

RSA - PYMES

Empresa evaluada

OPER DELICIAS VENDING, S.L.

CIF:B99085946

C/Embarcadero nº:2.-

50009 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

OPER DELICIAS VENDING, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

C/ EMBARCADERO, 2

03 - Sector. Actividad

SERVICIO INTEGRAL DE VENDING EN EMPRESAS Y NEGOCIOS

04 - Año comienzo actividad.

1967

05 - Número de personas empleadas

12

06 - Persona contacto

SUSANA LORENZO GONZÁLEZ

07 - E-mail contacto

susana.lorenzo@odvending.es

08.- Página web

www.odvending.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)

1.1 Información adicional

Con periodicidad quincenal se realiza una reunión de los responsables de cada departamento para analizar la situación global y ver en qué medida nos pueden afectar los acontecimientos externos en la actividad de la empresa, con el objetivo de desarrollar una respuesta lo más anticipada posible.

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

2.1. Información adicional

Todas las organizaciones, independientemente de su tamaño, pueden dar una respuesta a los diferentes temas globales.

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?

3.1. Información adicional

La Ley de Envases establece que las empresas son responsables de los residuos que generan los productos envasados que ponen en el mercado, en nuestro caso, debemos elaborar una declaración de envases anual. Se debe informar al Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliado del Productor (SCRAP) del que forman parte, en nuestro caso a Ecoembes, sobre los envases puestos en el mercado el año anterior. El producto sobre el que se realiza la declaración son los vasos que dispensan las máquinas de venta automática de café.

Dentro de la estrategia de la empresa está el buscar reducir lo máximo posible el uso de los vasos desechables instalando máquinas con una tecnología avanzada que permita al usuario poner su taza o vaso de uso ilimitado.

Por otro lado se están instalando puntos de reciclaje en las empresas donde prestamos el servicio de vending para fomentar la responsabilidad social individual de los usuarios de nuestro servicio.

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

4.1. Información adicional

Tenemos clientes de diversa índole y actividad, que tienen fundaciones y llevan a cabo proyectos sociales y medioambientales lo cual nos facilita llevar a cabo acciones a las que destinamos un porcentaje de la recaudación de las máquinas.

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.

5.1. Información adicional

Nuestros grupos de interés principales son clientes, empleados, proveedores y administración pública y departamentos administrativos de las empresas. Los departamentos de la empresa están diseñados para tener una comunicación fluida con cada uno de ellos:

- Dpto. atención al cliente: clientes
- Dpto. de compras: proveedores
- Dpto. RR.HH.: empleados
- Dpto. administración: tanto entes públicos como entidades privadas.

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

6.1. Información adicional

Con respecto a los clientes existe un mecanismo de comunicación directa a través de los reponedores que acuden diariamente a la reposición, la atención telefónica 24H/7 días a la semana y las encuestas de satisfacción.

Con los proveedores la relación también es diaria porque recibimos mercancía periódicamente.

Los empleados tienen acceso a una plataforma virtual a través de la cual reciben las nóminas, solicitan las vacaciones y exponen cualquier tema que necesiten comunicar a la empresa.

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?

7.1. Información adicional

La empresa dispone de un documentos internos que recogen la forma de actuar en la empresa y los protocolos a seguir en los diferentes ámbitos de la actividad.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

8.1. Información adicional

La esencia de la empresa se basa en una relación familiar, debido a la dimensión, tanto

con clientes, como con proveedores, empleados o cualquier persona que se relacione con la organización. Por ello se realiza un gran esfuerzo para transmitir los valores de calidad y responsabilidad social a otros los grupos de interés con los que interactuamos.

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

Estamos documentando un plan de responsabilidad social para recoger distintas actuaciones que ya se llevan a cabo en la empresa y que sirva de guía para la implantación de futuras mejoras. Algún ejemplo de actuaciones que llevamos a cabo desde hace años son:

- Responsabilidad ambiental:

- * Gestión de puntos de reciclaje en empresas donde prestamos el servicio para facilitar al usuario final su compromiso con el medioambiente.

- * Máquinas con tecnología sostenible que reduzcan la huella de carbono que generamos, con bajo consumo de electricidad y agua.

- * Búsqueda de soluciones para los envases de un solo uso como los vasos con máquinas que permiten dispensar producto poniendo tu taza (en las máquinas de café) o botella en las máquinas dispensadoras de agua a granel.

- * Nuestra actividad nos permite llevar a cabo acciones ecológicas como es donar los posos de café que generan las máquinas para que puedan servir como abonos en la agricultura.

- Responsabilidad social:

- * Desde hace más de 15 años se fomenta la conciliación familiar y laboral con jornadas intensivas de trabajo y en los departamentos de carácter administrativo con horas diarias de teletrabajo.

- * Se realizan acciones periódicas para fomentar la relación entre los empleados y el buen clima laboral, como son reuniones informales con un pequeño catering para celebrar cumpleaños o cualquier acontecimiento importante en la vida de los empleados.

