Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

# RSA - PYMES

**Empresa evaluada**

**EBOCA VENDING LABS, S.A.**
CIF:A22039374
Autovía A-23 Km. 356.-
22197 - CUARTE
Huesca

## DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

**01 - Denominación de la organización**

Eboca Vending Labs, SA

**02 - Dirección - CP - Población**

Autovía Zaragoza-Huesca, Km. 356
22197 Cuarte
Huesca

**03 - Sector. Actividad**

Servicios Vending

**04 - Año comienzo actividad.**

1987

**05 - Número de personas empleadas**

61

**06 - Persona contacto**

Sandra Garcia Del Pozo

**07 - E-mail contacto**

sandragarcia@eboca.com

**08.- Página web**

www.eboca.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)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

**1.1 Información adicional**

En Eboca estamos en un proceso continuo de mejora de procesos y de adaptación a los cambios que estamos viendo en el mundo.
Los últimos grandes proyectos que hemos abarcado cambian de forma radical nuestra forma de trabajar, con las ventajas y desafíos que ello implica.
Un ejemplo de ello es la puesta en marcha de un sistema de gestión con información telemática de todos nuestros equipos y máquinas con la adaptación de todos los sistemas a esta nueva forma de trabajar. Este proyecto incluye una formación continua a todo nuestro equipo en nuevas tecnologías y metodologías de trabajo acordes con los tiempos que corren.
Además cuidamos el impacto social positivo de nuestra actividad.

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

Si

**2.1. Información adicional**

En la actualidad, creemos que ya no se puede hablar a nivel económico de individuos u organizaciones independientes y autónomas. Vivimos en un mundo globalizado que requiere estar siempre a la vanguardia y en conjunto con otras organizaciones, asociaciones y personas. Por eso siempre tratamos de generar buenas relaciones con las personas y comunidades de nuestro entorno e incluso fuera de el. Aún así creemos que si se puede si se quiere.

## 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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

**3.1. Información adicional**

En Eboca está en nuestro ADN el vigilar por la sostenibilidad. Los retos que vamos a afrontar están relacionados con la energía y con los residuos.

**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**

Una parte se presupuesta y otra se gestiona en función de las circunstancias

## Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

**5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.**

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

**5.1. Información adicional**

Uno de los puntos importantes de la certificación de la norma ISO ha sido definir y explorar las necesidades de los grupos de interes y crear un plan de comunicación acorde a cada uno

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

**6.1. Información adicional**

El siguiente paso fue transformar esta actividad teórica de definición de grupos de interés en actividades concretas y estratégicas de comunicación específicas y medibles.

## Gobierno de la organización

**7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?**

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

**7.1. Información adicional**

Contamos con una estrategia de valoración por competencias para cada departamento y persona que incluye mejoras y evaluación en las áreas que corresponda según la visión y valores 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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

**8.1. Información adicional**

Fomentamos la difusión de nuestra cultura y el orgullo de pertenencia. Este año hemos instaurado un sistema de formación gamificada por medio del desarrollo de una app que nos permite dar información sobre la cultura de la empresa y medir el impacto y desarrollo de las personas del equipo.

## Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

**9.1. Información adicional**

Medidas más significativas que abordaremos este año para mejorar continuamente:

DERECHOS HUMANOS
El objetivo de Eboca en influenciar en que todos sus trabajadores, socios y proveedores respeten la Declaración Universal de los Derechos Humanos y protejan el medio ambiente.
Basado en este compromiso tenemos un Código de Conducta que deja clara nuestra posición y que entregamos a todos nuestros trabajadores y ponemos a disposición de todos nuestros socios y proveedores.

Escogemos nuestros socios colaboradores y proveedores afines a nuestros principios y nuestra filosofía en Eboca.

Eboca toma las siguientes medidas para prevenir la violación de los Derechos Humanos:

- Realiza reuniones con todos sus empleados y colaboradores semestralmente denominadas PASIÓN SIN COMPLEJOS en la que se inculca la filosofía y posición de Eboca, y en la que fomenta un buen ambiente laboral y la identificación de sus empleados con Eboca.
- Eboca evalúa a todos sus colaboradores y proveedores sobre sus principios, normas y directrices antes de establecer relaciones con ellos.

