

## 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](mailto:susana.lorenzo@odvending.es)

#### 08.- Página web

[www.odvending.es](http://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)**

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

### **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?**

Si

### **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?**

Se plantea y planifica por exigencia legal (sectores específicos) el impacto de los aspectos sociales y ambientales en la actividad tanto en el corto como en el medio o largo plazo

### **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?**

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

### **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.**

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

### **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?**

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

### **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?**

Existe un documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

### **7.1. Información adicional**

La empresa dispone de un documento interno que recoge 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?**

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores 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?**

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

### **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?**

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

##### **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?**

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

##### **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?**

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

### **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?**

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

#### **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?**

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

#### **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?**

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

##### **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?**

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**

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?**

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

##### **17.1. Información adicional**

Se ha implementando una plataforma digital de envío de nóminas y que sirve de vía de comunicación entre empleados-empresa. Se realizan envíos periódicos de mails para conocer el nivel de satisfacción 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)?**

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.**

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?**

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.**

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?**

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

#### **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?**

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.**

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?**

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

#### **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?**

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

#### **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 proveedores 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?**

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

#### **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?**

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización sin planificación específica

**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?**

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

**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?**

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

**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?**

No se comunican

**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?**

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.**

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?**

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

#### **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?**

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

#### **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?**

Se comunican, pero exclusivamente a grupos de interés implicados

#### **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)**

- 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 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 5 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 6 - Capacitar a las personas de la empresa
- 7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 8 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 9 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 10 - Disponer de presupuesto

### **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?**

7

### **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)?**

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, ¿Cuales son?**

- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.