

RSA - PYMES

Empresa evaluada

**ARAGONESA DE COMPRA VENTA DE
EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL, S.L.**

CIF:B99517393

Carretera Logroño Km 3,8 Poligono Europa II

50006 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

ARAGONESA DE COMPRA VENTA DE EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL S.L

02 - Dirección - CP - Población

CARRETERA DE LOGROÑO KM 3,8 POLIGONO Europa II ZARAGOZA 50010

03 - Sector. Actividad

COMPRA Y VENTA DE MAQUINARIA DE HOSTELERIA
CONVENIO COMERIO DEL METAL

04 - Año comienzo actividad.

2018

05 - Número de personas empleadas

11

06 - Persona contacto

ANA

07 - E-mail contacto

ARACES@ARACES.ES

08.- Página web

WWW.MAQUINARIAUSADAZARAGOZA.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 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

Al ser una empresa de compra y venta de mercancía el negocio económico se basa en la economía circular y los valores de la empresa en la circularidad de los productos dándoles una segunda vida tanto reparando como reinsertando máquinas reacondicionadas.

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

Si

2.1. Información adicional

Empresas pequeñas, acciones pequeñas pero cada grano suma.

Creemos que la base está en las Pymes ya que son el mayor porcentaje de empresas en España y el cambio, así como los resultados está en nuestras manos. También es cierto que nos cuesta más porque tenemos recursos menores destinados a estos temas como por ejemplo, no contar con un departamento de recursos humanos, medio ambiente, etc...

Por eso mismo, creemos que cada aportación, por pequeña que sea, de las pymes puede lograr un gran cambio en conjunto.

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?

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática

3.1. Información adicional

Nuestro modelo de negocio se divide en dos aspectos de la economía circular. Por un lado, el reacondicionamiento de mercancía de hostelería para alargar su vida útil y, por otro lado, el servicio técnico para poder reparar y que las máquinas sigan funcionando. Luchando así, en contra de la obsolescencia programada y de las emisiones masivas de fabricación

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

Vehículos con emisiones cero

Comunicación al sector sobre la hostelería sostenible

Reacondicionamiento de la mercancía para su reinsertión en el mercado

Alargar la vida útil de la maquinaria a través de las reparaciones
Máquinas con reutilización del agua para la limpieza de la mercancía
Productos de limpieza BIO sin productos químicos
Reciclaje de la mano de reciclaje Lopez Soriano de la mercancía que no puede ser reparada. Siguiendo así los procesos óptimos de reciclaje según la máquina.

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 son los siguientes:

1. Bares
2. Restaurantes
3. Fincas para bodas, caterings, organizaciones de eventos
4. Ayuntamientos (bares de piscinas, tiendas de alimentación , bar del municipio)
5. Tiendas de alimentación
6. Residencias (cocinas de residencias para ancianos y para estudiantes)
7. Guarderías
8. Comedores de colegios
9. Fábricas con comedor para empleados
10. Fabricas de alimentación

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

6.1. Información adicional

Las necesidades de nuestros clientes podemos diferenciarlas en 3 puntos:

Punto 1. Tener a su disposición a nuestro servicio técnico ante averías y que, tras a reparación puedan seguir trabajando sin tener que cerrar sus puertas para que nosotros trabajemos o parar cocina. Nos consideran socios a la hora de que trabajamos juntos con el fin de que si sus máquinas están en buen estado podrán trabajar adecuadamente.

Punto 2. Asesoramiento en la compra de maquinaria de hostelería y en la distribución del equipamiento industrial completo de una nueva apertura o rediseño de la cocina.

Punto 3. Compra de una máquina en concreto, tanto nueva como reacondicionada y su atención post venta

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 ser una pyme el contacto con el gestor y con dirección de la empresa es diario, continuo y directo en todo momento. Es una empresa familiar y los empleados tratan los temas profesionales y personales de forma directa con dirección.

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

En la actualidad estamos creando un documento de bienvenida genérico para todos los puestos y que incluya información sobre los procesos de la empresa, los valores, objetivos y pautas, tanto genéricas como por departamento. Así como con los derechos y obligaciones de los trabajadores según nuestro convenio.

