

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**ITESAL, S.L.**

CIF:B50475839

Polígono Industrial Calle G

50750 - PINA DE EBRO

Zaragoza

### 01 DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

ITESAL, S.L.

#### 02 - Dirección - CP - Población

Poligono Industrial Pina de Ebro, C/G, s/n CP: 50750

#### 03 - Sector. Actividad

Sector Metal.

Diseño, fabricación, comercialización y distribución de soluciones de aluminio para la Arquitectura e Industria

#### 04 - Año comienzo actividad.

1992

#### 05 - Número de personas empleadas

150

#### 06 - Persona contacto

Marta Jorcano

#### 07 - E-mail contacto

mjorcano@itesal.es

#### 08.- Página web

www.itesal.es

www.itesalventanas.es

www.ventanasypuertasdealuminio.es

## 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

ITESAL realiza anualmente la planificación estratégica, en la que partiendo de la revisión de la Misión, Visión y Valores, se analiza la información externa de los Grupos de Interés (Matriz de información Relevante), y los resultados del rendimiento interno de la organización y se elabora una matriz DAFO.

Asimismo, ITESAL realiza una gestión de riesgos desde 2 perspectivas: externa (PEST) e interna (Procesos).

A partir de estos resultados se procede a establecer los Ejes estratégicos en función de 4 perspectivas (Financiera / Clientes / Procesos internos / Aprendizaje y crecimiento), y a desplegarlos a su vez en Objetivos estratégicos a 3 años.

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

No

#### 2.1. Información adicional

ITESAL considera que debe enfrentarse a estos temas (económicos, políticos, medioambientales, tecnológicos, sociales...)conjuntamente con sus grupos de interés, con objeto de identificar y dar respuesta adecuada a sus necesidades y expectativas y elaborar así una estrategia coherente.

Como ejemplo, la Dirección de ITESAL desde el año 2012 lleva ocupando el cargo de Presidente y/o Vicepresidente de la Junta directiva de la Asociación española del Aluminio (AEA) que vela por los intereses de las empresas del sector,

---

**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 planifican de forma voluntaria específicamente en el corto, medio y el éxito a largo plazo de la empresa

#### 3.1. Información adicional

El Plan de competitividad - CMI es el documento de trabajo que identifica de forma cuantitativa la estrategia. En él se recogen los objetivos estratégicos para cada una de las perspectivas, los indicadores de progreso claves, su evolución, y objetivos para los próximos tres años. El plan de competitividad está desplegado al 100% de la organización

desde el 2003.

Para cada uno de los objetivos estratégicos del CMI se determinan iniciativas estrategias que son desplegadas anualmente por cada responsable en planes concretos donde se describen las acciones a llevar a cabo, plazo, responsables y los recursos necesarios para su aplicación.

Los objetivos estratégicos son revisados mensualmente por los responsables asignados, y se analizan tendencias trimestralmente, emprendiendo las acciones correctivas en caso necesario.

#### **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**

ITESAL realiza una planificación de costes en función de distintas partidas. Además realiza un plan de inversiones a 3 años, con revisión anual, a partir del análisis DAFO y de las propuestas de los responsables de área.

Estas partidas se van asignando según las necesidades que vayan surgiendo en medioambiente, seguridad y salud de las personas y programas de Acción social.

Un área de mejora de ITESAL es analizar los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales.

---

**Puntuación sección 62,50 %**

#### **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**

ITESAL ha definido los siguientes Grupos de Interés estratégicos:

1. Clientes
2. Trabajadores
3. Aliados
4. Proveedores
5. Asociaciones
6. Sociedad
7. Organismos públicos
8. Accionistas

##### **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

ITESAL ha identificado las necesidades y expectativas de los Grupos de interés que considera estratégicos y realiza una gestión individual para cada uno de ellos:

1. Clientes: Se recoge información a través de diferentes vías y se utiliza esta información como fuente de entrada a la planificación estratégica:

- Encuestas anuales en las que se pregunta expresamente sobre las necesidades y expectativas de cada segmento de clientes
- Visitas periódicas de la red comercial
- Jornadas anuales de almacenes del grupo y distribuidores
- Jornadas técnicas con talleres

2. Trabajadores: Se recoge información a través de Encuestas de empleado, Reuniones de evaluación del desempeño y reuniones planificadas de la Dirección con todo el personal. Además se consigue información en el día a día a través del Sistema de Sugerencias, las reuniones MECAS de cada área, la herramienta Para, piensa y busca y las semanas de concienciación.

