

RSA - PYMES

Empresa evaluada

NOVIEBRO, S.L.

CIF:B99284002

C/George Stephenson 32.
50015 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

NOVIEBRO S.L.

02 - Dirección - CP - Población

C/ GEORGE STEPHENSON, Nº 32
POLIGONO MOLINO DEL PILAR, NAVE 78
50.015 - ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

COMERCIO AL POR MAYOR DE MAQUINARIA INDUSTRIAL Y SERVICIO POSTVENTA.
ESPECIALIZACIÓN EN AIRE COMPRIMIDO Y VACÍO INDUSTRIAL.

04 - Año comienzo actividad.

2011

05 - Número de personas empleadas

8

06 - Persona contacto

SOFIA CABRERIZO PÉREZ

07 - E-mail contacto

sofia.cabrerizo@noviebro.com

08.- Página web

www.noviebro.com

GENERAL

Tendencias Globales

- 1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:
 - Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
 - Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
 - Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,

etc)

- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

Se consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

1.1 Información adicional

NOVIEBRO, es una empresa que comercializa producto y realiza su servicio postventa.

En las instalaciones de Noviebro no se fabrica pero el producto suministrado a nuestros clientes sí que tienen impacto medioambiental en consumo de energía eléctrica, en vertido a red alcantarillado y en salud laboral.

El éxito y supervivencia de Noviebro es debido a las relaciones de valor con sus clientes, relaciones fuertes con sus proveedores y plantilla estable con alta cualificación.

Semestralmente nos reunimos departamento de calidad, donde está implicada área comercial, servicio técnico, administración y gerencia y se definen propuestas en esta dirección.

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

Si

2.1. Información adicional

'La responsabilidad social, parte de la persona como individuo y se debe trasladar a los grupos de interés. Todo empresa, autónomo trabaja con clientes, proveedores y la organización está compuesta por personas/trabajadores.

A partir de este punto según el sector y servicio que realiza podrá abarcar más puntos y desarrollar más proyectos para abordar problemas sociales.

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

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

Se incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

3.1. Información adicional

Los aspectos legales que aplican a nuestro sector, se implementan gradualmente a través de nuestro plan interno de calidad.

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

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

Todos los años se destina un presupuesto para los siguientes puntos,

- Formación de los trabajadores
- Salud laboral (EPIS)

- Formación a empresas
- Auditorías energéticas en nuestros clientes
- Instalaciones Noviebro hacia una mejora energética e intentar reducir consumo energético.

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

Por la actividad de NOVIEBRO y ser una comercial de tipo técnico, están muy definidos los grupos de interés.

- Clientes. Por nuestro producto, toda empresa de sector industrial es cliente potencial.
- Proveedores. Somos distribuidores oficiales de unas marcas con las que se ha llegado a un acuerdo comercial y existe un contrato.
- Trabajadores. Son la cara visible de la empresa, debe haber un buen ambiente laboral, y deben estar en continua formación.

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

Clientes. Se realizan ?Encuestas de satisfacción del cliente? con periodicidad anual, en las que se mide área comercial y área servicio postventa.

- ? la atención comercial
- ? la atención técnica y conocimiento del producto
- ? calidad del trabajo realizado
- ? el cumplimiento de plazos / rapidez en la intervención técnica
- ? la documentación entregada

Proveedores. Son evaluados anualmente. La evaluación de los proveedores queda documentada en el sistema informático en el módulo de ?control de calidad? de la ficha del proveedor.

En cada pedido a proveedor se indica en la parte inferior del pedido.

"Conforme con las normas UNE EN ISO 9001:2015 de Calidad y con objeto de garantizar que los procesos, productos y servicios que ustedes nos suministran son conformes con los requisitos y compromisos determinados en nuestra Política, informaros que evaluaremos periódicamente su capacidad de acuerdo con los requisitos determinados en nuestros acuerdos comerciales

Trabajadores. Informalmente gerencia habla con los trabajadores individualmente.

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

Al realizar entrevista al personal antes de incorporarse laboralmente a Noviebro, se transmite el espíritu y valores de la empresa.

El ambiente laboral, la calidad humana y ética del personal de Noviebro son el sello de la empresa.

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, pero no de manera sistemática o formal

8.1. Información adicional

El buen hacer, la transparencia con proveedores y clientes, así como la colaboración y compañerismos entre departamentos son nuestro día a día en la empresa.

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

Tras informarnos y formarnos en lo que significa e implica el plan de Responsabilidad Social, de una forma implícita ya se vienen acometiendo acciones dentro del marco y contexto que la actividad de Noviebro como empresa realiza.

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

10.1. Información adicional

Se establece evaluar indicadores asociados con el RSC que impliquen a los grupos de interés implicados. (Clientes, proveedores, trabajadores).

