Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

FELTWOOD ECOMATERIALES, S.L.U.
CIF:B99472326
CEEI Aragón. C/María de Luna nº:11 - Campus
Río Ebro Zaragoza
50018 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

FELTWOOD ECOMATERIALES, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

C / Maria De Luna, 11, CEEI Centro Europeo de Empresas e Innovación,
50018 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Desarrollo de materiales industriales ecológicos

04 - Año comienzo actividad.

2016

05 - Número de personas empleadas

8

06 - Persona contacto

Aránzazu Yáñez-Barnuevo Malo

07 - E-mail contacto

hola@feltwood.com

08.- Página web

www.feltwood.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

Desde su creación, la empresa adopta como principios fundamentales los de la economía del bien común y sus objetivos de respeto a las personas y el medioambiente. Seguimos con detalle las nuevas normativas en temas de igualdad y medioambiente y, cuando es posible, buscamos ir un paso por delante.
Las normativas medioambientales y la concienciación de los consumidores afectan positivamente a la demanda de productos ecológicos por lo que se analizan dentro del plan de negocio.
La empresa, fundada por una mujer, cuenta actualmente con un 50% de mujeres.
Se realizan formaciones especificas puntuales sobre temas de interés y para la actualización de personal.

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

Si

2.1. Información adicional

Una PYME puede influir y producir mejoras que afecten a la globalidad y que incluso puedan influir en el comportamiento de otras empresas.
Puede estar mas condicionada a influir o poder mejorar aspectos económicos debido a la tensión financiera, pero no en cuanto a su implicación en mejorar los aspectos medioambientales, tecnológicos o sociales sobre los que se fundamente su política.

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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

Ponemos ejemplos que desde Feltwood planteamos para lograr los aspectos sociales y ambientales:
SOCIALES:
- Promovemos el equilibrio de género tanto en los roles de toma de decisiones como en el resto de roles de la empresa.
- Planteamos ampliar nuestra producción y para ello estamos estudiando zonas rurales.

AMBIENTALES:
- Transformamos residuos en recursos valiosos y evitamos que sean vertidos de forma

incontrolable contaminando los acuíferos.
- Ofrecemos soluciones rentables de gestión de residuos.
- Reducción del uso del plástico con lo que evitamos que los desechos de plástico contaminen los ecosistemas.

-

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

4.1. Información adicional

Se destinan recursos a la reducción del impacto medioambiental de nuestra actividad productiva (segregación y reciclaje de residuos, reducción de emisiones a la atmósfera, medidas para mejorar la eficiencia energética, etc.).

Llevamos años colaborando con la Fundación Rey Ardid como proveedores de servicios.

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.

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

5.1. Información adicional

Al tratarse de una empresa de desarrollo con un modelo B2B existe una cantidad reducida de integrantes de los grupos de interés (proveedores, clientes, organismos colaboradores...) lo que nos permite un trato muy directo y un conocimiento más profundo de cada uno de ellos.

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

Al tratarse de un número reducido es viable mantener reuniones periódicas para tratar la evolución de esas necesidades.

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

Disponemos de manuales específicos de comportamiento por temas.
Por ejemplo, de riesgos laborales y prevención de acoso laboral y derecho a la desconexión digital.
Estos manuales son consensuados, comunicados y puestos a disposición de todos los Empleados

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

.El objetivo principal del proyecto es la reducción de la contaminación por materiales no biodegradables, esto es uno de los pilares de la empresa por lo que se transmite a todos los implicados.
Además, hay objetivos de diseñar procesos de producción teniendo muy en cuenta la salud del personal y evitar cualquier forma de contaminación y el uso de componentes tóxicos.
Para su difusión se realizan varias reuniones generales al año para informar de forma actualizada de los objetivos, valores y la evolución de la empresa.
Disponemos también de un documento en el que se informa a las nuevas incorporaciones de la empresa los valores y objetivos de la compañía.

Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

9.1. Información adicional

Se ha creado un manual de RSC específico para la empresa. Es conocido por todos los empleados y está a su disposición. Se revisa anualmente añadiendo nuevos propósitos de mejora. Se trata de que sean objetivos cuantificables y específicos.

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

El manual se revisa anualmente, comprobando los avances en los objetivos propuestos, revisándolos y modificándolos si es necesario. Se proponen nuevos objetivos a medio y largo plazo. Se consultan manuales externos de RSC y economía del bien común como fuentes de información sobre el tema.

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

Nuestro modelo de negocio B2B nos permite un trato muy personalizado con el cliente. Se realizan reuniones con frecuencia en las que se evalúa la situación de la relación y la evolución en la consecución de objetivos.
Realizamos un seguimiento donde anotamos la última comunicación con el cliente y la próxima toma de contacto, por lo que tenemos el control de la situación en la que nos encontramos con cada uno.

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

Mejorar el servicio al cliente es prioritario y una de las bases de nuestras actuaciones. Es un contacto personal B2B lo que permite una relación más cercana y exige un esfuerzo en la conducta y la comunicación.
Dejamos registrados los requerimientos o necesidades de los potenciales clientes y nos marcamos unas pautas para volver a informar de los avances que hemos realizado en ese campo.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

La investigación y la adaptación del producto a las necesidades del cliente son una parte fundamental de la actividad de la empresa. Es necesario permanecer informados de las últimas novedades y desarrollos en el sector. Se interacciona con los clientes para co-diseñar los productos a partir de sus necesidades (características, costos, calidades,demanda...).
El I+D esta alineado con las estrategias de desarrollo de negocio de la empresa.