3. Aliados: Se recoge información a través de reuniones periódicas que se tienen con los aliados

4. Proveedores: Se recoge información a través de reuniones periódicas con los proveedores que se consideran críticos

5. Asociaciones: En reuniones periódicas con la asociaciones a las que pertenecemos (AEA, AIRBE...), participando en comités técnicos y ejecutivos.

6. Sociedad: se detectan necesidades y expectativas a través de encuestas realizadas en ferias, jornadas de fomento de la educación que se realizan con distintos centros de formación (Federico Ozanam, Adunare, Universidad, EINA...). También a través de las páginas web y redes sociales.

7. Organismos oficiales: A través de la revisión periódica de la legislación

8. Accionistas: En reuniones del Consejo de administración, el Director general capta las necesidades y expectativas de los accionistas

---

**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

ITESAL dispone de unas Normas de conducta que se revisan periódicamente y se comunican a todo el personal y a las nuevas incorporaciones a través del Manual de acogida,

(B.P.) En el año 2015 se incluyeron en dichas normas un Protocolo para la prevención del acoso en el trabajo que se articula como un mecanismo para prevenir, detectar y excluir las conductas que puedan calificarse como acoso (moral, sexual o por razón de sexo).

## **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**

ITESAL elabora un plan de comunicación con revisión anual, en el que se indica el canal, la frecuencia y los responsables de comunicar los temas relevantes.

Dentro de este plan, se ha diseñado un tríptico que se entrega a todo el personal y a nuevas incorporaciones, donde se comunican la Misión, Visión, Valores de las personas, Decálogo del líder, Política de calidad, MA, PRL y Plan estratégico de la empresa. (B.P.)  
Todos estos temas se revisan en la evaluación del desempeño que se realiza anualmente al 100% del personal.

Por otro lado, se comunican los resultados de los objetivos periódicamente a través de diferentes canales (Tablones, reuniones planificadas, evaluación desempeño...),

Además, se publica trimestralmente un boletín interno con el objetivo de transmitir la cultura de empresa a todo el personal.

---

**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?**

Este año existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

#### **9.1. Información adicional**

ITESAL lleva desarrollando iniciativas de Responsabilidad social en los últimos años que incluyen acciones englobadas en 4 bloques principales:

##### **1. Implicación en la Seguridad y salud de las personas.**

- Implementando herramientas (Metodología 5S, Semanas de concienciación, Reuniones MECAS, Para, piensa y busca ayuda) que han llevado a ITESAL a obtener reconocimientos externos a nivel nacional en materia de PRL (Premio a las mejores prácticas preventivas Asepeyo en 2012 y 2015; Premio "Aragón comprometido con la prevención, otorgado por Gobierno de Aragón en 2015). (B.P.)

- Creación de un comité a nivel nacional de Prevención de riesgos laborales formado por empresas del sector del aluminio para velar por la seguridad de las personas que trabajan en el sector.

\* Comunicación de buenas prácticas en PRL a otras empresas

- Fomento de la práctica deportiva

\* Patrocinador del equipo Tecnyconta

\* Patrocinador Equipos de maratón

\* Colaboración con equipos de fútbol, ciclismo, natación, colegios...de la comarca

## 2. Fomento de la educación y formación.

- Jornadas de puertas abiertas a colegios, centros de formación, universidad...
- Colaboraciones con fundaciones (Federico Ozanam, Adunare)
  - Difusión de información relevante para la sociedad (Sostenibilidad y eficiencia energética)
    - \* Ferias
    - \* Páginas web y blogs .
- Ayudar a desarrollar habilidades empresariales y de fuerza a distribuidores
- Plan de formación para personal interno

## 3. Medio ambiente:

- Análisis del ciclo de vida del perfil de aluminio, para minimizar el impacto en el medio ambiente de los productos que ITESAL fabrica
- Soluciones para mejorar la eficiencia energética de los edificios

## 4. Beneficios sociales:

- Retribución variable al 100% del personal en función del beneficio
- Médico de empresa
- Seguro privado para una parte de la plantilla
- Autobús de empresa para los turnos de trabajo y descuentos en gasolineras

## **10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?**

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

### **10.1. Información adicional**

ITESAL se plantea objetivos en materia de responsabilidad social, a los que asigna una serie de indicadores, que se revisan periódicamente y se toman acciones en el caso de que la tendencia sea negativa.

