

RSA - PYMES

Empresa evaluada

ABORA ENERGY, S.L.

CIF:B99500472

C/Buenos Aires 117. Polígono Centrovía

50196 - La Muela

Zaragoza

01 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

15

06 - Persona contacto

Roberto Pac (Director de Marketing)

07 - E-mail contacto

roberto.pac@abora-solar.com

08.- Página web

www.abora-solar.com

1 GENERAL

1.a Tendencias Globales

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

- Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...
- Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas,)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,)
- Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales)

- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación....)

Estos temas son importantes para la empresa y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la empresa a largo plazo., así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Solo tenemos 9 meses de vida, en los que la prioridad ha sido o esta siendo:

- La creación de la linea de fabricación, optimización de procesos y reducción de costes.
- Acción comercial activa para aumentar ventas y conseguir los objetivos marcados.

Por lo que nuestra primera prioridad es arrancar la empresa y conseguir el punto de equilibrio cuanto antes.

En paralelo, desde el departamento de marketing además de múltiples labores, estamos elaborando un plan RSO para la empresa.

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.

Puntuación sección 100,00 %

1.b Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su empresa, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Se plantean y planifica por exigencia legal (sectores específicos) en el corto plazo y con enfoque de previsión a tres o cinco años

3.1. Información adicional

El proyecto de empresa que hemos realizado es de 5 años, por lo que todos los proyectos que se realizan, se hacen pensando en estos 5 años. Aun vez se cumplan los objetivos definidos para estos 5 años, existirá una segunda fase de la empresa en la que se ampliará nave, líneas de fabricación, personal, etc.. Y esto irá en relación con el RSO de la empresa.

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

Actualmente, la empresa no tiene beneficios, ya que esta en fase de arranque gracias a la inversión externa de inversores. La previsión es que en 2020 la empresa ya genere beneficios, y entonces si que se destinarán recursos económicos a proyectos sociales y medioambientales.

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.

Puntuación sección 50,00 %

1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su empresa 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 empresa 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 Ahora 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 sus grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la empresa

6.1. Información adicional

Nuestra manera de identificar las necesidades y/o expectativas de nuestros grupos de interés es preguntándoles que quieren que Ahora 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 nutrso sector

Puntuación sección 100,00 %

1.d Gobierno de la empresa

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la empresa y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la empresa?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la empresa 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 empresa la cultura (razón de ser de la empresa, valores,...) y los objetivos de la empresa?

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 transmitir en todas nuestras acciones, charlas, presentaciones, pagina web, etc.

Puntuación sección 100,00 %

1.e 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, ¿se establecieron los

objetivos e indicadores de seguimiento del plan?

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.

Puntuación sección 75,00 %

2 CLIENTES

2.a 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 periodica 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 mal con la misma finalidad.

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la empresa?

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y 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.

Puntuación sección 100,00 %

2.b 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 evalua el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

13.1. Información adicional

Por un lado tenemos nuestro 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.

Puntuación sección 100,00 %

2.c Calidad del servicio

14.- ¿Cómo realiza su empresa la puesta en el mercado del producto o servicio?

Disponemos de un proceso normalizado que engloba la comercialización eficiente y el asesoramiento transparente de forma que se traslade la información de forma clara y precisa.

14.1. Información adicional

Inicialmente realizamos un estudio de la instalación de nuestros paneles donde pueden ver de una manera aproximada, el coste final de la instalación, ahorros económicos y la amortización de la instalación. Este estudio es muy aproximado, con tan solo un 10% de desviación como mucho.

Una vez que al cliente le encajan los números, le realizamos un presupuesto detallado con el precio final de la instalación, de una forma clara y transparente.

Y aun vamos más allá. Con nuestra monitorización el cliente puede ver en cualquier dispositivo la energía generada con los paneles, y lo más importante, lo que se está ahorrando. De esta manera, el cliente puede comprobar y confirmar, que los números de ahorro económico que le dimos en el estudio previo, es real.

15.- ¿Cuales son las características del servicio post venta de su empresa?

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la empresa 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, sobretensión, etc), pudiendo actuar inmediatamente, evitando así daños en los paneles, y alargando la durabilidad de la instalación.

Puntuación sección 87,50 %

2.d 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.

Puntuación sección 100,00 %

3 PERSONAS EMPLEADAS

3.a 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.

Puntuación sección 100,00 %

3.b Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su empresa 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.....)?

