

RSA - PYMES

Empresa evaluada

BMC AGRICOLA, S.L.

CIF:B50633015

Polígono Montecillo 2C

50520 - Magallón

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

BMC AGRICOLA SL

02 - Dirección - CP - Población

Pol Ind Montecillo 2C/2Ñ

50520 Magallón

Zaragoza (España)

03 - Sector. Actividad

Fabricación de maquinaria agrícola, abonadoras y repuestos adaptables.

04 - Año comienzo actividad.

1995

05 - Número de personas empleadas

7

06 - Persona contacto

Marta Bes Cañadas

Santiago Serrano Grimal

07 - E-mail contacto

bmc@bmc-agricola.es

08.- Página web

www.bmc-agricola.es

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

BMC Agrícola tiene en cuenta distintos temas globales y generales, por ejemplo, los económicos, tratando de ofrecer una creación de empleo sostenible y generando un equipo de trabajadores con puestos indefinidos, tratando de cumplir siempre al máximo con la legalidad y los requisitos necesarios de calidad.

También le afecta en gran medida la situación política, ya que depende en gran medida de la situación de los agricultores y estos a su vez están muy influenciados por la posible inestabilidad política, así como por todas las ayudas públicas que los distintos gobiernos ponen a su disposición.

BMC Agrícola también se ve en gran medida afectada por los factores medioambientales, ya que su principal actividad es la fabricación de abonadoras y dichas máquinas deben cumplir unas restricciones importantes en la distribución de abono para no dañar el medio ambiente y es por este que BMC apuesta por la constante mejoría de sus productos para optimizar este consumo de abono y minimizar el daño al medio ambiente, certificando su competitividad de los mismos en la unidad de ensayo de Palencia.

BMC apuesta por la constante implementación tecnológica, tanto de sus productos, colaborando con empresas de I+D que le ayudan al desarrollo tecnológico de los mismos para aumentar su competitividad y eficacia en el mercado, como por el desarrollo en las comunicaciones y redes sociales para darse a conocer, tanto a nivel nacional como internacional.

Por último, BMC da gran importancia a la conciliación de la vida personal y profesional de sus trabajadores y apuesta por una formación continua de los mismos.

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

Si

2.1. Información adicional

En mi opinión es importante tratar de plantearse y buscar las mejores medidas para todos los temas planteados anteriormente, aunque debido al tamaño de la mayoría de las PYMES y debido a la complejidad de muchos de estos temas, será beneficioso para las mismas apoyarse en distintos organismos para poder optar por las mejores decisiones, pero esto, a nuestro entender no exime a la PYME de tratar cada uno de los distintos aspectos de la manera más eficiente posible y enfrentarse de manera individual a los mismos.

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?

No hay una planificación formal en la organización

3.1. Información adicional

Se trabaja actualmente en la inclusión de los aspectos 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

El presupuesto que se destina a proyectos sociales o de medio ambiente varía en función de la situación en cada momento de la empresa y a las necesidades prioritarias de la misma, aunque siempre existe una cantidad dedicada a proyectos medio ambientales y en algunos casos sociales.

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

En BMC tenemos una persona responsable para el diálogo con cada uno de los grupos de interés, intentando potenciar al máximo el mismo y tratando de apoyarnos al máximo en aquellas organizaciones y asociaciones públicas que conocemos.

Actualmente no valoramos la posibilidad ni el interés de tener diálogo con posibles inversores externos, pero sí con el resto de los grupos de interés.

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

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

6.1. Información adicional

Actualmente BMC no cuenta con mecanismos formales para conocer las necesidades de cada grupo de interés, aunque es conocedora de las mismas por medio del diálogo y la comunicación con dichos grupos.

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

Apoyados por la empresa que nos asesora y nos indica las medidas necesarias de prevención, así como por nuestra gestoría, BMC informa del código de conducta a sus trabajadores, estando este a su disposición en todo momento.

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

BMC es una empresa familiar formada por 6 trabajadores, todos ellos muy vinculados a la empresa y a los valores de la misma, de manera que todos contribuyen en la misma dirección en la consecución de sus objetivos.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Aunque siempre la Responsabilidad Social ha sido un tema presente en la filosofía de empresa en BMC, es actualmente cuando se comienzan a tomar medidas concisas para mejorar y aumentar esta consciencia social en distintos ámbitos de la empresa.

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 a nivel general

10.1. Información adicional

Debido a la situación inicial de BMC en el desarrollo del Plan de Responsabilidad Social, los objetivos e indicadores marcados se han hecho de manera general para luego con el tiempo y el desarrollo de dicho Plan poder ir definiendo con mayor precisión cada uno de ellos.