Potenciar con nuestro producto, el minimizar el impacto medioambiental ofreciéndolo a nuestros clientes desde el enfoque de Responsabilidad Social.

CLIENTES

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 mantiene una comunicación fluida con el cliente que permite percibir su grado de satisfacción.

A través de nuestro sistema de calidad (ISO 9001:2015). Para analizar la tendencia en la satisfacción del cliente se ha establecido realizar ?Encuestas de satisfacción del cliente? con periodicidad anual, en las que se mide:

? la atención comercial

? la atención técnica y conocimiento del producto

? calidad del trabajo realizado

? el cumplimiento de plazos / rapidez en la intervención técnica

? la documentación entregada

El muestreo de clientes a los que realizar la encuesta comprende como mínimo los clientes nuevos y aquellos de especial relevancia, por ser una cuenta importante económicamente o por una cuestión de imagen.

Además, el seguimiento comercial de los clientes y el análisis de mercado permite disponer de información suficiente para identificar oportunidades de mejora en la satisfacción de los clientes de NOVIEBRO.

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 su implantación

12.1. Información adicional

Con una periodicidad semestral (queda reflejado en nuestro sistema de calidad) nos reunimos comité de calidad donde están implicados los departamentos de comercial, servicio técnico, administración y gerencia y donde se exponen y plasman las "Oportunidades de mejora" enfocadas al cliente con sus acciones, responsables y plazos.

Estas oportunidades de mejora provienen de comunicación fluida que se tiene mantiene con el cliente, de observaciones en las encuestas anuales realizadas y de cumplimiento de la política de calidad de Noviebro donde se indica; " NOVIEBRO se funda en el año 2011 con la vocación de CREAR RELACIONES DE VALOR con nuestros clientes, dándoles asesoramiento y soluciones a sus necesidades relacionadas con temas de AIRE COMPRIMIDO, VACÍO y otro tipo de energías afines".

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

NOVIEBRO es una comercial industrial en la zona de Aragón, que trabaja como distribuidor oficial de unas marcas de primera línea en su sector, donde destacan por su compromiso en satisfacer las necesidades del cliente, innovando y ofreciendo los equipos en términos

de energía más eficientes del mercado y comprometidos con el medio ambiente a través de productos que minimizan su impacto.

El personal de NOVIEBRO, acude a las formaciones organizadas por sus proveedores y a ferias para conocer las últimas novedades del mercado.

Calidad de los productos y servicios

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

14.1. Información adicional

Se realizan estudios en términos medioambientales de ahorro de energía y disminución de la huella de CO₂, con cálculos de amortización.

Tras el suministro de las máquinas, se registran los datos en un PLC internos y se demuestra la eficacia de la inversión realizada.

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

Dentro de la organización de NOVIEBRO, está el departamento de Servicio Técnico que atiende el servicio postventa de las máquinas suministradas.

El servicio postventa se evalúa a través de encuestas de satisfacción del cliente que se realizan con una periodicidad anual.

En estas encuestas se evalúan los siguientes puntos;

-Rapidez en el plazo de intervención.

-Profesionalidad del personal

-Solución de los problemas

-Trato personal

Observaciones (mejoras por parte del cliente).

Por otra parte, en nuestro sistema de gestión hay un bloque destinado a avisos cuyo fin es llevar el control del parque de maquinaria que mantenemos.

El responsable de servicio técnico, avisa al cliente cuándo le tocaría al equipo realizar mantenimiento preventivo y se tiene el material de repuestos preparado según la intervención que por número de horas le toca.

También se realizan revisiones de correctivo.

Todas las intervenciones quedan plasmadas en un parte de trabajo, que tras finalización de la intervención, se deja copia al cliente que firma dando su conformidad.

En el parte de trabajo aparecen los siguientes datos (Cliente, fecha, máquina a realizar intervención y nº de serie, repuestos a utilizar, mano de obra de técnico y observaciones donde se describe la intervención realizada, firma del cliente y si la máquina está incluida en contrato de mantenimiento del cliente).

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

PRODUCTO

En la oferta del producto se indica Modelo, marca, importe económico y plazo de entrega.

Esta oferta es acompañada de catálogo y descripción técnica del producto.

Todos los equipos se suministran con su certificado CE.

SERVICIO

En las propuestas de contrato de mantenimiento de servicio técnico se indican los siguientes datos:

Máquinas a mantener en ese contrato.

Cadencia de trabajo anual, traducido a número de intervenciones año.

Descripción de las operaciones de mantenimiento a realizar que tras firma de contrato quedarán plasmadas en check list de parte de trabajo de técnico de NOVIEBRO.

Materiales a sustituir.

Coste de técnico que incluye mano de obra, desplazamientos y kilometraje.