De esta forma se entregaran a los empleados para minimizar las dudas o preguntas frecuentes y para realizar el trabajo de forma sistemática, útil y eficiente. También nos sirve para que los empleados puedan nutrirse, conocer y luego trabajar en consonancia a los valores de la empresa.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Tras una reunión en 2023, este años estamos inmersos en elaborar un plan de responsabilidad social que presentar también en el sello de economía circular 2024. Se está dividiendo en dos partes:

-Ambito interno: condiciones de empleados, impacto medioambiental que genera la actividad, donaciones concretas a proyectos de interés con relación a la sociedad o a la hosteleria sostenible, etc.. En este caso nos basaremos en la retención de talento (en nuestro sector es muy difícil conseguir técnicos y queremos que nuestro equipo se quede con nosotros)

-Ambito externo: Teniendo en cuenta a nuestros clientes, stakeholders, proveedores y todos los que pueden tener alguna vinculación con nosotros directa o indirecta en alguno de nuestros procesos de trabajo. En este punto estamos llevando a cabo un histórico de consumo energético, consumo de agua, kilos de mercancía que se recicla en los contenedores de Reciclaje Lopez soriano, % de mercancía que se recupera, % de repuestos de segunda mano y un largo etcétera. La finalidad es conocer nuestra huella de carbono y nuestra implicación con el medio ambiente. Estamos recuperando información de los últimos 5 años para hacer un estimado y luego la información fehaciente de 2023 y 2024 que estamos recopilando.

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

En cuanto a los indicadores de sostenibilidad medio ambiental:

1. cantidad de agua consumida
2. materia prima utilizada
3. huella de carbono
4. reciclado de mercancía
5. % de máquinas reinsertadas en el mercado
6. % de máquinas reparadas

Desde el punto de vista de indicadores de sostenibilidad social:

1. Seguridad y salud de trabajadores
2. Transparencia en la gestión de recursos humanos
3. cumplimiento políticas de Igualdad
4. fidelidad y talento

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

Trabajamos con un programa que se llama STEL Order que nos mantiene en contacto con el cliente y con los técnicos. Cuando creamos la incidencia para una reparación de un cliente, le llega una notificación directa indicando que ha sido creada. Una vez que acudimos y se realiza la reparación, les llega una notificación para que valoren (si quieren) el trabajo realizado con puntuación de estrellas de 1 a 5 y con posibilidad de añadir texto.

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

El contacto con el cliente es directo, cercano y personal. Eso nos ayuda a ver que posibles fallos o necesidades pueden tener y mejorarlos para poder cubrirlos. Por ese motivo, empezamos a trabajar con la herramienta STEL Order que es una app tanto de organización interna como de contacto con los clientes.

A su vez, con clientes fijos y recurrentes tenemos ciertas tarifas diferentes y asistencia en menos horas, como forma de premiar su fidelidad y confianza. Solemos acudir en 24h o menos y cubrimos urgencias acudiendo el mismo día que se activa la incidencia

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

En cuanto a la máquina reacondicionada, se revisa y/o repara en nuestro taller para que puedan durar de nuevo años funcionando.

En cuando a la maquinaria nueva estamos continuamente hablando con nuevos fabricantes o con fabricantes con los que trabajamos pero que sacan nuevas máquinas que cumplen con los reglamentos de diseño ecológico y con el etiquetado energético.

Nuestros técnicos, gracias a que están continuamente reparando la maquinaria, cuentan con informes que nos ayudan a saber que marcas son las que tienen una mayor vida útil, cuales están fabricadas con facilidad a obtener repuestos y poder ser reparadas en un futuro, etc. Estos datos junto con el estudio anteriormente nombrado es la metodología que estamos siguiendo a la hora de traer o seleccionar el tipo de mercancía que luego queremos vender.

En cuanto a la mercancía reacondicionada, siempre buscamos la opción de reparación por encima del cambio de la misma por otra nueva.

Por otro lado, cuando las máquinas ya no tienen reparación, recopilamos todos los repuestos que pueden ser usados en una reparación futura. Después de este proceso ya es cuando de la mano con reciclaje de Lopez soriano pasan a reciclaje.

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

En nuestro caso el 95% de nuestro almacén es maquinaria usada de hostelería. Nuestro proceso de análisis de la calidad de producto empieza en la compra. Para ello, seleccionamos la mercancía que se compra siguiendo varios criterios:

1. El estado de la mercancía: antes de su compra, se pasa al servicio técnico para que nos indiquen si es factible reacondicionar la mercancía y darle una segunda vida.
2. La posibilidad de que existan repuestos para esa máquina y así poder realizar las reparaciones pertinentes antes de sacarla a la venta.
3. Tiene que ser maquinaria apta ante la normativa actual.

