

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**METROLIGHT, S.L.**

CIF:B50932052

Polígono Industrial Valdeconsejo (C/ Guara,  
Parcela 5E)

50410 - Cuarte de Huerva  
Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Metrolight SL, fundada en el año 2002, es una empresa familiar integrada en el Grupo Castellot, con más de 20 años de experiencia en la industria de la iluminación, diseño, distribución y fabricación de luminarias con tecnología led.

#### 02 - Dirección - CP - Población

Pol.Ind.Valdeconsejo,Calle Guara,. Parcela 5E-50410-Cuarte de Huerva-ZARAGOZA-

#### 03 - Sector. Actividad

ILUMINACION

#### 04 - Año comienzo actividad.

2002

#### 05 - Número de personas empleadas

2 directas y resto subcontratación.

#### 06 - Persona contacto

Santiago Castellot Gracia.

#### 07 - E-mail contacto

[gerencia@metrolight-es.com](mailto:gerencia@metrolight-es.com)

#### 08.- Página web

[www.metrolight-es.com](http://www.metrolight-es.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**

Se establecen planes estratégicos anuales, marcando tiempos y objetivos medibles, involucrando a los distintos departamentos de la empresa afectados, en el día a día se comunica de manera directa a los mismos de la posibilidad de incidencias tanto económicas, de mercado, etc.. para dar respuesta a las mismas y así minimizar el impacto tanto a nivel interno como externo, de tal forma que no afecte a nuestros clientes, proveedores y resto de actores vinculados a nuestra actividad.

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

Si

#### **2.1. Información adicional**

Esos temas están presentes en mayor o menor medida en cualquier tipo de organización actual por lo que siendo sensibles a los mismos pueden ser abordados dependiendo de la capacidad y dimensión de la organización.

## **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**

Todos nuestros productos están sujetos a normativa ROHS y otras, cumpliendo en todo momento con las normativas vigentes en el sector que nos ocupa.

### **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**

Todos nuestros proyectos conllevan un ahorro energético superior a los realizados con iluminación convencional, derivado de dicha dedicación y acorde con la filosofía de la empresa, participa activamente en un programa a nivel internacional, para plantar árboles en zonas desfavorecidas de Africa, para de esta forma ayudar al mantenimiento de la zona y contrarrestar las emisiones de CO2.

Colaboramos con Tree-Nation desde el año 2.008.

Hasta la fecha, Metrolight ha plantado 450 árboles en Niger, de la variedad Acacia

Senegal.

Así mismo, somos una empresa abierta y comprometida con acciones sociales de nuestra comunidad, colaborando en aquellas que se nos proponen y se ajustan a nuestra política de empresa.

## **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**

Metrolight tiene identificados a sus principales grupos de interés, clientes, proveedores y organismos públicos.

**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**

Metrolight realiza encuestas a clientes anualmente para medir diferentes índices en su relación con ellos y su grado de satisfacción. Metrolight esta comprometida con el dialogo y la participación con sus grupo de interés a través del sistema de gestión de la calidad, el cual incluye mecanismos para recabar información sobre los mismos.

## **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 documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

### **7.1. Información adicional**

Las normas de actuación y valores de la organización, están reflejadas en nuestra Política de Gestión, conocido por todos nuestros empleados y demás partes interesadas, es un documento publicado en nuestra web, de libre acceso y renovado periódicamente.

**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**

Toda nueva incorporación en Metrolight, se recibe con un Plan de Acogida en el que se recoge la Política, las actividades que desempeñamos, organización, el organigrama, la

descripción de las instalaciones y del puesto de trabajo que va a desempeñar.

## **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**

Metrolight adquiere en el año 2013 el compromiso PYME con las estrategias ambientales de la ciudad de Zaragoza, participando activamente en la mejora del entorno ambiental y contribuyendo a la labor de concienciación y difusión de políticas de sostenibilidad. Fabricamos y distribuimos luminarias led de muy bajo consumo, así como soluciones solares con tecnología Led para iluminación vial y urbana, dispositivos ecológicos que utilizan la iluminación solar para una carga retroactiva consiguiendo una energía renovable. Con anterioridad en el año 2007 Metrolight participó en el proyecto ZAREX desarrollando Políticas y Sistemas en materia de Gestión Excelente y Socialmente responsable, Promoviendo y desarrollando acciones para respetar y preservar el entorno en el que opera, Asegurando las mejores relaciones posibles con sus diferentes grupos de interés.