Condiciones de garantía y servicio postventa.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

17.1. Información adicional

las necesidades y expectativas del personal es que tengan definidas de forma clara, cuáles son sus funciones y responsabilidades.

La empresa se compromete para que desempeñen sus funciones correctamente a que dispongan de los medios necesarios.

Periódicamente se les va preguntando si se encuentran bien, si se están cumpliendo sus expectativas y si tienen buen clima laboral dentro de su departamento y con el resto de la empresa.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de

promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

NOVIEBRO es una PYME de 7 trabajadores incluyendo a gerencia.

En el caso de nuevo puesto con mayor responsabilidad ó nuevas funciones dentro de la empresa, la política de NOVIEBRO es dar la oportunidad a un trabajador ya en plantilla y promocionarlo internamente con el condicionante de que por su experiencia y aptitudes pueda desempeñar las funciones sin problema en el nuevo puesto de trabajo. Si fuese necesario se le complementaría con una formación específica.

Ante un nuevo puesto de trabajo, no existe condicionante en la solicitud de candidatura que venga impuesta por ningún condicionante ni discriminación.

El personal elegido es evaluado previamente por su valía y formación expuesta en su C.V.

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 aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

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

En NOVIEBRO, se respetan los horarios establecidos en contrato.

En el área de servicio postventa, siempre que se puede, se intenta realizar jornada continua en vez de jornada partida.

En el área comercial, desde hace un año la jornada continua se realiza los viernes, vísperas de festivos y meses de verano (julio-agosto).

Siempre queda una persona de guardia.

De este modo intentamos que los trabajadores puedan tener una mejor conciliación personal y familiar.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

20.1. Información adicional.

Las necesidades de formación son detectadas por gerencia, por los responsables de cada departamento o a petición propia del trabajador y pueden ser satisfechas mediante la asistencia a un curso, conferencias o a través de reuniones internas de formación.

Al incorporarse un nuevo trabajador, recibe la formación interna por parte de su superior para conocer la empresa, los productos y servicios, la Política de Calidad y los objetivos, los procedimientos, las herramientas de gestión que ha de utilizar, etc

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.

En el departamento comercial, se realizan formaciones de nuevos productos en el apartado comercial (ventajas competitivas y estrategias de venta) y en el apartado técnico ya que el producto a comercializar es en el ámbito industrial.

Los comerciales de menor experiencia se apoyan en comerciales de mayor experiencia, realizando una formación continuada.

En el departamento de servicio postventa, la formación externa viene dada principalmente en materia de PRL y por proveedores a la hora de realizar operaciones de mantenimiento preventivo y correctivo en nuevas máquinas.

Con la incorporación de nuevos técnicos, si coincide existe por parte de proveedor externo una formación básica, ésta se realiza. El periodo de formación suele ser de 6 meses y se realiza mediante acompañamiento de técnico con mayor experiencia.

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

22.1. Información adicional.

Para el desempeño de nuestro trabajo, es obligado estar al día en materia de PRL.

La mayoría de nuestros clientes trabajan con plataformas de PRL sobre las que tenemos que actualizar mensualmente la documentación solicitada en este campo.

De no estar todo OK, el acceso a la planta de nuestros clientes, no es posible.

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.

NOVIEBRO busca que sus proveedores, sean en materia medioambiental los más eficientes, aunque el coste inicial de adquisición de los productos sea mayor.

Los clientes comprometidos en materia mediomabiental valoran nuestros productos ya que

el retorno de la inversión es mayor que adquiriendo productos cuyo importe inicial es menor.

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.

Noviebro busca proveedores cuyas marcas en material medioambiental (eficiencia energética) sean premium.

Nuestros clientes potenciales, son empresas que tienen como objetivo su producción a través de los medios más eficientes.

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.

NOVIEBRO está focalizada en sector industrial. Suministro de maquinaria y servicio postventa especializados en aire comprimido y vacío industrial.

Por nuestro conocimiento y experiencia en la tecnología del aire comprimido y herramienta accionada por aire comprimido se nos ha solicitado por parte de organismos públicos y empresas, seminarios y ayuda técnica para poder realizar mejoras en el ámbito de la salud. Todos estas acciones, NOVIEBRO las realiza libre de cargo.

- SEMINARIOS RELACIONADOS CON SALUD LABORAL

Seminarios de Ergonomía en el uso de herramienta industrial

Exposición a vibraciones en herramientas de arranque de material

Minimizar impacto de ruido mediante boquillas de soplando de bajo nivel sonoro

- COLEGIO DE INGENIEROS, desarrollo de respiradores desde tomas de aire comprimido en hospital durante pandemia COVID

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

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

Se realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

26.1. Información adicional.

Seminarios/Formaciones apoyados por nuestros proveedores que ayudan a nuestros clientes para conseguir objetivos relacionados con;

SALUD LABORAL

- Minimizar bajas laborables por el incorrecto uso de herramientas accionadas por aire comprimido ó mejoras en el puesto de trabajo.