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

En BMC trabajamos cada día para mejorar y ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes, para esto, hacemos siempre después de cada campaña un seguimiento acerca de la evolución de la misma y analizamos los posibles problemas que nuestros distribuidores hayan podido tener para aportar la mejor solución a los mismos. Esta evaluación y seguimiento se hace por medio de una visita, en la cual se recogen todos los comentarios y opiniones a analizar posteriormente en BMC para ofrecer una continua mejora a nuestros clientes siempre basada en su opinión y experiencia.

A lo largo de los años, hemos conseguido tener una red de distribución consolidada, la cual está contenta con el servicio y con la atención prestada y la valora de forma positiva.

Actualmente, BMC realiza una reunión anual con los principales distribuidores nacionales que sirve tanto para medir la satisfacción de los mismos, comentando con todos ellos los ámbitos de posibles mejoras a aplicar en la siguiente campaña, como para presentar sus novedades y mediante esas jornadas formar a los distribuidores en las mismas. También esta reunión anual ayuda a BMC a conocer la evolución del mercado y a evolucionar en función del mismo.

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

El mecanismo de identificación de mejoras de servicio a sus clientes se hace mediante la comunicación continua con los distintos distribuidores de BMC, a los cuales BMC visita con periodicidad para analizar las posibles mejoras a realizar e introduciendo las mismas en sus procesos de producción, de manera que conseguimos tener un producto más competitivo en el mercado gracias a la experiencia y necesidades de nuestros distribuidores, siendo estos el motor de mejora continua en BMC.

Los resultados de estas mejoras son evaluados tras la campaña con el propio distribuidor para analizar se ha conseguido el objetivo deseado y si la aceptación del mercado ha sido la esperada.

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

En BMC nos caracterizamos por ser especialistas en la fabricación de abonadoras e intentamos tener una solución de abonado para cualquier necesidad de abonado que nuestro cliente pueda tener, por esto, intentamos apostar por una constante innovación en nuestros productos para que se ajusten a las necesidades de nuestros clientes y nos hagan ser un referente como especialistas en nuestro campo.

Actualmente, BMC apuesta de una manera muy firme por la incorporación de la última tecnología en sus equipos, a la vez que trabaja por la incorporación de elementos innovadores que le diferencien en el sector y le aporten un valor añadido importante. De esta manera, participa en distintos proyectos de I+D, alguno de ellos en colaboración con algunas cooperativas de la zona que permiten medir y valorar los resultados obtenidos tanto de una manera cualitativa, como cuantitativa para poder medir su eficacia en el tiempo. El tiempo de desarrollo de dichos proyectos son 3 años.

Por otra parte, BMC también trabaja en la innovación en cuanto a los servicios que ofrece a sus distribuidores, creando un espacio en la web para cada uno de ellos donde puedan acceder tanto a la documentación administrativa y técnica como a la configuración de cada equipo de manera específica, constituyendo esto una innovación dentro del sector.

Por otra parte, BMC apuesta también de manera muy firme por la incorporación del diseño industrial en sus productos, de manera que resulten más atractivos y más prácticos para el usuario final.

Calidad de los productos y servicios

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

Hasta la fecha no se han tenido en cuenta aspectos socialmente responsables en la producción o prestación del servicio

14.1. Información adicional

Se va a comenzar a trabajar en ofrecer un producto al cliente final pensado en aspectos tanto sociales como ambientales.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

15.1. Información adicional

En BMC valoramos mucho el servicio postventa, ya que lo consideramos fundamental para tener la confianza de nuestros clientes y distribuidores, los cuales saben que BMC responde siempre ante cualquier situación después de realizada la venta, haciendo siempre un seguimiento de los mismos y a su vez, informando si en alguna ocasión ha sido necesario, de algún problema o mejora importante en la producción del producto, incluso sustituyendo de manera gratuita los productos comercializados que a posterior se han modificado con alguna mejora considerable.

BMC se caracteriza por un servicio postventa muy rápido y eficaz y siempre comprometido con sus clientes para darle una solución inmediata.

Actualmente, BMC quiere mejorar todavía más su servicio posventa en sus puntos de distribución, por lo que invierte en la formación y asesoramiento a sus distribuidores lo cual

revierte de una manera directa en el servicio posventa que BMC ofrece a sus clientes finales.

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

BMC ofrece una transparencia total de los productos que fabrica a sus clientes. Por una parte, las características y propiedades de los productos vienen claramente detalladas en cada manual que acompaña a cada uno, así como los posibles riesgos de uso y las prevenciones e indicaciones que el fabricante aconseja a seguir.