Metrolight promueve desde sus inicios la ética y responsabilidad social en las empresas, dedicando un apartado dedicado en su web, que puede ser visualizado en el siguiente link: <https://www.metrolight-es.com/empresa-iluminacion-led/etica-y-responsabilidad-social/>

### **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**

Metrolight asigna a largo plazo objetivos e indicadores medibles a nuestras acciones englobadas en nuestro marco interno de ética y responsabilidad social.

## **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**

Metrolight realiza seguimientos periódicos a clientes para conocer de primera mano sus necesidades, inquietudes etc.. Anualmente realizamos una encuesta de satisfacción de clientes, englobada en nuestro sistema de calidad bajo norma ISO9001:2015

#### **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**

Las mejoras del servicio se identifica a través de necesidades puntuales comunicadas por nuestros clientes, llamadas, mails directos y encuesta de satisfacción. Dichas mejoras si son de aplicación general se incluyen en los procesos de la empresa mediante la planificación de acciones de mejora y evaluación de su eficacia.

### **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**

Metrolight trabaja en la innovación de sus productos según las tendencias y necesidades del mercado.

### **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**

La organización y calidad de los productos y servicios queda englobado en nuestro sistema de gestión ISO9001 implantado en la empresa, el cual es auditado anualmente para garantizar el correcto servicio.

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

#### **15.1. Información adicional**

La garantía y servicio postventa de Metrolight es comunicado a la compra de cualquier producto, mediante documento adjunto al albarán de compra. De esta manera nuestros clientes están informados en todo momento.

### **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**

Todas nuestras ofertas llevan adheridas su ficha de producto con todas las características del mismo. En productos particulares en las fichas se añaden advertencias para evitar posibles incidencias derivadas de un mal uso de los mismos ó instalación no correcta. Esta información está también disponible y es de libre acceso en los apartados de producto correspondientes en nuestra página web. [www.metrolight-es.com](http://www.metrolight-es.com)  
Comunicamos y asesoramos de manera directa con el cliente vía mail todas las particularidades para la correcta instalación de nuestros equipos.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

##### **17.1. Información adicional**

Dado nuestro tamaño de PYME el contacto desde Gerencia hacia puestos comerciales, administrativos.. es muy fluido y directo, conociendo de primera mano cualquier tema importante que atañe a la plantilla. Las reuniones para tratar estos temas se planifican, indicando los temas a tratar, duración de la misma. Los resultados de las mismas son evaluados por Gerencia y comunicados directa, general o personalmente al personal involucrado.

### **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 de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

##### **18.1. Información adicional.**

METROLIGHT posee un amplio programa de formación a través de distintas entidades colaboradoras externas que permite al trabajador seleccionar aquella formación necesaria y evolucionar adaptándose a las nuevas tecnologías y nuevos cambios que demanda la sociedad y el mercado. Se comunican los puestos vacantes de manera interna y pública en medios especializados y no se discrimina por circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura.... .

### **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.**

Metrolight es una empresa flexible respecto a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, disponemos de las herramientas necesarias para ofrecer a nuestros empleados el desarrollo de su trabajo de forma remota de manera que los trabajadores puedan realizar esa conciliación y al mismo tiempo atender sus tareas laborales de una manera consensuada y satisfactoria para ambas partes.

**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.**

El plan de formación de todos los empleados es planificado anualmente, identificando los cursos más interesantes para sus necesidades concretas para evolucionar como profesional como aquellos necesarios para estar al día y perfectamente capacitado para el desarrollo de su trabajo. Se genera documento con el nombre de los cursos, horas de duración, lugar y fecha de impartición, se mide el resultado y su cumplimiento bajo nuestro sistema de calidad.

**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 de formación son desarrollados anualmente por nuestros empleados, para mantener sus competencias activas y adquirir nuevas. Los cursos y programas realizados se realizan en base a las necesidades particulares del empleado así como a las de la empresa para mantener el buen funcionamiento de la misma con personal formado con los últimos avances que se consideren necesarios.

**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 cuenta con un sistema de gestión de la salud y riesgos laborales con auditoria externa.

## **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.**

Las compras de materiales o productos deben tener los certificados correspondientes así como cumplimiento de normas internacionales solicitadas. Sin esos requisitos no se admiten productos para su posterior venta o integración en nuestros fabricados.