EMPLEADOS
Los empleados en Eboca son muy importantes, creemos que para poder mejorar y crecer como empresa, deben comprometerse e involucrarse con la misma. Eboca se preocupa por la Felicidad, la Salud y la Seguridad de sus trabajadores, y en crear un ambiente laboral favorable para conseguir ese compromiso:
- Proporciona a todos sus trabajadores unas instalaciones de trabajo inmejorables, confortables, seguras e higiénicas.
- Cuenta con un plan de Prevención de Riesgos Laborables y APPCC.
- Realiza cursos de formación en temas de seguridad y salud en el trabajo a través de la MAZ.
- Promueve la flexibilidad horaria, jornada reducida y el teletrabajo para facilitar la conciliación familiar y laboral.
- Proporciona una sala de descanso amplia y muy confortable, subvenciona el café y tentempiés para todos sus empleados.
- Cuenta con una política de comunicación interna en la que hace partícipe a todos sus empleados de sus logros y objetivos.
- Reuniones de equipo.

Acciones planificadas para el 2019:
- Revisiones Anuales e Informe de Desempeño y desarrollo profesional por la Dirección.

- Kit formativo de bienvenida para nuevos empleados. Manual de Bienvenida.
- Beneficios sociales para empleados.

CLIENTES

Nuestros clientes son el corazón de Eboca. Buscamos de forma continua la satisfacción de todos nuestros clientes para forjar una relación duradera basada en la confianza. Buscamos continuamente la excelencia en los servicios prestados y productos ofertados.
Para ello contamos con:
- Políticas de Calidad y Medioambiente.
- Código de Conducta y Comportamiento Ético. Guía y ayuda para hacer lo correcto.
- Certificación ISO 9001 Sistema de Gestión de la Calidad
- Certificación ISO 14001 Sistema de Gestión Ambiental
- Servicios de atención al cliente las 24h, por teléfono, mail, web, redes sociales y whatsapp. Buzones de Sugerencia.
- CRM que gestiona todas las incidencias y reclamaciones.
- Política expresa de tratamiento de datos según LOPD difundida a personal y clientes vía mail.
- Encuestas de satisfacción. Herramienta NPS, que mide la lealtad de nuestros clientes basándose en las recomendaciones.
- Auditorías anuales externas y Análisis periódicos de instalaciones y productos por laboratorio externo.

Como indicadores:
- Informe mensual de las incidencias recibidas y las acciones llevadas a cabo para solventarlas.
- Indicador NPS.

Los principales desafíos para este 2019
- Acercar la RSE a nuestros clientes.
- Mejorar nuestros procesos internos.
- Mejorar la comunicación externa con nuestros clientes.

MEDIOAMBIENTE

En Eboca nos preocupamos por el impacto ambiental y social sobre el planeta que ejerce nuestra actividad. Es por ello que queremos contribuir a que sea el mínimo posible. Para conseguir este objetico, actualmente disponemos de:

- Política de Calidad y Medioambiente. ISO 14001.
- Normativa interna de la organización.
- Política de Reciclaje.
- Hemos implementado nueva tecnologías respetuosas con el medio ambiente. Hemos conectado las máquinas mediante Telemetría, esto nos permite reducir el número de visitas, bajando así el consumo medio de combustible, y una mejor gestión del producto, reduciendo así el producto caducado.

Los principales desafíos que abordaremos este 2019

- Convertir Eboca en una empresa Paperless. Recopilar un conjunto de buenas prácticas para reducir el consumo de papel.
- Queremos calcular y compensar los residuos en CO2.
- Reducir el consumo de energía eléctrica de nuestras instalaciones.
- Informar a nuestros clientes de nuestras acciones.

Como indicadores disponemos de:

- Consumo medio de combustible 100km/l.
- Consumo de papel en el año.
- Consumo de energía eléctrica.
- Informe de materiales reciclados.

COMUNIDAD
Eboca es una empresa local, orgullosa de pertenecer a su territorio y ser parte de la sociedad Aragonesa, por ello quiere contribuir mejorar el desarrollo de está llevando a cabo las siguientes acciones:
- Invertir en las generaciones del futuro mediante nuestro concurso de diseño de vasos, contribuyendo al proceso de formación de jóvenes diseñadores..
- Hacemos entregas semanales al Banco de Alimentos.
- Donativos de un porcentaje de nuestras ventas a Asociaciones, como Aspanoa y la Asociación contra el Cancer.
- Tenemos una tarifa solidaria para Asociaciones.