Ejemplos de indicadores son:

- Accidentes "0"
- Nº acciones de fomento de educación y formación
- Nº publicaciones en páginas web, blogs...sobre información relevante para la sociedad
- Cumplimiento del Plan de formación
- Nº Jornadas técnicas con almacenes
- % Aspectos medioambientales
- Consumos de agua y electricidad
- Cantidad de residuos

---

**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**

Para medir las percepciones de los Clientes, ITESAL realiza desde el año 2003 encuestas de satisfacción anuales.

Estas encuestas están estructuradas en 5 grandes bloques que engloban todos los procesos clave de la organización (Calidad de producto / Plazos / Servicio de atención al cliente y comercial / Cumplimiento de expectativas / Satisfacción general).

Esta encuesta se ha ido mejorando a lo largo de los años para adaptarse a los nuevos objetivos estratégicos. Como ejemplo, en el año 2014 se diseñó la encuesta vía Internet para facilitar al cliente su cumplimentación, y obtener un mayor índice de respuesta. Además en el año 2015 se ha incluido una nueva segmentación de clientes más adaptada a la estrategia,

Por otro lado, también disponemos de Indicadores indirectos que nos informan sobre el grado de satisfacción de nuestros clientes, respecto a los distintos bloques en los que estructuramos la encuesta (Por ejemplo: Reclamaciones por calidad de producto, Cumplimiento de plazos de entrega...).

### **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 saber si son exitosas

#### **12.1. Información adicional**

ITESAL obtiene información para la mejora a través de distintas vías:

- Vía comercial: A través de Visitas a cliente planificadas según el Plan de Marketing y Ventas. Foros, Ferias, Sugerencias. Información de prescriptores, Jornadas técnicas, Convenciones anuales de almacenes y Clientes.
- Vía Calidad: Encuestas de satisfacción de cliente, Reclamaciones o quejas, Servicio de asesoría técnica
- Vía proveedores / partners: nuevos acabados, aleaciones, materiales
- Estudios de mercado y competencia
- Información nuevas tecnologías
- Información nuevas normativas legales

Una vez identificadas estas oportunidades de mejora, se analizan y determina si procede priorizar su realización, e introducirlas en los diferentes procesos.

Se da feedback a los clientes de las acciones realizadas en las visitas planificadas del área comercial.

---

**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 investigan nuevos productos con metodología y planificación

#### **13.1. Información adicional**

A través de nuestro proceso de Inteligencia competitiva, realizamos diferentes actividades de investigación para innovar en productos y servicios según las necesidades y expectativas de nuestros clientes, siendo una de las prioridades dar soluciones para la mejora de la eficiencia energética de los edificios.

Por otro lado, ITESAL implanta medidas en todas las fases del ciclo de vida del producto, para minimizar los impactos que pueden generar sus actividades (B.P.):

- Consumo del 80% de aluminio reciclado, siempre que las condiciones del mercado lo permitan.
- Uso del 100% de las pinturas no peligrosas: libres de TGIC, plomo...
- Uso de tratamientos químicos alternativos libres de cromo hexavalente
- Selección de proveedores de la zona o nacionales
- Priorización de reutilización de residuos: Ejemplo: Aluminato sódico que genera como resultado de su actividad, se usa como subproducto para la industria química.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

## **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**

ITESAL dispone de distintas vías de asesoramiento para la puesta en marcha del producto-servicio, teniendo en cuenta criterios técnicos (Eficiencia energética, usabilidad, seguridad, confort) y criterios socio-económicos (sostenibilidad, reciclabilidad, mantenimiento, estética, legales):

1. A través del proceso Gestión comercial y Asesoría técnica Arquitectura que asesora al Cliente en todas las fases del proyecto de obra.
2. A través de Jornadas anuales de almacenes, talleres para dar información y formación sobre productos.
3. Publicación en la web [www.itesal.es](http://www.itesal.es) de Catálogos de las series de carpintería, donde aparece la Ficha técnica del producto
4. A través de la página [www.itesalventanas.es](http://www.itesalventanas.es) sobre cómo elegir tu ventana

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

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

#### **15.1. Información adicional**

ITESAL dispone de un proceso de Gestión de Incidencias, que recoge todas las quejas y reclamaciones de los clientes, las analiza e implanta las acciones correctivas necesarias para eliminar las causas que han provocado la no conformidad.