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

#### **24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?**

En la clasificación y evaluación de proveedores se tiene en cuenta el precio fundamentalmente y la calidad del servicio.

##### **24.1. Información adicional.**

Independientemente del precio y la calidad del servicio, todos los proveedores deben cumplir con la normativa vigente ambiental o de cualquier índole que afecte a nuestros productos o posterior venta.

## **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.**

Metrolight colabora en proyectos de impacto medioambiental y sostenibles comentados con anterioridad.

### **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.**



Sin responder a un proyecto social en concreto, nuestros proyectos de negocio van siempre encaminados hacia la reducción del consumo energético, energía no contaminante y desarrollar proyectos que supongan ciudades y comunidades sostenibles.

Desde Metrolight favorecemos el impacto ambiental positivo de la iluminación LED, el cual se inicia en su producción, al no usar sustancias como el plomo y el mercurio, su diseño en aluminio o chapa de acero permiten además que se puedan reciclar.

Otra de las ventajas ambientales de la iluminación LED es que generan menos calor que las bombillas convencionales, reduciendo así la emisión de CO<sub>2</sub> que busca evitar el incremento de concentración de GEI (gases efecto invernadero).

Favorecemos con este tipo de iluminación la posibilidad de cultivos en espacios reducidos en zonas con emergencia climáticas y por tanto con cultivos expuestos a las inclemencias climáticas severas.

También y gracias a la posibilidad de poder alimentar esta iluminación LED con energía solar, fomentamos el uso de energías limpias y renovables.

## **Transparencia con el entorno social de la organización**

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

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

### **27.1. Información adicional**

Además de compartir con las personas empleadas, desde Metrolight y a través de publicaciones trimestrales informamos de las últimas novedades en todos los ámbitos de la empresa así como a través de redes sociales profesionales.

## **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**

Desde Metrolight y a través de publicaciones trimestrales on line informamos a los distintos grupos de interés de las últimas novedades en todos los ámbitos de la empresa así como a través de redes sociales profesionales.

## **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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

#### **29.1. Información adicional.**

Metrolight colabora de manera activa en el reciclaje y traslado a Punto Limpio del material susceptible.

En nuestros proyectos el impacto ambiental bien por consumo como por impacto lumínico en el entorno es evaluado.

Metrolight es socio del proyecto Green Light de la Comisión Europea. El Programa GreenLight es una iniciativa voluntaria de prevención de la contaminación que anima a los consumidores de electricidad no residenciales (públicos y privados), denominados Socios, a comprometerse con la Comisión Europea a instalar tecnologías de iluminación energéticamente eficientes en sus instalaciones cuando (1) sea rentable, y (2) se mantiene o mejora la calidad de la iluminación. GreenLight fue lanzado el 7 de febrero de 2000 por la Dirección General de Energía y Transporte de la Comisión Europea.

El objetivo del programa GreenLight es reducir el consumo de energía de la iluminación interior y exterior en toda Europa, reduciendo así las emisiones contaminantes y limitando el calentamiento global. El objetivo también es mejorar la calidad de las condiciones visuales y ahorrar dinero.

### **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.

##### **30.1. Información adicional.**

Nuestros proyectos de negocio van siempre encaminados hacia la reducción del consumo energético, energía no contaminante y desarrollar proyectos que supongan ciudades y comunidades sostenibles como indicado anteriormente.

### **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.

##### **31.1. Información adicional**

Trabajamos con empresas de reciclado de materiales locales contribuyendo de esa manera a la correcta ubicación y gestión de esos desechos.

### **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**

En todo caso la comunicación a los grupos de interés se realiza trimestralmente, puntualmente a través de redes sociales y poniendo información relativa en nuestra página web.

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

7

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

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

Puntos fuertes: Contar con una base de ética y responsabilidad social de larga trayectoria en nuestra empresa y estar comprometidos con la misma.

La certificación del sistema de calidad ISO9001 nos permite además y facilita el poder incluir cambios relacionados con la responsabilidad social.

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

Como áreas de mejora: medir el impacto ambiental de la organización, ser más activos y sistemáticos en la comunicación de la gestión social, identificación de nuevos objetivos a c/p en materia de responsabilidad social, integración de los ODS aplicables en la estrategia de la empresa

## **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 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.