Para este año 2019 nos proponemos
- Difundir mejor nuestra política RSE a clientes.
- Realizar un informe anual de las actividades de RSE llevadas a cabo durante el año.

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

**10.1. Información adicional**

INDICADORES Y OBJETIVOS PARA EL 2019:

OBJETIVOS:
- Acercar la RSE a nuestros clientes.
- Mejorar nuestros procesos internos.
- Mejorar la comunicación externa con nuestros clientes.

INDICADORES
- Informe mensual de las incidencias recibidas por nuestros usuarios y las acciones llevadas a cabo para solventarlas.
- Indicador NPS. Net Promoter Score recibidas de nuestros grupos de interés.

OBJETIVOS
- Convertir Eboca en una empresa Paperless. Recopilar un conjunto de buenas prácticas para reducir el consumo de papel.

- Queremos calcular y compensar los residuos en CO2. Este 2016 vamos a plantar un bosque de 1000 árboles.
- Reducir el consumo de energía eléctrica de nuestras instalaciones.
- Informar a nuestros clientes de nuestras acciones.

INDICADORES

- Consumo medio de combustible 100km/l. de nuestra flota de vehiculos.
- Consumo de papel en nuestras oficinas en el año.
- Consumo de energía eléctrica en nuestras instalaciones.
- Informe de materiales reciclados en nuestras instalaciones.

## 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**

Realizamos encuestas de satisfacción a nuestros clientes utilizando una herramienta NPS, que mide la lealtad de nuestros clientes basándose en las recomendaciones. Se activan planes de mejora para resolver incidencias o mejorar la satisfacción de nuestros clientes.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

**12.1. Información adicional**

Tenemos procesos y protocolos de mejora continua

### 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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

**13.1. Información adicional**

La innovación es una seña de identidad en nuestra empresa

### 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**

Incorporamos soluciones para reducir el impacto de nuestros servicios e informamos a los clientes sobre cómo pueden ellos sumarse a la iniciativa (de esta forma no sólo aprovechamos para ser sostenibles, arrastramos a otros a serlo).

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

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

**15.1. Información adicional**

Disponemos de un servicio post-venta propio que soluciona el 100% de las incidencias.

### 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 de las características del producto o servicio.

**16.1. Información adicional**

Toda la información se le facilita al clientes de forma transparente, tanto a través de la oferta comercial como de los otras canales de comunicación de los que disponemos: Web, RRSS, youtube, aplicación propia.

## PERSONAS EMPLEADAS

### 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**

Desde finales del año 2017, se incorporó la herramienta HappyForce, la cual nos permite conoce el estado de ánimo de los trabajadores, analizar sus opiniones, los temas que les preocupan y qué les motiva en su trabajo a través de una pregunta diaria y de manera anónima.
En esta misma herramienta se lanzan preguntas periódicamente que afecten a temas más globales.
Durante el último trimestre se están realizando unas métricas sobre temas concretos como son la mentalidad positiva y el trabajo en equipo, este análisis se realiza con periodicidad trimestral.

### 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 de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

**18.1. Información adicional.**

Somos muy cuidadosos en que no exista ningún tipo de discriminación y fomentamos la diversidad.
En todos los procesos de selección se ofertan los puestos sin discriminación entre sexos, edades o razas. De hecho, en puestos con mayor porcentaje de trabajadores de un sexo concreto, se tiene especial sensibilidad por los candidatos del otro sexo para introducir la diversidad en la organización.
Existe una política retributiva por puesto, en el que todos los trabajadores y trabajadoras optan a los mismos incentivos independientemente de su condición, sexo o raza.
En numerosos puestos se promueve la promoción interna como opción de desarrollo personal y profesional. En el último año, 5 personas han desarrollado su carrera con promociones diversas.

## 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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.**

Siempre se gestionan horarios incorporando la variable de la conciliación máxima posible.
Todos los puestos de la organización se gestionan bajo la premisa del horario flexible. No hay un horario cerrado de entrada y salida, si no que el trabajador adapta su horario a sus necesidades en función de los requisitos organizativos.

## 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.**

Además de la formación ad hoc que se realiza a los trabajadores en función de las necesidades actuales, se ha desarrollado una herramienta corporativa de formación.