Por otro lado, dispone de un área específica de Asesoría técnica de arquitectura, que ayuda al cliente en todas las fases del proyecto de obra y durante la vida útil del producto.



---

**Puntuación sección 62,50 %**

## **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**

ITESAL proporciona información clara a sus clientes en cada pedido realizado, respecto a precios, condiciones de pago y entrega.  
Además dispone información técnica en la página web [www.itesal.es](http://www.itesal.es) de todos los productos, con los certificados y ensayos que realiza.

---

**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**

En ITESAL desde 2008 hay implantados métodos de análisis de percepción de las personas, en los ámbitos relevantes, a través de encuestas que se realizan al 100% del personal una vez al año.

Se realizan tres tipologías de encuestas, cuyo objetivo es:

-Encuesta de Capital Humano: conocer la opinión de las personas sobre Mentalidad y cultura, Competencia, Liderazgo, Imagen y marca

-Encuesta de Comunicación Interna: conocer la opinión de los empleados respecto a su responsable en temas como responsabilidades y tareas; motivación; desarrollo; resolución de problemas.

-Encuesta de cliente interno: conocer la opinión del resto de Áreas sobre la propia en temas como disponibilidad, actitud, cumplimiento y comunicación.

En todos los casos los resultados están enfocados a mejorar la estrategia y planes de gestión de personas y sus resultados son analizados y comentados en entrevistas anuales coincidentes con la Evaluación de Desempeño.

Las preguntas son revisadas anualmente, habiéndose incorporado modificaciones; por ejemplo en 2015 se añadieron 20 preguntas con el objetivo de conseguir información sobre las actuaciones que la empresa estaba realizando para mejorar su imagen y marca.

Además la Dirección general realiza periódicamente entrevistas personales planificadas en las que formula preguntas clave para conocer el alineamiento del personal. Por ejemplo, en 2014 realizó entrevistas a todos los mandos intermedios y este año 2016 se han planificado reuniones con el 100% del personal.

---

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.....)?**

Explícitamente existen medidas que promueven la igualdad de oportunidades y garantizan la no discriminación de forma general

#### 18.1. Información adicional.

A la hora de la selección, promoción o desarrollo de los empleados, ITESAL elige en función de la adecuación de la persona al puesto de trabajo (Formación, experiencia, Competencias), sin tener influencia su sexo, religión, edad, orientación sexual...

Así mismo la retribución salarial es en función del puesto de trabajo y no de la condición particular de la persona.

Para prevenir, detectar y excluir las conductas que puedan calificarse como acoso (moral, sexual o por razón de sexo), ITESAL ha definido un protocolo para la prevención del acoso en el trabajo, asignando recursos para su implantación.

---

Puntuación sección 50,00 %

### 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 para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas

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

Dentro de una franja de horarios establecida para el buen desempeño de la empresa, ITESAL facilita la entrada y salida del personal en función de las necesidades individuales.

Por otro lado, tras un análisis de las necesidades de atención de los clientes, se han incorporado medidas de rotación del personal dentro del área, para poder cubrir la totalidad del horario establecido,

---

Puntuación sección 75,00 %

### 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.**

Uno de los objetivos estratégicos de ITESAL es Mejorar las competencias de todo el personal de la organización, no solo para garantizar personas cualificadas en los puestos de trabajo, sino para desarrollar profesionalmente a las personas.

Por ese motivo desde el año 2002 ITESAL realiza anualmente una reunión con Dirección y los responsables de área, donde se identifican las necesidades formativas en base a:

- los objetivos del plan estratégico
- Nuevos requisitos (de cliente, legales...)
- las necesidades formativas detectadas por cada responsable en la ejecución diaria del trabajo
- la necesidad de mejora de competencias detectada en la Evaluación del desempeño junto con cada persona evaluada
- en función de las demandas de los trabajadores, comunicadas a sus responsables directos

### **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.**

Con todas las necesidades detectadas según el apartado 20.1 , RRHH y Dirección General realizan un análisis y deciden cuales de estas acciones formativas se llevan adelante en función de su impacto en la estrategia y coste, y aprueban el Plan de formación anual.

Después de cada acción formativa, el responsable superior evalúa la eficacia de dicha formación y anualmente RRHH hace un informe de valoración de todas las acciones realizadas en el Plan.