Una vez compradas, toda la mercancía pasa al servicio de lavado profesional y posteriormente, el equipo del servicio técnico se encarga de su puesta a punto para la venta. La mercancía sale en perfecto estado y por eso damos garantía post venta.

Si nos centramos en la mercancía nueva, seleccionamos aquella mercancía ECO y maquinaria con la etiqueta energética como por ejemplo, INFRICO, SILANOS. Actualmente, hemos podido ampliar mucho la venta puesto que los fabricantes están sacando muchos de sus modelos con materiales reciclados y que ayudan al ahorro energético.

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

Como hemos comentado anteriormente, el servicio es directo, cercano y personalizado por lo que todos los clientes tienen nuestros teléfonos para consultas y consejos.

En muchas ocasiones al tener dos servicios, el de venta y el de servicio técnico, este trato cercano ayuda a que el cliente que en un momento dado te ha comprado una máquina, luego te llame para una reparación de otra máquina distinta en su negocio. Siempre buscan un servicio completo con el mínimo número de proveedores y que la misma persona les lleve el servicio técnico de su negocio.

Por otro lado, en ocasiones, hemos traído lotes de maquinaria con defectos y que la fábrica iba a destruir estando en perfecto estado. En nuestras instalaciones conseguimos darles salidas con un precio competitivo y los clientes están encantados de adquirir productos nuevos con pequeños defectos estéticos que no afectan a su funcionamiento. De esta forma también evitamos la destrucción de equipos que funcionan perfectamente pero fábrica no quiere venderlos por pequeños defectos estéticos.

La segunda mano está exenta de garantía pero nosotros creemos y confiamos en el trabajo que realizan los técnicos en taller. Es por ese motivo que, ofrecemos ese valor añadido de garantía en maquinaria reacondicionada. Nuestro objetivo es no tener que cubrir ninguna garantía porque las máquinas salen funcionando en perfecto estado de nuestras instalaciones (contamos con un porcentaje de un 1,5% de intervenciones por garantía. De los cuales, sobre ese 1,5% tenemos contabilizado un alto nº de un mal uso o desconocimiento del uso correcto. Acciones que no deberían ser cubiertas por garantía)

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

COMPRAMOS MERCANCIA USADA PARA DARLES UNA SEGUNDA VIDA, POR LO QUE NUESTROS TÉCNICOS NECESITAN MUCHA INFORMACIÓN SOBRE ESTAS

MÁQUINAS PARA PODER HACER SU PUESTA A PUNTO Y ALARGAR SU VIDA UTIL. ESTA INFORMACIÓN LUEGO SE TRASLADA AL CLIENTE Y SIEMPRE SE ACONSEJAN LA MEJOR MAQUINARIA EN CONSONANCIA AL USO QUE SE VA A DAR. TAMBIEN SE DAN TIPS DE MEJORA DE SU USO, DE LIMPIEZA Y DE AHORRO ENERGÉTICO. EN LA MERCANCIA INDUSTRIAL, UN BUEN USO Y UN MANTENIMIENTO ES LA CLAVE PARA ALARGAR SU VIDA UTIL Y NO TENER QUE COMPRAR MERCANCIA NUEVA DE FORMA CONSTANTE. NUESTRO FIN PRINCIPAL SIEMPRE ES POR ESTE ORDEN: 1º REPARAR 2º VENTA DE MERCANCIA REACONDICIONADA 3º VENTA DE MERCANCIA CON DISEÑO ECO Y ETIQUETA ENERGÉTICA.

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

ES UNA PYME POR LO TANTO, LOS EMPLEADOS ESTÁN EN CONTINUO CONTACTO DIRECTO Y DIARIO CON EL ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA. TODOS COMENTAN LOS MÁS Y LOS MENOS Y ACTUALMENTE ESTAMOS HACIENDO PROCESOS PARA PODER MEJORAR CIERTOS PUNTOS QUE TIENEN QUE REALIZAR LOS TÉCNICOS. LA IDEA DE LOS PROCESOS ES QUE TODOS SEPAN LOS PASOS A SEGUIR, TODOS SIGAN LOS MISMOS Y OBTENGAMOS QUE SE FACILITE SU TRABAJO Y EN CONSECUENCIA EL QUE SE REALIZA DESDE OFICINAS.