Colaboramos con proveedor que suministra producto/accesorios de herramienta industrial accionada por aire comprimido en el que uno de sus puntos más fuertes es la ergonomía que ofrece y la mejor forma que tenemos para conseguir llegar al cliente final es a través de formaciones y demostraciones.

MEDIOAMBIENTE

- Realizamos auditorías energéticas (libres de cargo), para que el cliente obtenga un beneficio en su factura eléctrica a través de equipos que suministramos de alta eficiencia energética, demostrando que la potencia específica que tienen en su sala de compresores se puede mejorar, tras implementar las mejoras que se indican en el estudio.

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

En los apartados antes descritos, la organización está implicada y tanto el departamento comercial como el de servicio técnico promueven estas acciones ya que son los que más en contacto están con nuestros clientes.

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?

No se comunican

28.1. Información adicional

Al ser acciones específicas, en la mayoría de los casos hechas a medida, no se divulga en ningún medio.

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.

NOVIEBRO es una empresa que se dedica a la comercialización y al servicio postventa. Partiendo de que en NOVIEBRO no se fabrica, se tienen identificadas las siguientes actividades que tienen impacto en el medio ambiente.

Servicio Postventa

- En los equipos que realizamos mantenimiento preventivo, se sustituyen consumibles (filtros y aceites).

Noviebro ofrece servicio de recogida de consumibles usados al cliente que después gestiona con un gestor de residuos.

- Se intenta minimizar el uso de furgonetas, planificando rutas (siempre que se pueda) y de este modo haya menor gasto de combustible.
- Se Realizan estudios energéticos, relacionados con el aire comprimido, instalando medidores, con el fin de proponerles a los clientes equipos de mayor eficiencia energética. También se les indica el nivel de fugas que tienen en sus instalaciones y se les traduce en consumo de energía.

Comercialización de Equipos

En el portfolio de NOVIEBRO, se identifican equipos que son ofrecidos a los clientes para que puedan reducir su impacto medioambiental.

- Separador de Condensados para cumplir con Real Decreto 849/1986 y se pueda verter directamente a red de alcantarillado el condensado de las purgas de la sala de compresores.
- Equipos de medición para cumplir con la ISO 50001
- Equipos con variador de frecuencia para que sean más eficientes energéticamente.
- Secadores frigoríficos con Gas Refrigerante Ecológico R-513A

Suministro de Equipos

Se intenta (siempre que se puede), enviar directamente el producto desde fábrica a cliente final sin pasar por NOVIEBRO. Menor impacto ambiental por transporte y embalaje.

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.

Como hemos indicado en anteriores puntos, NOVIEBRO no es fabricante pero sí que se realizan acciones para minimizar el impacto climático.

- Iluminación. Sustitución por tecnología LED
- Equipo de Calefacción/Aire Acondicionado. Sustitución por tecnología Inverter y gas refrigerante con menor carga impositiva por ser menos contaminante.
- Intentar minimizar consumo de gasoil (minimizando desplazamientos de las furgonetas) previa planificación de rutas y envíos directos de equipos desde fábrica a cliente final.
- Minimizar el uso de embalajes con envíos directos.

- Gestión de residuos (cumplir con la normativa)

Economía circular

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

No se han desarrollado iniciativas o proyectos orientados a la economía circular

31.1. Información adicional

Noviebro no es fábrica de producción y no genera residuos.

Comercializa producto técnico destinado al departamento de producción en sector industrial, (no comercializa materia prima).

En servicio postventa la recogida de consumibles (filtros y aceite), se gestiona a través de un gestor de residuos, cuyas recogidas están programadas según legislación vigente.

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

Todos los puntos mencionados en el apartado 29.1 son comunicados a las partes interesadas en las reuniones del comité de calidad.

De esas reuniones salen nuevas acciones.

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 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Disponer de presupuesto
- 3 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 4 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 5 - Capacitar a las personas de la empresa
- 6 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 7 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 8 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 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?

Puntos fuertes y áreas de Mejora**35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

NOVIEBRO en los diez años de vida ha creado relaciones de valor con clientes y estrecha colaboración con marcas representadas.

Estabilidad en la plantilla y alta cualificación.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Comercialmente, la persona de contacto dentro de las empresas visitadas pertenecen a departamento de mantenimiento.

Se debería también llegar la información de producto a departamento de medioambiente, riesgos laborables y energía que son los que pueden trabajar más estos puntos de responsabilidad social y desarrollar conjuntamente algún proyecto.

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

No, mi organización no conoce la Agenda 2030 ni los ODS

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

No

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

- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.