

RSA - PYMES

Empresa evaluada

GUIAN CATERING Y SERVICIOS, S.L

CIF:B99085458

Avda. María Zambrano nº:31, Edif WTC Planta 13

50018 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Guian Catering y Servicios S.L

02 - Dirección - CP - Población

Avda. Maria Zambrano 31, planta 10

50.018 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

6779- Otros servicios Alimentación y Restauración

9882- Servicios y organización de congresos, asambleas, etc.

04 - Año comienzo actividad.

2005

05 - Número de personas empleadas

Esta empresa debido a su gran evolución y que realiza una actividad estacional, se sitúa en plena temporada con más de 100 personas en plantilla.

Fijos en la empresa cuenta con 44 anuales.

06 - Persona contacto

María Milagros Cubells

661.236.291

07 - E-mail contacto

administracion@guian.es

08.- Página web

www.guian.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

Nuestra empresa cree fehacientemente que el análisis Pestel está siempre relacionado directa o indirectamente en las empresas, siendo de diferente índole para que empresa dependiendo de su actividad o del tamaño de la misma.

Nosotros podríamos decir que esta empresa intenta cumplir con las expectativas más óptimas para la consecución de estos objetivos, Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, ecológicos y legales.

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

Si

2.1. Información adicional

Como hemos indicado en el texto de arriba, en menor o mayor medida podrán verse afectadas las empresas.

Por ejemplo, en nuestra compañía, uno de los factores que más trabajamos a día de hoy son:

Los tecnológicos, puesto que, hemos ido evolucionando a lo largo de estos 10 años de trayectoria, en la implantación de sistemas informáticos, nuevos sistemas de gestión, planificaciones automáticas, seguimientos web, entre otros.

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

Sin respuesta

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

Se destina una parte de los beneficios de esta empresa, nosotros pretendemos, "

Pequeños Gestos que salven la Tierra".

Esta empresa ha ido evolucionando con los años, poquito a poco se va añadiendo una serie de valores, enriqueciendo a la empresa y haciéndola más sostenible.

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

Si, tenemos identificados todos aquellos grupos de interés.

En cuanto a Asociaciones u Organismos Públicos:

Trabajamos con: Amac Gema, la asociación contra el Cáncer, colaboramos en un evento benéfico, elaborado y creado desde el corazón de Guian donde se reúnen más de 200 personas, sito en la calle Terraza Libertad 6.8

Patrocinadores de la Fundación Federico Ozanam, aportando la maravilla de nuestra gastronomía en un acto benéfico anual.

Colaboraciones con el Hospital Universitario Miguel Servet, en concreto en la planta geriátrica.

En cuanto a Proveedores:

Impulsamos de manera activa el trato con el proveedor, puesto que, nosotros buscamos la materia prima seleccionada.

En cuanto a empleados:

Nuestra sinergia con la plantilla es amplia y abierta a todo tipo de necesidad.

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

6.1. Información adicional

En cuanto al cliente:

Sondeamos a nuestros clientes tras su evento.

En cuanto al empleado:

Instauramos un buzón de sugerencias.

En cuanto al proveedor:

Dialogo proactivo e instauración de nuevos productos más sanos

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

Sencillamente este es uno de los puntos que se está trabajando este año 2019. A raíz de la elaboración de una mini memoria de RSA, nos hemos dado cuenta que, necesitamos, analizar, mejorar y completar algunos aspectos, que, efectivamente no se han realizado.

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

Como he indicado en el punto de arriba, únicamente algún mando intermedio es conocer de ello, se está elaborando una memoria de la empresa con aspectos tan importantes como la misión, visión y valores de empresa.

Plan de Responsabilidad Social

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

Este año se ha elaborado un primer plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Nuestra empresa si está plenamente conciencia en la resposabilidad social, que abarca la sostenibilidad, la responsabilidad social y la constante formación de los empleados

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

Se establecen a nivel general, y poco a poco se van estableciendo de manera más específica y concreta para otros años.

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

Nuestra empresa tiene dos tipos de clientes específicos.

1. las empresas, de cualquier índole, pequeña o grande, nacional o internacional.
2. el cliente particular, teniendo como nicho de mercado, las bodas, 90%, y evento menor tal como, bautizos, comuniones, cumpleaños.

En el ámbito de la boda, que es el 80% de la facturación de este empresa, se analiza mediante encuestas de satisfacción a todos y cada de uno de los clientes, y se ve reflejado

en un portal destinado a bodas a nivel Nacional.

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

Año tras año, tras las respuestas analizadas de nuestros clientes, vamos añadiendo, instaurando o implantando nuevas mejoras para que, los siguientes clientes no tengan que verse en mejorar esos aspectos. Guian alcanza metas constantemente, como en todos los proyectos, habrá unos que se logren con prontitud y otros que sean más tediosos implantarlos.

Este año por fin, lanzamos Instagram, que, como bien sabemos, no es una herramienta nueva ni novedosa, pero a petición de nuestros antiguos clientes, hemos podido ir creando y recopilando un periódico de fotos en la cual Instagram refleja..

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

I+d en nuestro dto, de cocina,

Creación de nuevos platos, tendencias en el mercado.