TAMBIEN HEMOS DIGITALIZADO TODOS LOS PROCESOS PARA QUE LOS TÉCNICOS DESDE UNA APLICACION MOVIL PUEDAN SABER A QUE INCIDENCIAS ACUDIR, TODA LA INFORMACIÓN DE LA AVERIA, Y REALIZAR EL ALBARAN DESDE AHÍ INSITU, AÑADIENDO FOTOS Y CON LA POSIBILIDAD DE QUE EL CLIENTE LO FIRME DESDE EL MOVIL.

POR OTRO LADO, PARA PODER OFRECER MAS INFORMACIÓN A LOS CLIENTES, HEMOS INSTALADO UNOS GPS EN LOS VEHICULOS DE TRABAJO Y ASÍ PODEMOS INDICARLES EN CUANTO TIEMPO ESTIMADO EL TÉCNICO PODRÁ ESTAR EN SU NEGOCIO O CUANTAS INCIDENCIAS TIENE POR DELANTE ANTES DE ACUDIR A LA SUYA.

POR OTRO LADO, TENEMOS UNAS HOJAS QUE RELLENAN CON LA PETICIÓN DE MATERIALES QUE NECESITAN PARA REALIZAR SU TRABAJO DE FORMA SEGURA.

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)?

No se han desarrollado actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

LOS VALORES DE NUESTRA EMPRESA SE BASAN EN QUE TODOS DEBEN TENER LAS MISMAS OPORTUNIDADES Y LA UNICA FORMA DE GANARSELO ES A BASE DE TRABAJO Y RESPONSABILIDAD.

ACTUALMENTE, NOS ENCONTRAMOS EN UNA SITUACIÓN DIFÍCIL PARA ENCONTRAR TRABAJADORES PUESTO QUE TRAS VARIAS PUBLICACIONES EN LINKEDIN E INAEM, ESTE ÚLTIMO NOS HA CONCEDIDO UN PAPEL : CERTIFICACIÓN DE INSUFICIENCIA DE DEMANDANTES DE EMPLEO PARA CUBRIR PUESTOS DE TRABAJO VACANTES. POR LO QUE ES OBVIO QUE NUESTRAS PUERTAS ESTÁN ABIERTAS PARA CUALQUIER PERSONA QUE QUIERA TRABAJAR Y DEMOSTRAR PROFESIONALIDAD Y GANAS DE APRENDER

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 el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

SE INFORMA DE FLEXIBILIDAD EN CUANTO A CUESTIONES DE CONCILIACION PERSONAL Y FAMILIAR (se adaptan horarios personalmente según las circunstancias.) A SU VEZ, SE HA MODIFICADO EL HORARIO DE LA EMPRESA, PARA QUE LOS EMPLEADOS NO TENGAN PROBLEMA EN LA ENTRADA DE POR LA MAÑANA DE SUS HIJOS Y LA DEL MEDIO DÍA.

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.

El taller se dividen en servicio técnico de frío (refrigeración: arcones, neveras, botelleros, mesas frías, cámaras panelables...) y taller de calor (freidoras, planchas, hornos, brasas, lavavajillas...) Dentro de cada departamento hay un encargado de taller que se encarga de comunicar si hay alguna deficiencia o alguna formación de interés.

En varias ocasiones se han realizado cursos, formaciones y titulaciones extras demandadas por los empleados.

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.

La relación es directa, diaria y muy cercana cada día. Ellos nos comunican en ocasiones que puntos ven que mejorar en los procesos y desde oficinas nos encargamos de hacer procesos en un documento de forma fácil y sencilla para ahorrar tiempos y ganar en organización. A su vez, se busca la formula más idónea puesto que el trabajo en la app realizado por los técnicos afecta en oficinas a la hora de dar horarios a los clientes, presupuestos y albaranes. Con reuniones y escucha activa buscamos la mejor formula para taller y oficinas.

Seguridad y Salud

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

Existe una evaluación de riesgos y hemos realizado formaciones de prevención de riesgos laborales.

Todos y cada uno de ellos tienen a su disposición los diferentes medios de seguridad según el trabajo que realizan en ese momento y luego medios de seguridad genéricos. Los genéricos son los guantes de trabajo y los zapatos de seguridad S3. Luego bajo puntos más específicos tienen rodilleras, gafas, máscaras, mascarillas de respiración, arneses, distintos tipos de guantes, auriculares para el sonido...

