina web, etc.

## **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**

Se está elaborando un plan RSO para la empresa en la que poder mejorar en aspectos de responsabilidad social, medioambiental y laboral. Aunque los principios éticos en materias de medioambiente, social y laboral, vienen en el ADN de la empresa, estando en constante mejora en medida de lo posible.

### **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**

Como comentábamos en el punto anterior, uno de nuestros puntos de trabajo en cada grupo de interes es establecer unos objetivos para luego realizar acciones. Nuestros objetivos son anuales.

COmo apoyo a este apunto, actualmente pertenecemos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas para promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

## **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**

Se ha establecido una tarea periódica de seguimiento para la satisfacción del cliente:

Por un lado a los clientes con ventas recientes, se les llama para que nos comenten que tal a ido el proceso de venta e instalación de nuestro producto, y sobre todo nos de su

feedback para conocer los puntos positivos y mejorar los negativos..

Por otro lado, a los clientes con ventas más antiguas, se les manda un mail con la misma finalidad.

Además como monitorizamos todas nuestras instalaciones, nuestros clientes ven a tiempo real en cualquier dispositivo, los ahorros económicos y en emisiones de CO2 de su instalación solar. De esta manera, aumentamos considerablemente el nivel de satisfacción de los usuarios.

## **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**

Mensualmente con el feedback que nos proporcionan los clientes, se realiza una reunión interna donde se analiza y se proponen mejoras en nuestros procesos para aumentar la satisfacción de los clientes.

Además a partir de ahora se envian formularios de satisfacción a los clientes pasado un tiempo desde la venta, para que nos diga su feedback de postventa.

## **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**

Por un lado tenemos nuestros departamento de marketing, en el que se realizan estudios de mercado:

- La competencia,
- Producto,
- Necesidades de la sociedad
- Oportunidades de negocio

Y por otro lado, tenemos nuestro departamento de I+D (esencial con nuestra filosofía de empresa), en el que estamos en constante evolución de productos e ideas, siempre de la mano con la información obtenida y analizada desde marketing.

## **Calidad de los productos y servicios**

## **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**

Ofrecemos un servicio post venta integral. Además con nuestra monitorización de la instalación, tanto el instalador como nosotros podemos ver si la instalación sufre algún problema (sobrepresión, sobretemperatura, etc), pudiendo actuar inmediatamente, evitando así daños en los paneles, y alargando la durabilidad de la instalación.

### **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**

En nuestro catálogo-Dossier, disponemos de fichas técnicas del producto, fichas por sectores, donde se puede ver el coste de una instalación en concreto, y la rentabilidad. También mostramos tipologías de instalaciones que se pueden realizar con nuestros paneles, explicación de nuestra tecnología, preguntas frecuentes, etc. De esta manera, además de ser un catálogo de producto, queremos divulgar y formar tanto al profesional como al usuario final, explicando de una forma clara y transparente la información.

Además invitamos a cualquier cliente a venir a nuestra fábrica, para que vea en primera mano la empresa, el producto y el equipo que hay detrás. Con estas visitas aportamos valor para dar transparencia y confianza en la compañía.

## **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**

Se realizan reuniones periódicas y encuestas anónimas para ver la satisfacción de las personas empleadas y tomar medidas en aquellos puntos que hay que mejorar.

A finales de año, el CEO de la empresa tiene "un café" con todos los empleados de la compañía para hablar de cualquier tema, y así tengan ese rato que no pueden tener a lo largo del año por el día a día.

Además se ha implementado un portal del empleado, donde realizamos comunicación interna, y se hace mucho más eficiente las tareas habituales en RRHH como solicitud de vacaciones y ausencias, recopilación de nominas, sugerencias por parte de los empleados, etc.

### **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)?**

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

**18.1. Información adicional.**

Como filosofía de empresa, siempre fomentamos la igualdad de oportunidades sin ningún tipo de condición. De hecho, nuestra directora técnica es una mujer. A la hora de coger a estudiantes en prácticas (siempre de carreras técnicas), únicamente se mira su currículum y ganas de aprender, sin importar sexo, nacionalidad, raza, etc.