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

**21.1. Información adicional.**

En Eboca funcionamos según la Holacracia. Es un modelo de autogestión e implica que todas las personas que integran la organización son responsables de lo que hacen y de cómo lo hacen. Para conseguirlo, se imparten formaciones de todo tipo con el objetivo de crecimiento personal y también técnico. La idea es que todos avanzamos aportando y siendo responsables de lo que hacemos.

## Seguridad y Salud

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

**22.1. Información adicional.**

Según los planes de prevención y de salud en el trabajo, todos los miembros de la compañía tienen su puesto de trabajo estudiado y se han realizado los planes pertinentes para que el bienestar sea parte de nuestro ADN. Nos dedicamos a cuidar de las personas y, evidentemente, cuidamos de los nuestros para que puedan cuidar de los demás de la mejor forma posible.

# PROVEEDORES

## Compras responsables

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

**23.1. Información adicional.**

Intentamos que los productos que ofrecemos a nuestros clientes (y las compañías que los producen) cumplan con criterios medioambientales y sociales positivos.

## Clasificación y evaluación de proveedores

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

**24.1. Información adicional.**

Como organización formada por personas y orientada a dar servicio a personas, no permanecemos ajenos a la sociedad que nos rodea y nos preocupa especialmente que nuestros proveedores piensen igual que nosotros. Por esta razón siempre intentamos que dichos proveedores cumplan con criterios ambientales y sociales afines a los de nuestra organización y orientados a la sostenibilidad.

## 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 con una planificación formal

**25.1. Información adicional.**

Colaboramos desde años con varias inciativas de carácter social.
Las acciones solidarias o de acción social social se dividen principalmente en dos líneas estratégicas:

1. Vasos divulgativos. Las máquina de café instaladas por la empresa distribuyen una gran cantidad de vasos cada año. Esto los convierte en un importante soporte de comunicación que se utilizan con fines solidarios. Algunos ejemplos de las campañas y colaboraciones realizadas en el último año son:
1. Colaboración con fundación Federico Ozanam con la edición de 300.000 vasos en la difusión de un Rastrillo Solidario cuyo fin es obtener fondos para la rehabilitación de un centro de mayores en la región.
2. Colaboración con la fundación Plant for the Planet con la edición de 300.000 vasos cuyo objetivo es la captación de fondos para llevar a cabo la rehabilitación de una zona arrasada por un incendio en Teruel.
3. Colaboración con el festival Fesmap con la edición de 300.000 vasos que además de promocionar el festival solidario, persiguen la concienciación y normalización de la convivencia con personas que padecen enfermedades mentales.
4. Colaboración con Parque Nacional de Ordesa, mediante la edición de 300.000 vasos que dan a conocer el Parque Nacional y la importancia de su preservación.
5. Colaboración con productora de cine independiente, en la difusión de la película Miau, fomentando la propuesta cultural de la región.
6. Colaboración con la Estación internacional de Canfranc mediante la edición de 300.000 vasos que persiguen dar a conocer un proyecto de remodelación que ambiciona impulsar el entorno social de la estación.
2. Colaboración en eventos. La empresa participa activamente en eventos solidarios a modo de colaboración o esponsorización de los mismos. A continuación se desglosan algunos ejemplos en los que Eboca ha tenido participación activa en el último año:
1. Actividades deportivas solidarias: Carrera contra el Cáncer de Huesca.
2. Colaboración en eventos solidarios de la asociación Atades. (Marcha solidaria y eventos caninos).
3. Colaboración en eventos solidarios de la asociación Aspanoa (Evento hípico).
4. Actividades formativas y de participación ciudadana: congresos, hackatones y cursos en lugares públicos como Universidad de Zaragoza, Palacio de Congresos de Huesca, Zaragoza Activa o Etopía.

### Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

**26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el**

**negocio de su organización?**

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

**26.1. Información adicional.**

La empresa mantiene una estrecha relación en materia de colaboración y cooperación con grupos de interés que llevan a cabo proyectos sociales en el entorno y relacionados con la empresa.

Escuela taller de Atades: visitas formativas a las instalaciones, participación activa y posibilidades de contratación.
Mentorización a emprendedores. La dirección de la compañía participa activamente en la mentorización de emprendedores, aportando visión del sector, consejos y conocimiento de forma desinteresada.
Difusión del patrimonio y proyectos de la comunidad en las diferentes colecciones de vasos.