- * Se llevan a cabo distintas acciones de patrocinios deportivos, para dar visibilidad al deporte femenino y facilitar la práctica de dicho deporte a las niñas y niños de nuestra comunidad autónoma. Actualmente se patrocina al Zaragoza club de fútbol femenino y al Sala10 Zaragoza. A lo largo de este año queremos ampliar dichos patrocinios a otras modalidades deportivas como son baloncesto, voleibol, etc.

- Responsabilidad económica:

- * Adquisición de productos a proveedores locales: Una de nuestras máximas es "piensa global actúa local"

* Nuestra política de precios de compra no busca solo la rentabilidad económica sino garantizar una la relación de igualdad con nuestros proveedores de forma que ambas partes salgan beneficiadas.

* En el desarrollo de nuestra actividad a lo largo de más de 55 años se ha respetado al máximo a nuestros competidores, estableciendo pactos de no agresión con muchos de ellos, de forma que la satisfacción del cliente prima por encima de un resultado más abultado en la cuenta de resultados.

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

10.1. Información adicional

Estamos cuantificando todo lo expuesto en el punto anterior para llevar a cabo un proceso de mejora continua dentro de nuestra organización.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

11.1. Información adicional

En nuestro caso tenemos una relación cercana a nuestros clientes, por medio de los empleados, basada en la visita diaria a sus instalaciones para la reposición de las máquinas de vending. Con ello percibimos el nivel de satisfacción del cliente y podemos resolver con gran inmediatez los problemas que pueden surgir por el desarrollo de nuestra actividad.

Además se envía a los clientes una encuesta, con periodicidad trimestral, de satisfacción a través de correo electrónico y se recopilan los datos obtenidos para solucionar las valoraciones negativas e incorporar las sugerencias que nos realicen. Se evalúan distintos aspectos del desarrollo de nuestra actividad:

- Nivel de satisfacción general: Atención telefónica, atención de los reponedores y técnicos.
- Nivel de satisfacción con el servicio de vending: Frecuencia de reposición, imagen y situación de las máquinas, respuesta del servicio técnico.
- Nivel de satisfacción del producto dispensado en las máquinas: Calidad, rotación, precio.

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

12.1. Información adicional

Una vez detectada la posibilidad de mejora en algún cliente, el departamento correspondiente realiza un informe sobre ello y lo expone en la reunión semanal que se

lleva a cabo con los responsables de las distintas áreas. Dicho informe recoge la posible la respuesta de actuación y en el caso de necesitar el soporte de otro departamento. se fija el plan de actuación conjunta estableciendo:

- Los plazos de ejecución.
- Los empleados que van a participar.
- Las actuaciones que se van a llevar a cabo.
- Auditoría interna del grado de ejecución de la actuación y resultado del mismo:

* Si el resultado es positivo se cierra la actuación.

* Si el resultado es negativo se vuelve a elaborar el protocolo de actuación intentando corregir las deficiencias del mismo.

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?

13.1. Información adicional

Dada la cercanía con los proveedores, continuamente se buscan productos nuevos para incorporar en nuestras máquinas de vending, siempre buscando estándares de calidad, y con el fin de dispensar productos saludables y respetuosos con el medio ambiente.

Un ejemplo de ello es el agua mineral en lata que suministramos. Buscábamos un producto que fuera respetuoso con el medio ambiente, dado que el envase de aluminio es infinitamente reciclable, a pesar de la errónea idea de que lo es el brick, y un proveedor nacional. Encontramos en Agua Nea ambas cosas, calidad y sostenibilidad además de sumarnos a su campaña de reconstrucción de los fondos marinos sembrando corales.

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

Nos aseguramos que los productos que dispensamos para prestar el servicio de vending cumplan los estándares de calidad y sean producidos cumpliendo objetivos ODS. Prueba de ello es que trabajamos con café de comercio justo y comprobamos que todos nuestros proveedores cumplen los requisitos legales necesarios.

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

15.1. Información adicional

Al prestar un servicio a diario nuestro servicio post venta es continuo, no solo por la

frecuencia de visita a los clientes conociendo su grado de satisfacción en cada momento, si no por el servicio de atención telefónica 24h/7 días a la semana.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

16.1. Información adicional

La peculiaridad de nuestro servicio requiere que al prentar una oferta al futuro cliente esta lleve detallada:

- La maquinaria que se va a instalar (año de fabricación, eficiencia energética, etc).
- Productos que se van a dispensar: Con detalle de la marca, características y precio de venta.
- Frecuencia de reposición en el servicio.
- Compromiso de asistencia del servicio técnico.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

Se ha implentando una plataforma digital de envío de nóminas y que siver de vía de comunicacion entre empleados-empresa. Se realizan envíos periódicos de mails para conocer el nivel de satifacción de los empleados así como cualquier sugerencia que quieran realizar.

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)?