Lo que si que nos encontramos que el porcentaje de mujeres en carreras técnicas es muy inferior al de hombres. Y en este tema si que queremos realizar algún tipo de acción, como por ejemplo que nuestra directora técnica de charlas en institutos, desmintiendo la idea de que las carreras técnicas son solo para hombres.

Actualmente el 40% de los puestos de dirección son ocupados por mujeres, y el 35% de todos los empleados de ahora, son mujeres. Dato importante cuando se trata de una empresa muy ingenieril.

**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 desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

La filosofía de la empresa es que el trabajador contento siempre será más eficiente. Para ello los trabajadores tienen libertad horaria, y que su responsabilidad es cumplir los objetivos marcados, y no un horario definido. Por ello, cada trabajador tiene su propio horario hecho a medida con su vida familiar.

**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.**

Por un lado, a principio de año se habla con cada trabajador para ver sus intereses en

seguir formándose y que opciones hay. Y por otro lado, en cualquier momento un trabajador puede solicitar la realización de un curso que haya visto y sea de interés.

Este año la empresa ha asumido los costes de formación de varios trabajadores, facilitándoles el acceso a la realización de masters que les ayuden a una mejora continua laboral y personal.

#### **21.1. Información adicional.**

También hemos implantado este año clases de inglés para todos aquellos empleados que lo deseen. Totalmente gratuitas.

### **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.**

Con la implantación de las ISO 9001 - 14000 - 45000, se cumple con todas las normativas vigentes en materia de seguridad y salud.

### **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.

#### **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.

### **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.**

Actualmente colaboramos en acciones afines y puntuales, pero en el plan RSO se establecerá ciertas acciones planificadas a realizar.

### **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, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

##### **26.1. Información adicional.**

Somos fabricante de energías renovables, por lo que nuestros proyectos están integrados con la propia estrategia de negocio.

Este año por ejemplo se ha realizado una instalación con nuestros paneles en la nueva residencia de Atades en Zaragoza.

### **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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

##### **27.1. Información adicional**

Siempre que se hacen actuaciones en materia social, se comenta con toda la organización para su implicación directa, así como con los colaboradores externos a la empresa.

### **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 y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

##### **28.1. Información adicional**

Nuestro departamento de marketing se encarga de la comunicación y difusión de las buenas prácticas en redes sociales, prensa, blog o cualquier otro tipo de medio. Además se ha implementado un portal del empleado, para que también se trabaje la comunicación interna, y toda la organización esté enterada de las buenas 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 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 ADN de la empresa es mejorar el planeta, por lo que los productos que fabricamos y vendemos tienen como finalidad la mejora del medioambiente reduciendo las emisiones de CO2. Tenemos previsto poner un contador en nuestra web de las toneladas de CO2 que se han evitado verter al medioambiente con todos nuestros paneles instalados. Y poder así concienciar a la población de la importancia de instalar energías renovables.

Además controlamos toda la cadena de nuestro proceso de fabricación para tener el mínimo impacto medioambiental

## **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.**

Como decíamos, la principal medida es nuestra propia actividad al fabricar productos que reducen el impacto medioambiental. Y por otro lado, vamos a publicar los datos reales de las toneladas de CO2 que se evitan emitir a la atmósfera gracias a nuestros paneles solares. Este dato será real y vivo, ya que se obtiene de todas nuestras instalaciones que están monitorizadas.

Actualmente fabricamos el panel solar que más emisiones evita a la atmósfera. Esto significa, que somos la tecnología que más CO2 evita por metro cuadrado de espacio en tejados.

## **Economía circular**

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

## **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

Todas las actuaciones en materia ambiental, se comunica tanto a la organización como a los grupos de interés, mediante redes sociales y newsletter.

## VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

### Priorización de temas

**33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)**

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

### Valoración Global

**34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

8

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

La ética, transparencia y el saber escuchar a todos los grupos de interés para estar en constante mejora la relación con cada uno de ellos.

Desde el 2019 somos miembros del pacto mundial de las naciones unidas, promoviendo y divulgando los 12 objetivos de desarrollo sostenible.

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

Creo que podemos mejorar en mayor o menor grado, en todos los puntos, ya que somos una empresa de reciente creación y hay mucho trabajo por hacer.

### Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

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

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

Si

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

- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.