Así mismo, también viene claramente especificado el servicio que ofrece BMC a todos sus distribuidores.

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

En BMC no hacemos encuestas a los empleados para conocer el grado de satisfacción de los mismos, pero nos creemos conocedores del mismo por medio de las reuniones que se realizan para escuchar los comentarios y las sugerencias. En estas reuniones se ponen las opiniones de manera conjunta y se analizan las posibles mejoras a incorporar para los trabajadores.

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.

En BMC no se discrimina a ningún trabajador por su sexo, raza o religión, se valora de manera objetiva la formación y el desarrollo profesional para la retribución en cada puesto

de trabajo, así como se le da una gran importancia a la actitud y al compromiso del trabajador con la empresa y sus necesidades.

Actualmente BMC trabaja en un plan de Igualdad.

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.

Debido a que BMC se trata de una PYME que consta actualmente de 7 trabajadores, se tienen en cuenta todas las necesidades puntuales de los trabajadores para conciliar la vida familiar y laboral y se les facilita al máximo la libertad de actuación en cada una de dichas situaciones.

A su vez, por medio del horario en el cual de normal se hacen 30 minutos de más para luego durante los meses de vacaciones escolares poder tener sólo horario de mañana para poder compartir este tiempo con los hijos y familia.

En BMC se facilita al máximo la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

Formación y desarrollo profesional

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

20.1. Información adicional.

Gracias a la colaboración con una empresa que ofrece cursos de formación a los trabajadores, BMC ofrece a sus empleados la posibilidad de realizar dichos cursos, poniendo a su disposición todos ellos para valorar el posible interés en alguno de ellos.

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.

Para lograr profesionales especializados en cada área técnica se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas de los mismos en el desempeño del puesto de trabajo.

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.

Según las instrucciones de la empresa que nos asesora referente a riesgos laborales.

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.

23.1. Información adicional.

No siempre se prima el coste sino que cada vez más son otros los criterios que influyen en la decisión de compra evolucionando a una compra más responsable.

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.

24.1. Información adicional.

El precio y el servicio son fundamentales para lograr ser competitivos en el mercado, pero otros aspectos que se valoran de manera positiva a la hora de elegir proveedor es la cercanía y se trata de favorecer el negocio 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 algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

En BMC no existen planes sociales específicos donde se realice una posterior evaluación y seguimiento del mismo, sí se participa en acciones esporádicas sociales.

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 y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

En BMC valoramos las necesidades ambientales y económicas de la zona local, tratando de contribuir al desarrollo socioeconómico de la zona, lo que por otra parte, retribuye en BMC aumentando su competitividad en el área local.

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?

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

27.1. Información adicional

Las actuaciones que se desarrollan en el ámbito social se comunican a los empleados por medio de las reuniones que se establecen, donde se les hace partícipes de todas ellas y donde se escucha y se valora la opinión de los mismos.

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

En BMC se realiza la comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social de manera aislada, pero actualmente no existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan.

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.

En BMC tratamos de hacer una gestión de los residuos producidos de la manera menos nociva con el medioambiente, utilizando siempre los medios más óptimos para su deshecho habilitados para este fin. Por otra parte, se favorece el transporte en un sólo

medio de transporte a los trabajadores que vienen desde Zaragoza, lo cual supone un ahorro económico para la empresa y a su vez, un menor impacto en el medioambiente por un el uso de un solo medio de transporte, siempre que sea posible.

Actualmente, BMC está valorando distintos aspectos que favorecen la economía circular de la zona, viendo el aprovechamiento de residuos generados como materia prima en su proceso de fabricación. Es una opción muy novedosa para BMC que está todavía en una fase inicial de análisis.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

En BMC no se comunican de manera pública las medidas que se adoptan para minimizar los impactos medioambientales de su actividad, tan sólo se comunica de manera interna.

Economía circular

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

31.1. Información adicional

la economía circular es un aspecto que en el último tiempo estamos tratando de mejorar.

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 comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

La comunicación de las actuaciones en materia medioambiental se comunica a los empleados en la reuniones que se organizan, pero no de manera sistemática.

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

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?

3

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Al ser una pequeña empresa como decíamos antes de solo 6 trabajadores todo es más directo, la comunicación más rápida y ligera

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

pues el mismo punto fuerte que expresaba en la pregunta anterior puede tener su lado malo que a veces por esa relación que al ser pocos hay pues los temas no están tan estructurados, sistematizados y demás,

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.