18.1. Información adicional.

El plan de igualdad es tan intrínseco en nuestra organización que no existe discriminación de ningún tipo. Un ejemplo concreto es el trabajo de reponedor de máquinas de vending, que es un trabajo muy físico y en la actualidad cuenta con una mujere llevándolo a cabo en la plantilla.

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?

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

En el departamento administrativo todos los empleados disponen de un porcentaje de su jornada laboral diaria en modo teletrabajo.

Los reponedores de las máquinas tienen jornada continua para facilitar la conciliación.

El departamento técnico tiene turnos establecidos para rotar la jornada continua y la jornada partida.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

A lo largo del año se realizan distintos cursos para actualización y refuerzo de los distintos puestos de trabajo. Se encarga de cubrir las necesidades el responsable de cada departamento.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

21.1. Información adicional.

Además de las formaciones técnicas se llevan a cabo cursos online más enfocados a temas de resolución de conflictos, inteligencia emocional, etc. todo ello con el fin de lograr un ambiente laboral óptimo.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

Existe una figura en la empresa, con titulación en prevención de riesgos laborales que lleva la gestión integral.

PROVEEDORES

Compras responsables

23.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

23.1. Información adicional.

El departamento de compras tiene un protocolo establecido para comprobar que los proveedores cumplen los requisitos que exigimos para llevar a cabo una gestión eficiente y sostenible. Se testa que cumplen todos los requisitos legales además de buscar porveedores con los mismos valores de nuestra empresa.

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

24.1. Información adicional.

Como se ha indicado en el punto anterior el departamento de compras cumple un protocolo acorde a la política de la empresa para la selección de los proveedores.

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?

25.1. Información adicional.

Desde hace años se colabora con distintas fundaciones como son Atades, Ozanam, Cruz Roja.

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?

26.1. Información adicional.

Se donan productos próximos a caducar a comedores sociales.

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?

27.1. Información adicional

Al final del año se elabora un informe de los kilos de alimentos donados y se envía por correo postal a los clientes y proveedores, informando las obras sociales con las que

colaboramos y animándoles a colaborar ellos también.

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?

28.1. Información adicional

No tenemos desarrollado el departamento de comunicación de la empresa, es un objetivo a medio y largo plazo.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

29.1. Información adicional.

Se actualiza el parque de máquinas para que tengan un consumo mas eficiente.
Se están cambiando los vehículos con forme llega su vida útil al fin por otros más ecologicos.
Se reutilizan los posos de café como abono.

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?

30.1. Información adicional.

Existe un protocolo interno para el control y la disminución de consumo energético en las instalaciones. Cuando un empleado se incorpora a la empresa recibe una pequeña formación de concienciación sobre el consumo energético y sostenibilidad.
Diariamente hay un control de temperatura de las cámaras frigoríficas donde está almacenado el producto de alimentación así como un régimen sancionador en el caso de que se observe un derroche energético o no se cumpla el protocolo por parte de los empleados.

Economía circular

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

31.1. Información adicional

La economía circular y la sostenibilidad son importantes en la actividad del vending y pueden tener un impacto positivo tanto en el medio ambiente como en la eficiencia y los costes a largo plazo de la empresa.

Al adoptar prácticas de economía circular contribuimos a un futuro más sostenible y reducir su impacto ambiental. Además, al adoptar prácticas sostenibles y utilizar recursos de manera más eficiente, aumentamos nuestra competitividad y atraer a clientes que valoran la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Algunos de las acciones que se llevan a cabo para llevar a cabo la economía circular son:

- Productos Bio, de comercio justo y ecológicos.
- Proveedores de proximidad.
- Empleo de envases reutilizables, reciclables y biodegradables.
- Eficiencia energética: control de consumo en instalaciones, luces LED en las máquinas de vending, optimización de las rutas de reposición para reducir emisiones contaminantes y ahorrar consumo de combustible y energía, renovación de los vehículos incorporando vehículos híbridos.
- Empleo de materiales de construcción y mobiliario sostenibles en sus centros de distribución y almacenamiento, así como en las zonas de descanso que se instalan en los clientes.
- Fomentar la responsabilidad ambiental y social de los empleados con cursos.
- Reutilización de residuos: Se entregan los posos de café para su tratamiento como abonos naturales.

-

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?

32.1. Información adicional

Realizamos cursos anuales de concienciación ambiental a los empleados.

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)

-

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?

Todos los departamentos de la empresa siguen las directrices marcadas por la dirección y que buscan un modelo de gestión que integre el negocio del vending con la sociedad. Es un sistema de gestión diferente al que se venía practicando hace años, pero que puede resultar más beneficioso para la empresa, permitiendo una rentabilidad a largo plazo, minimizando los impactos negativos que genera nuestra actividad y potenciando los impactos positivos que afectan directamente a la sociedad en su conjunto.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

La cuantificación y análisis de las acciones que se llevan a cabo con el objetivo de ser una empresa responsable socialmente.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

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

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