Calidad de los productos y servicios

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

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

14.1. Información adicional

Ofrecer un producto beneficioso para el medio ambiente forma parte de la razón de la empresa. Nuestro producto ayuda a favorecer la economía circular y a reducir las emisiones de CO2.

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

Se ofrece un servicio postventa integral

15.1. Información adicional

Ofrecemos una atención post venta muy personalizada. Además de conocer el grado de satisfacción del cliente, se analizan las sugerencias y se informa sobre los resultados y conclusiones

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

Se ofrece la información completa con total transparencia respecto a características, aplicación...

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

El responsable de cada departamento se reúne periódicamente de forma individual con cada persona para evaluar su grado de satisfacción en la empresa, con los compañeros y sus responsabilidades.
Se realizan reuniones generales regularmente para revisar los objetivos de la empresa, los equipos de trabajo y las personas. Se identifican puntos de mejora y se establecen medidas para mejorarlos.

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)?

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la

organización.

18.1. Información adicional.

Disponemos de un protocolo de acoso y un protocolo de igualdad, informado a todos los empleados de la organización.
En este sentido la incorporación de nuevo personal se realiza teniendo en cuenta sus actitudes profesionales y su adecuación a la cultura de Feltwood y no tendrá ningún sesgo de género.
Es un objetivo fomentar la inclusión de colectivos desfavorecidos, desempleados de larga duración e inmigrantes, es por ello que tenemos un acuerdo de colaboración con una Fundación con el fin de cubrir puestos de trabajo y realizar tareas conjuntas.

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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.

Disponemos de un protocolo de conciliación personal, familiar y laboral, informado a todos los empleados de la organización. En el que entre otras actuaciones dejamos a cada trabajador diseñar su horario de trabajo y si es presencial o en teletrabajo en función de sus necesidades personales y familiares.

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 formación continua de la plantilla es indispensable para el crecimiento de Feltwood.
Se propone desde Dirección o Responsables de cada departamento posibles formaciones interesantes, según los perfiles de cada trabajador.
La asistencia a webinars y píldoras de formación es también un recurso útil para incre-mentar el desarrollo profesional de los empleados.
Periódicamente se establece una consulta de necesidades de formación para los Empleados.
En el presupuesto de los próximos años se han considerado el desarrollo de habilidades personales y técnicas.

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 da libertad a los trabajadores para inscribirse en cursos y webinars que incrementen sus conocimientos laborales y puedan ser utilizados en el desarrollo de la empresa.
Esta formación puede ser realizada dentro del horario laboral.

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.

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento de casos de enfermedad laboral y absentismo.

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.

Se da prioridad al comercio local y productores de cercanía.
A su vez, se tienen en cuanto a criterios de compra en función de aspectos sociales y medioambientales. Por ejemplo: en material de oficina se procura pedir artículos reciclados, como bolígrafos y papel y se reciclan los cartuchos de la impresora.
En las compras de productos de limpieza se tienen en cuenta los menos agresivos para las personas y el medioambiente, compra de estropajos reciclados.
Se compraron muebles de oficina segunda mano a la empresa vecina que se mudo a otro local.

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.

Seleccionamos proveedores cuyos valores sociales y ambientales sean acordes con los de nuestra organización.

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.

Anualmente se establecen programas concretos de ayuda y se fomenta la colaboración de empleados, como campañas de donación de sangre, recogida de alimentos y juguetes. Se busca la colaboración con ONGs locales.
Se promueven en redes sociales proyectos de impacto social.

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 planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Los proyectos medioambientales con los que se colabora están completamente alineados con la estrategia de negocio, de echo forman parte del origen del proyecto, con el objetivo de contribuir al desarrollo de alternativas a los materiales contaminantes y reducir la contaminación por plásticos.
Además la empresa que realiza la limpieza emplea a personas en riesgo de exclusión social.

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

A través de diferentes canales de comunicación se comparte la información y se anima a los trabajadores en su participación.

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

28.1. Información adicional

Se utilizan las redes sociales de la empresa para difundir buenas prácticas medioambientales y la actividad de las ONGs relacionadas con el tema medioambiental.

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.

La empresa identifica y evalúa aquellos aspectos de sus actividades y productos que causan o pueden causar impacto al medio ambiente. Por ejemplo, hemos desarrollado un uso alternativo a los ya escasos subproductos del proceso de producción. También hay estudios constantes para reducir el consumo eléctrico y de agua en el proceso de producción.

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.

La empresa está comprometida con prevenir la contaminación por sus operaciones y actividades. Se dan preferencia a procesos y maquinaria que reducen el consumo energético.
destacamos los siguientes compromisos medioambientales:
- Reducción de despercios,
- Evitamos la deforestación.
- reducción contaminación plástica y con ello la muerte de animales.

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

Somos una empresa 100% de economía circular.
Fabricamos materiales ecológicos que reemplazan a los plásticos tradicionales, cumpliendo con los objetivos de sostenibilidad y las necesidades del mercado.
Nuestro proceso comienza con el uso de residuos de proveedores y termina entregando un

material estable a los moldeadores de fibra, nuestros clientes.

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 a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

La empresa comunica de forma informal con proveedores, clientes y asociados los aspectos ambientales asociados a su actividad. Por ejemplo se les informa sobre la consecución de objetivos como la reducción de los residuos producidos o la reducción de la el coste energético de los procesos.

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 - Ofrecer productos y servicios de calidad
4 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
5 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
7 - Capacitar a las personas de la empresa
8 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
10 - Disponer de presupuesto

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?

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El objetivo en si de la empresa es proporcionar a la industria materiales biodegradables, renovables y de muy bajo impacto ambiental.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Mejora y estandarización de los planes de objetivos 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 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 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.