Creatividad de los platos.

Asesoramiento culinario mediante viajes de prospección, estudio de libros. Competencia en el mercado.

Calidad de los productos y servicios

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

Nuestro servicio de protocolo ofrece a nuestros clientes un producto especial, de calidad y de proximidad.

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

Nuestro departamento de calidad del servicio es muy sugerente, puesto que, el 90% de nuestro buen hacer es gastronómico.

Es complicado que un cliente pueda referirse a nuestro departamento con alguna queja de devolución, puesto que toda la gastronomía está analizada horas antes del evento, los clientes realizan una prueba de menú meses antes de su evento, y la expectativa la tienen como vivencia de dicho evento...no vendemos un producto tangible, si no un consumible, aun así se escucha algún fallo de coordinación que el evento pueda tener, y se valora si ha sido causa imputable a Guian como organización o ajena a éste.

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

Mediante soporte audiovisual y fotográfico..

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 realiza una reunión general anual de cómo ha ido la empresa en el año y perspectivas para el año futuro.

Se realizan reuniones mensuales con dirección entre departamentos, para consensuar aspectos mejorables, pautas y procedimientos a instaurar.

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.

Realmente en esta empresa existen igualdad de oportunidades y no hay discriminación por raza, sexo o religión.

Cada vez que se anuncia un puesto de trabajo, simplemente pedimos ganas de trabajar

independientemente de la edad que tengan, la raza o el sexo.

En los puestos o mandos intermedios tampoco se pide hombre o mujer, si no, según valía para el puesto.

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.

A demanda,
Concilia la persona que pide, son casos concretos.
La conciliación no da cabida en algunos puestos de trabajo.
Por departamentos de empresa, cocina, oficina, sala.
Existe horario flexible.
Horario flexible excepto el día del evento

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.

Existe un canal comunicativo dentro de la empresa, donde gerencia analiza las propuestas de la empresa.

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

Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación básica relacionada con el desempeño del puesto de trabajo y la actividad de la organización

21.1. Información adicional.

Sin respuesta

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.

En la actualidad tenemos implantados en nuestra organización mecanismos de salud y seguridad laboral dado que se han realizado la evaluación de riesgos laborales y

planificado la acción preventiva. Además se dan consejos posturales a los empleados.

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.

En la actualidad no hay criterios concretos de compra pero se intenta que sean productos de proximidad con alta calidad.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

No existen criterios definidos para evaluar y clasificar a los proveedores

24.1. Información adicional.

En la actualidad no tenemos criterios de clasificación y evaluación significativos.

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.

- Asociación contra el Cancer.
- Asociación de enfermos mentales.
- Fundación Federico Ozanam.
- Colaboraciones en Hospital Miguel Servet

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 y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

La colaboración con este grupo de asociaciones implica implícitamente que haya una sinergia y un posicionamiento social de nuestra empresa hacia otras empresas, cada vez más conocida por sus colaboraciones.

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

Se comunica de manera informal a los trabajadores de la empresa, pero cada día son más conocedores de estas aportaciones, puesto que, queremos que nuestros trabajadores estén al corriente de esas prácticas.

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

28.1. Información adicional

Trabajamos de la mano de una compañía de prensa a nivel local. Cuando realizamos este tipo de eventos siempre tenemos una tirada en la prensa, o en alguna revista de actualidad local. Además de las sesiones fotográficas subidas a plataformas de redes sociales.

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.

Análisis de agua en cocina central.
Contenedores para diversificar dentro de oficina los residuos.
Plan de optimización de papel, implantando una política " Haz un Buen Papel", Reduce, Reutiliza, Recicla.

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.

Intentamos siempre una mayor eficiencia energética, utilizando luces de bajo consumo, alertando a los trabajadores de las buenas prácticas de su uso.

Suprimimos Energía radioactiva con unas baterías generadoras.

Así como de otros pequeños mandamientos sostenibles, como pueden ser;

Cuidar el agua

Economizar la energía

Producir menos residuos

Envase reciclables

Evitar productos químicos

Economía circular

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

31.1. Información adicional

La empresa Guian Catering y Servicios SL intenta minimizar la generación de residuos y en mantener los productos, materiales y recursos en uso durante el mayor tiempo posible. Por otra parte, se han implementado programas de reciclaje.

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

Se tratará de informa a los diferentes grupos de interés a través de redes sociales.

Se comunica a la plantilla mediante reuniones, para el uso adecuado de los recursos.

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 - Ofrecer productos y servicios de calidad

3 - Disponer de presupuesto

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

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?

6

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Guian Social es un punto fuerte de esta empresa.

Guian y expectativas de valor, satisfacción del cliente.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Podría enumerar un sin fin de mejoras en esta empresa.

Nos gustaría ser más comunicativos, sobre todo en la comunicación con los trabajadores, transmitirles la cultura de la empresa.

Planificar sus puestos de trabajo, cuales son las expectativas de la empresa, informales de sus puestos de trabajo con procedimientos, y buenas prácticas.

La comunicación interna entre empleados quizás es nuestro punto débil.

Hacer llegar al trabajador que somos un grupo formado por individuos, que cada uno de ellos nos representa.

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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.

- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.