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.

En la mercancía nueva buscamos fabricantes con ecodiseño y con la etiqueta energética. A su vez, aquellos que tienen facilidad de repuestos para que puedan ser reparados y alargar su vida útil.

Por otro lado, el 90% de nuestras compras ya es mercancía usada por lo que nuestro negocio se basa en reacondicionar la mercancía, reparar y darle una segunda vida útil. De este modo el grueso de nuestro negocio ya es circular. A su vez, obtenemos las piezas útiles de aquella mercancía que reciclamos con contenedores de Lopez soriano para poder usarlas en futuras reparaciones (ya que son piezas en buen estado que también pueden ser reutilizadas)

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.

Nuestro almacén es un 95% maquinaria reacondicionada pero en cuanto a fabricantes de mercancía nueva, optamos por aquellos que tienen modelos eco, sostenibles o con materiales primas recicladas. A su vez, también elegimos aquellos que tienen la etiqueta energética o que nos aseguran poder obtener repuestos para realizar reparaciones durante más de 10 años. Para nosotros son puntos clave que nos ayudan a poder ofrecer un buen servicio post venta y saber que ante la posibilidad de destruir ese equipo, podremos ofrecerles una reparación del mismo, alargando así su vida útil.

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.

Nuestra idea es lograr consolidar el concepto de restaurantes sostenibles y aunque no hemos participado en ningún proyecto social económicamente, si estamos teniendo reuniones con distintos proveedores para poder realizar un documento de restaurantes sostenibles con consejos, indicaciones, pautas, normas y nuestro sueño sería poder lograr sacar un sello de restaurantes sostenibles para poder otorgárselo a aquellos restaurantes que cumplimentan x puntos. Hemos detectado que siempre que se habla de estos temas entorno a la hostelería solo se valora productos de kilómetro cero, reciclaje del agua, , reciclado de productos, no tirar materia prima, etc pero jamás se ha valorado montar un negocio o integrar mercancía reacondicionada puesto que es el corazón de la cocina y ya estás siendo sostenible con este gesto: ayudas a reducir la huella de carbono, ayudas a que muchos nuevos empresarios puedan abrir un negocio (económicamente hablando), ayudas a la economía circular y al cambio de mentalidad de la sociedad.

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.

Nuestro proyectos social de lograr una restauración sostenible si que se encuentra

alineado con nuestro modelo de negocio que se basa en la maquinaria reacondicionada y en el servicio técnico. Creemos que la base de la económica circular dentro de la hostelería se encuentra en este punto.

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 comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

27.1. Información adicional

Estamos cambiando los vehículos de trabajo por vehículos de renting con menor contaminación. También la comunicación en nuestras furgonetas indicando el objetivo: hostelería sostenible. A la hora de hablar con ayuntamientos, residencias y centros escolares siempre recalcamos este punto ya que son clientes que antes no se interesaban en nuestro negocio pero cada vez son más y más puesto que la mentalidad de la sociedad ha cambiado y se exige un buen uso y alargar la vida útil de la maquinaria.

En nuestra página web también puede encontrar información sobre la maquinaria reacondicionada y el servicio técnico. A su vez, estamos presentándonos para optar al sello circular y poder abrir puertas a nuevas asociaciones. Creemos que ese sello circular puede ayudarnos a crecer, a dirigirnos a un público nuevo y poder comunicar aspectos que se desconocen o aún no se están valorando sobre la HOSTELERIA SOSTENIBLE, REAL.

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?

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

28.1. Información adicional

Se comunica en el proceso de compra, siempre que asesoramos a los clientes se comentan las buenas prácticas, también queda reflejado en anexos de los presupuestos , en charlas con los clientes, en nuestra página web y redes sociales

También usamos las furgonetas de los técnicos y del transporte propio como medio de comunicación.

Dentro de la página web tenemos un apartado que recoge dichas buenas prácticas.

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.

29.1. Información adicional.

El negocio en sí es completamente circular: En primer lugar compramos mercancía industrial de hostelería que ya ha sido usada. En segundo lugar, dicha mercancía se pasa por lavado profesional y por servicio técnico (se repara o se cambian algunos repuestos para aumentar su vida útil) y, por último, se pone en venta para darle una segunda vida y reinsertarlo de nuevo en el mercado.