Estas acciones suponen un elemento diferencial en la identidad corporativa al mismo tiempo que impulsan iniciativas con impacto directo en la comunidad.

**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?**

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

**27.1. Información adicional**

Todas las actividades realizadas con fines solidarios y/o dirigidas al desarrollo de la comunidad se comunican internamente persiguiendo la implicación activa de los empleados a través de la aplicación móvil Happyforce: una herramienta que fomenta la participación de forma anónima y transparente de los empleados que permite hacer seguimiento y análisis de la implicación de los mismos.

Las redes sociales de Eboca (Facebook, Instagram y Twitter) son el canal de comunicación de todas las actividades en materia social realizadas por la empresa. La publicación de diferentes posts, fotografías y tweets; sirven de plataforma para impulsar las acciones realizadas en la empresa.

**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?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

**28.1. Información adicional**

El plan de comunicación incluye los medios más adecuados para cada campaña aunque principalmente las diferentes campañas son comunicadas a través de notas de prensa enviadas a los medios y mediante ruedas de prensa divulgativas.

En el siguiente enlace se recogen las notas de prensa de las campañas realizadas en el último año: https://drive.google.com/open?id=12ijA2vW5h8EWGK6-eZRLsOH4Sm82SLTi

## 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 evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

**29.1. Información adicional.**

Eboca dispone de la certificación ISO9001:2015 e ISO14001:2015, renovadas recientemente por Bureau Veritas, donde anualmente somos evaluados en nuestras actuaciones con respecto al medioambiente. Disponemos de un sistema de evaluación de riesgos medioambientales, cuya revisión es de carácter anual. Del resultado de esta evaluación, se planifica un plan de corrección que como fundamentos la eliminación del riesgo o en caso de no ser posible, su minimización y reducción.

Por ello, llevamos lanzando continuamente planes preventivos a nuestros vehiculos. Así mismo, se han eliminado aquellos vehículos que por su estado pudiesen consumir en exceso, minimizando la huella de CO2. Se han realizado sustitución de iluminarias por otras mas eficientes de tecnología LED con el fín de reducir los consumos eléctricos. Se han optimizado las rutas de distribución con tecnología GPS con el fin de minimizar los desplazamientos y su impacto en el medioambiente.

A la par, también se han llevado a cabo políticas de compras ajustadas a consumos con el fín de eliminar cualquier desperdicio que se pueda producir en la cadena de nuestro negocio. La política energética aplicada en los edificios, nos ha permitido reducir el consumo energético, especialmente en lo relacionado con eficiencia térmica.

### 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.**

Tal como se explica en el punto 29.1, en Eboca, existen medidas concretas para eliminar o

minimizar los impactos ambientales, estos se evalúan periódicamente por parte de la dirección, y se informa del progreso en las reuniones anuales con toda la empresa, mostrando los resultados a la par del análisis de aquellos que no han sufrido el cambio esperado, con el fin de concienciar a todos los miembros de la plantilla, para que nos ayuden a corregir las posibles desviaciones.

### 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**

Uno de los proyectos pioneros en nuestro sector y que hace referencia a la economía circular ha sido FERTCAFÉ, convertir en abono ecológico los posos de café recogidos en nuestras máquinas de vending.

### 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**

En la compañía existe una total transparencia en temas relacionados con el medioambiente. Regularmente se realizan presentaciones a todos los miembros de la plantilla que llamamos "Pasion sin complejos", donde se presentan todos los planes que la empresa a acometido durante el año, los que acometerá en el año venidero, y cual es el fin que se quiere conseguir. Es en estos eventos, donde se hace pública toda la información general sobre actuación en materia medioambiental.

Al mismo tiempo, disponemos de herramientas concretas de comunicación a todos los empleados (Telegram y Happy force), donde se exponen regularmente detalles mas concretos de cada una de las medidas a aplicar, así como la publicación de los resultados conseguidos. Esta parte de la comunicación esta focalizada en los planes de alcance y en los detalles.

## VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

### Priorización de temas

**33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)**

1 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
2 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
3 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local

4 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
5 - Ofrecer productos y servicios de calidad
6 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
7 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
8 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
9 - Capacitar a las personas de la empresa
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?**

8

## Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

Una cultura de servicio de personas al servicio de personas

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

La resistencia al cambio

## 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 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.