---

**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 y conocido por las personas empleadas

#### **22.1. Información adicional.**

Garantizar un entorno seguro y saludable para las personas que forman parte de ITESAL es una prioridad estratégica en la Compañía.

La metodología de prevención se revisa y se actualiza anualmente. En el año 2004 ITESAL elaboró su primer Plan de PRL en el que realizó una evaluación de riesgos de cada puesto de trabajo que incluye instalaciones, equipos y materiales. Además se comenzaron a realizar inspecciones internas periódicas de riesgos laborales.

En el año 2007 la Dirección General desarrolló la Política de prevención de ITESAL.

En el año 2013 se sustituyeron las inspecciones por auditorías siguiendo la metodología 5S (B.P.).

También se creó el Comité de Seguridad y Salud laboral, que mantiene reuniones mensuales.

Además en 2014 se implantaron las semanas de concienciación (B.P.) en las que se imparten charlas sobre Primeros auxilios, manipulación de cargas, medio ambiente. Estas políticas de PRL han llevado a ITESAL a permanecer más de 5 años sin accidentes de trabajo con baja y a obtener reconocimientos externos como el premio Aragón comprometido con la Prevención, concedido por la DGA en el año 2015 y el premio a las mejores prácticas preventivas, concedido por Asepeyo en los años 2012 y 2015.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

## **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 no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social

#### **23.1. Información adicional.**

En la selección de proveedores de productos críticos (Aluminio, pintura, poliamida) ITESAL tiene en cuenta los siguientes factores:

- Calidad del producto-servicio,
- Plazo,
- Precio,
- Cumplimiento de requisitos medioambientales
- Cumplimiento de requisitos sociales.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

### **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 valoran la calidad de servicio, el precio y las prácticas sociales y medioambientales en su actividad

#### **24.1. Información adicional.**

ITESAL dispone de un método de evaluación continua de los proveedores en función de:

- Incidencias en calidad
- Incidencias en plazo
- Incidencias PRL, medioambientales o sociales

asignando unos puntos de demérito dependiendo de la criticidad de la incidencia.

Posteriormente se calcula el índice de Valoración de cada proveedor, pudiendo ser tipo A (90-100 puntos), B (75-90 puntos) o C (menos de 75 puntos) en función de la puntuación obtenida. Los proveedores tipo C se analiza si procede mantenerlo como proveedor.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

**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.**

ITESAL realiza diferentes acciones sociales alineadas con su estrategia, diferenciadas en 2 bloques principales:

1. Fomento de la educación y formación de la sociedad
  - Jornadas de puertas abiertas y charlas a colegios, centros de formación, universidad...
  - Colaboraciones con fundaciones (Federico Ozanam, Adunare)
  - Acciones de formación y sensibilización ambiental a través de:
    - \* Páginas web y blogs
    - \* Ferias
2. Implicación en la seguridad y salud de las personas:
  - Preocupación por la seguridad de las personas
    - \* Participación en un comité a nivel nacional de PRL en el sector del aluminio
    - \* Comunicación de buenas prácticas en PRL a otras empresas
  - Fomento de la práctica deportiva
    - \* Patrocinador del equipo Tecnyconta
    - \* Patrocinador Equipos de maratón
    - \* Colaboración con equipos de fútbol, ciclismo, natación, colegios...de la comarca

---

**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 planifican e implantan proyectos que están unidos con el negocio

**26.1. Información adicional.**

ITESAL realiza diferentes acciones sociales (ver apartado 25.1) que están alineadas con su estrategia, y que contribuyen en concreto con 2 de sus objetivos principales:

- Construir marca
- Responsabilidad social

---

**Puntuación sección 50,00 %**

**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, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés expresamente implicados

**27.1. Información adicional**

ITESAL hace públicas todas las acciones sociales que realiza a través de su página web [www.itesal.es](http://www.itesal.es), a la que pueden acceder todos los Grupos de interés.

Además, para fomentar la participación de todos los empleados se hace uso de los distintos canales internos:

- Boletín trimestral interno
- Tablones donde se anuncian las jornadas de acción social

Respecto a comunicación a la sociedad, se emplean:

- Comunicaciones en periódico local (Zafarache)
- Reuniones de las asociaciones (AEA - AIRBE)
- Ferias comarcales

---

**Puntuación sección 75,00 %**

**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?**

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

**28.1. Información adicional**

Según se explica en el apartado anterior (27.1) ITESAL hace públicas todas las acciones sociales que realiza a través de su página web [www.itesal.es](http://www.itesal.es), y comunica a la comunidad local actuaciones concretas a través de los siguientes canales:

- Comunicaciones en periódico local (Zafarache)
- Reuniones de las asociaciones (AEA - AIRBE)
- Ferias comarcales

---

**Puntuación sección 50,00 %**

**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.

Desde el año 2008, ITESAL ha implantado y mantenido un Sistema de gestión medioambiental según la norma Iso 14001 certificado con la empresa AENOR.