De la mercancía que no se puede volver a exponer porque está dañada sin reparación posible, se extraen las piezas que funcionan y la máquina se recicla en los contenedores que nos proporciona la empresa autorizada en reciclaje Lopez soriano.

Las piezas que se recuperan se usan de nuevo en reparaciones de otras máquinas.

Por otro lado, otro punto muy importante en cuanto a la circularidad es el servicio técnico. Nuestros técnicos trabajan en nuestro taller propio y desplazándose a los locales de los clientes para reparar aquellas máquinas dañadas con el fin de que nunca sea la primera opción para ellos comprar una máquina nueva.

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.

ESTAMOS FOMENTANDO LA HOSTELERIA SOSTENIBLE E INTENTANDO CONCIENCIAR QUE SIEMPRE ES MEJOR LA REPARACIÓN QUE DESECHAR Y COMPRAR NUEVO. PRIMERO POR LA REDUCCION DE LA HUELLA DE CARBONO Y SEGUNDO, PORQUE SON MÁQUINAS QUE, CON SOLO CAMBIAR UNA PIEZA PUEDEN SEGUIR FUNCIONANDO MUCHOS AÑOS. CONSIDERAMOS QUE SIEMPRE ES MEJOR ESTA OPCIÓN TANTO EN LO AMBIENTAL, COMO EN LO ECONOMICO.

Economía circular

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

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

31.1. Información adicional

La economía circular a veces incluso sin saberlo (años pasados) ha formado parte siempre de este negocio: compramos mercancía usada, se repara y lava para volver a ponerlo en el mercado, sumado a nuestro equipo de servicio técnico que reparar las máquinas propiedad de los clientes. Nuestro almacén es en un 95% reciclado

Actualmente se quiere poner en valor este negocio circular por su actividad, dar a conocer este valor añadido, comunicarlo y poner objetivos internos para mejorar estos puntos.

Por ejemplo, se valora la compra de máquinas de lavado a láser, para ahorrar agua. Se ha digitalizado todo el proceso de contabilidad, y se trabaja de forma digital casi en su totalidad. Los técnicos tienen una app en el móvil donde crear albaranes y que se pueden firmar desde el móvil y así desde oficinas poder hacer la contabilidad sin usar ni gastar papel.

Para los envíos de la mercancía, usamos los palets en los que nos vienen algunos pedidos de fábrica y reutilizamos las cajas y los palets para hacer la paletización de envíos.

Como ya he comentado en ocasiones anteriores contamos con diferentes contenedores por parte de la empresa autorizada en reciclaje LOPEZ SORIANO. Ahí se reciclan las máquinas que no pueden ser reparadas y lo tenemos separado en inox, madera, refrigeración y gas. Son la empresa autorizada en Aragón que realiza la extracción de gases en dos fases de forma correcta para no contaminar y dejar limpios los equipos de gases antes de su reciclaje.

En breves sacaremos nuestra nueva página web que incluye información sobre los compromisos éticos, proyectos y actuaciones en cuanto al ámbito social y ambiental. Así como diversa información sobre los beneficios de la maquinaria de hostelería reacondicionada. así como nuestra intención es poder mandar newsletters o anuncios en nuestras Redes sociales sobre la importancia de alargar la vida útil de la maquinaria a través de reparaciones del servicio técnico y compras de maquinaria reacondicionada.

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

Se comunica en redes sociales, en nuestra página web, directamente a los clientes y en ferias que tenemos previstas para este 2023 bajo el lema de la hostelería sostenible. A su vez, nuestros vehículos también llevan un vinilo que comunica nuestra actividad y nuestro lema. A su vez, se comunica a los trabajadores a través de la plataforma STEL Order, desde donde ellos fichan y pueden ver documentos, notificaciones, etc.

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 - Capacitar a las personas de la empresa

- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 5 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 6 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 7 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 8 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 9 - Disponer de presupuesto
- 10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local

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?

el modelo de negocio que se basa en la compra y venta de mercancía reacondicionada con el valor añadido de servicio técnico con la finalidad de basar el modelo de negocio en casi su totalidad a la económica circular con mercancía usada, reutilizada, reacondicionada y reciclada.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

DEFINIR UN PLAN DE RESPONSABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD CO LINEAS PRINCIPALES DEL QUE DERIVEN LOS OBJETIVOS Y ACCIONES MEDIBLES.

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 y tiene un compromiso público 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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.