Existen planes que garantizan la igualdad de oportunidades, se evalúan los resultados y se incluyen las mejoras necesarias

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.

Puntuación sección 100,00 %

3.c Conciliación de la vida personal, familiar y laboral

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

Existen actuaciones planificadas y exitosas para facilitar medidas de conciliación para todas las personas que trabajan en la empresa

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.

Puntuación sección 100,00 %

3.d Formación y fomento de la empleabilidad

20.- ¿Cómo identifica su empresa las necesidades de formación de las personas empleadas?

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

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.

También se imparten clases de inglés a todos los trabajadores que lo deseen en nuestras oficinas, en horario laboral y por un profesor nativo de Inglaterra. Las clases son de una hora y media en grupos de 4 personas.

21.- ¿Cómo se gestiona la formación en su empresa?

Existe un plan de formación y las personas empleadas pueden proponer acciones formativas que favorecen la empleabilidad y la promoción interna

21.1. Información adicional.

Como comentábamos, existe formación que se proporciona a los trabajadores que les interesa (Inglés, PRL, etc), y por otro lado, el propio trabajador puede proponer cursos de su interés.

Puntuación sección 100,00 %

3.e Seguridad y salud.

¿Tiene implantado en su empresa mecanismos de salud y seguridad laboral?

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado, en seguimiento y revisión

22.1. Información adicional.

El plan de prevención de seguridad y salud está en proceso de elaboración y revisión al ser una empresa de reciente creación. Se trabaja con un servicio de prevención ajena.

Puntuación sección 75,00 %

4 PROVEEDORES

4.a Compras responsables

23.- En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?

Se selecciona el proveedor en función de la calidad del producto / servicio, el precio y la procedencia del proveedor para fomentar el desarrollo local

23.1. Información adicional.

Actualmente se tiene en cuenta además del precio, la calidad del producto y la procedencia. Todos nuestros proveedores son nacionales o Europeos. Siendo lo habitual en nuestro sector, que gran parte de los materiales vengan de países asiáticos.

En el momento que se realice el plan RSO, y ya esté más asentada la empresa, si que se pretende elegir los proveedores también por sus buenas practicas sociales y medioambientales..

Puntuación sección 50,00 %

4.b Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?

Se clasifican y valoran considerando aspectos sociales, medioambientales, requisitos legales, fiscales y mejores prácticas

24.1. Información adicional.

Se realiza un estudio amplio del proveedor, primando además del precio, calidad, etc, requisitos legales y fiscales. Donde aun no se incide tanto es en aspectos sociales y buenas practicas, todavía.

Puntuación sección 100,00 %

5 SOCIAL

5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la Comunidad en la que desarrolla la actividad su empresa, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la empresa 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.

Puntuación sección 50,00 %

5.b Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su empresa?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos y revisión de los resultados obtenidos

26.1. Información adicional.

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

Puntuación sección 100,00 %

5.c Transparencia con el entorno

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

Sí, a se comparten con todos los grupos de interés, fomentando la posible colaboración y estableciendo planes de comunicación específicos para tal fin

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.

Puntuación sección 100,00 %

5.d Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social desarrolladas por la empresa?

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 practicas en redes sociales, prensa, blog o cualquier otro tipo de medio.

Puntuación sección 100,00 %

6 MEDIOAMBIENTAL

6.a Identificación de actividades de gestión ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su empresa el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental con objetivos e indicadores en seguimiento

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

Puntuación sección 100,00 %

6.b Estrategia frente al cambio climático

30.- ¿Se ponen en marcha medidas que evidencien el compromiso público de la empresa con los impactos ambientales que pueda ocasionar?

Existen medidas que publican, se evalúan periódicamente y se informa del progreso en materia ambiental

31.1. 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.

Puntuación sección 100,00 %

6.c Plan de gestión ambiental

31.- ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?

Existen medidas de reducción de costes de energía y otros materiales planificado y con

metodología específica

31.1. Información adicional

Se dispone de un plan específico de minimizar el consumo energético y reducción de residuos.

Puntuación sección 50,00 %

6.d Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a las personas empleadas y a otros grupos de interés?

Sí, a todos los grupos de interés, estableciendo planes de comunicación específicos para tal fin

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.

Puntuación sección 100,00 %

7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

7.a 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

7.b Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

8

7.c 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.

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.

Puntuación encuesta 88,71 %