ITESAL identifica y evalúa los aspectos ambientales que tienen un impacto significativo en el medio ambiente y toma acciones para abordarlos.

Esta evaluación de Aspectos medioambientales sirve de referencia para el establecimiento de Objetivos medioambientales anuales, integrados en la estrategia de ITESAL.

Estos Objetivos son planificados anualmente y se revisa su evolución a través de indicadores de seguimiento.

---

**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 planes que se comunican internamente y externamente

#### 31.1. Información adicional.

ITESAL desarrolla una cultura que apoya la prevención de la contaminación a través de una planificación en todas sus actividades.

Anualmente realiza una identificación y evaluación de los Aspectos medioambientales de la organización, que pueden causar un impacto significativo en el medio ambiente y se proponen planes de mejora para minimizar los impactos negativos.

Dentro de los planes de mejora medioambiental que ha realizado ITESAL se encuentran (B.P.):

- Año 2005: Cambio del tratamiento químico preparatorio al lacado de perfiles, a una composición libre en Cromo hexavalente siendo una de las primeras empresas del sector en realizar este cambio

- Año 2009: En el proceso de extrusión, el principal residuo peligroso que se genera en la limpieza de matrices es el aluminato sódico. Se consiguió firmar un acuerdo con un Cliente que lo utiliza como materia prima en su proceso, de tal forma que ITESAL ha convertido la gestión de un residuo peligroso en un subproducto que se aprovecha y reutiliza

- Año 2015 Cambio de la composición de las pinturas, logrando que el 100% de las pinturas utilizadas en el proceso sean no peligrosas, libres de TGIC.

Estas actuaciones son comunicadas interna y externamente a los Grupos de interés estratégicos.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

## 6.c Plan de gestión ambiental

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

Existen planes de eficiencia implantados, en seguimiento y con evaluación periódica de los

resultados obtenidos en certificaciones como la ISO 14001

### **31.1. Información adicional**

Según el Sistema de gestión medioambiental ( Iso 14001) implantado, ITESAL tiene planes de mejora específicos para reducir los consumos de energía, materiales y residuos.

- En el caso de los residuos hay desarrollado un plan para la adaptación de las operaciones de gestión de residuos catalogadas como D (eliminación) a R (valorización).. También se está trabajando en descatalogar como producto peligroso los lodos que surgen como consecuencia de la depuración del tratamiento químico en el proceso de lacado.

- Respecto a consumo de materiales, existen planes de mejora abiertos para uso de Materias primas recicladas (Aluminio reciclado) y productos no peligrosos (Pinturas sin TGIC). También para reducción de consumos y aumento de eficacia de los procesos.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

## **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, se comunica a todos los grupos de interés

### **32.1. Información adicional**

ITESAL dispone de distintas vías de comunicación en materia ambiental:

- Semanas de concienciación: Es una herramienta que se utiliza para comunicar y dar formación en temas relevantes relacionados con la Seguridad, salud y medioambiente a todas las personas de la organización

- Boletín interno trimestral

-Ferias en las que se promueven mejores prácticas medioambientales a toda la sociedad

- Páginas web: [www.ventanasitesal.es](http://www.ventanasitesal.es) en la que se exponen criterios de sostenibilidad

- Jornadas técnicas con almacenes y clientes

- Comunicación de requisitos medioambientales a proveedores

- Declaraciones anuales a la administración

---

**Puntuación sección 75,00 %**

## **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 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo

2 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente

3 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés

4 - Capacitar a las personas de la empresa

5 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral



- 6 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 7 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 8 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 9 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 10 - Disponer de presupuesto

### **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?**

7

### **7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora**

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

Preocupación por la Salud y seguridad de las personas

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

- Realizar un plan de responsabilidad social anual con un programa de acción social definido.
- Mejorar la comunicación con los Grupos de interés
- Medida del retorno del plan RS

---

**Puntuación encuesta 81,45 %**