

RSA - PYMES

Empresa evaluada

CAFÉS ORÚS, S.A.

CIF:A50004860

Polígono Industrial El Portazgo Naves 101-102

50011 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Cafés Orús, S.A.

02 - Dirección - CP - Población

Polígono Ind. El Portazgo naves 101,102

Localidad: Zaragoza

Código postal: 50011

03 - Sector. Actividad

Elaboración de café, té e infusiones.

04 - Año comienzo actividad.

1900

05 - Número de personas empleadas

23

06 - Persona contacto

Álvaro Marco, Adjunto de Dirección de Cafés Orús.

07 - E-mail contacto

alvaromarco@cafesorus.es

08.- Página web

www.cafesorus.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)**

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

Si, son temas que afectan directa e indirectamente en la empresa. Tanto a C/p como a L/p y debemos tenerlos en cuenta de cara a la toma de decisiones que se van tomando en la empresa

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

Si

2.1. Información adicional

Ya sean cuestiones ambientales, políticas, económicas, sociales o tecnológicas, consideramos que las PYMES pueden enfrentarse, de manera proporcionada, a todas estas cuestiones.

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

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

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

No existe un presupuesto concreto, Aunque si un compromiso permanente para la realización de proyectos sociales y/o medioambientales

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

AECafé , AIAA, CEOE

CLIENTES SEGMENTADOS POR TIPO Y TAMAÑO

MEDIOS DE COMUNICACION: TV, RADIO, PRENSA, REDES SOCIALES

PROVEEDORES POR TIPO DE MATERIA PRIMA O PRODUCTO

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

Para determinados grupos, como es el caso de clientes, disponemos de mecanismos formales para conocer sus necesidades y expectativas tales como encuestas o entrevistas personales.

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 inicio de una relación laboral en la empresa, Cafés Orús da a conocer las pautas de actuación de forma verbal, centrándose en los temas que pudieran llegar afectar de forma más directa.

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

Las personas que trabajan en Cafés Orús son conocedores tanto de la cultura, como de la razón de ser de la empresa, los valores y los objetivos 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

Desde que valoramos la posibilidad de adherirnos al Plan de Responsabilidad Social, hemos ido abordando las distintas actuaciones y jornadas programadas.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

A raíz de la situación provocada por la Covid-19 Cafés Orús quiso agradecer la labor realizada por los profesionales sanitarios, personal de limpieza, celadores, enfermeros y médicos, entre otros, a través de la donación de todo el café consumido durante esta crisis a todos los hospitales de Zaragoza.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

11.1. Información adicional

Hemos realizado algunas encuestas a través de nuestra página web y plataformas sociales para conocer la satisfacción de nuestros clientes y sus hábitos de consumo.

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

Disponemos de mecanismos para ser conocedores de las necesidades y mejoras que pudieran facilitar el día a día de nuestros clientes.

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

En los últimos años hemos incorporado nuevos productos y servicios con el fin de suplir las necesidades de nuestros clientes.

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

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

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

Una de nuestras prioridades es la satisfacción del cliente, por ello disponemos de un servicio post venta que ofrece la máxima atención y soporte en caso de que fuera necesario.

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

Nuestra propuesta comercial es un mix de producto y servicio post-venta, siempre y ante un nuevo cliente o novedades que podamos implantar en nuestros productos y servicios informamos a nuestros clientes con claridad y transparencia de todo lo relativo a los mismos. Generalmente de manera presencial por parte de los Gestores Comerciales responsables de cada una de las rutas.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

17.1. Información adicional

No existen herramientas específicas para tal fin, pero la relación con nuestros empleados nos permite conocer con regularidad cuál es su grado de satisfacción. En Cafés Orús, como PYME, tenemos relación muy cercana con todos los que forman la compañía, por esa razón no es tarea complicada conocer su grado de satisfacción.

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.

La igualdad de oportunidades es un elemento muy presente en Cafés Orús, por ello nunca ha existido discriminación por circunstancias de sexo, raza o religión. En nuestra plantilla las mujeres representan un 40% y los hombres un 60%, además, contamos con personas con discapacidad y se apoya en la promoción interna dentro de la organización.

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.

Flexibilidad de horarios dentro de las funciones del puesto por circunstancias familiares, ya sea de forma de forma permanente o por circunstancias puntuales o específicas.

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.

La empresa pone a disposición y lleva a cabo formaciones para cada una de las necesidades de cada puesto.

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.

Cada departamento es formado para mejorar competencias técnicas específicas, en función de sus necesidades.

Seguridad y Salud

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

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

22.1. Información adicional.

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

23.1. Información adicional.

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

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.

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.

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.

Al inicio de cada año estudiamos todas las acciones sociales que se vayan a llevar a cabo en nuestra comunidad y se priorizan en función del impacto positivo que puedan generar. Por ejemplo, en los últimos años, hemos colaborado con la Asociación Española Contra el Cáncer en su evento más significativo en Aragón. También hemos participado en otros jornadas puntuales organizadas por otras Asociaciones aragonesas.

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 planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

En algunos casos van estrechamente ligados. Integrar en el desarrollo de un producto la participación de colectivos en riesgo de exclusión social, involucrándolos en el proceso de producción con el fin de generar un impacto directo y positivo 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?

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

27.1. Información adicional

Son conscientes de los proyectos sociales llevados a cabo, ya que son informados de forma verbal. En algunos casos, están involucrados en los procesos que ellos mismos realizan.

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

Existen ciertos hitos en nuestro calendario que procuramos repetir año tras año. Ya sea a través de nuestra página web o perfiles sociales, los seguidores de Cafés Orús van conociendo todas las colaboraciones que vamos llevando a cabo con las distintas organizaciones.

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.

Contamos con un sistema de reutilización de humos dentro de nuestro proceso de

producción que nos permite una menor emisión de CO2 a la atmósfera. También estamos desarrollando el uso de materiales compostables y biodegradables en aquellas referencias o productos que nos lo permiten, como es el caso de las cápsulas de café. Por otro lado hemos arrancado un propósito de empleo de menos papel en la operativa diaria de la empresa gracias a los avances que nos permite la digitalización de procesos.

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?

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

30.1. Información adicional.

Estamos desarrollando el empleo de materiales biodegradables y compostables en los envases de cápsulas de café.

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 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.

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 no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

De la misma manera que se comunican las acciones sociales, se dan a conocer las medidas ambientales.

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 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 2 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 3 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 4 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral

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

5

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Somos una PYME con fuertes vínculos con los grupos de interés (empleados, clientes, proveedores, etc) y esta relación nos permite conocer e interactuar con ellos de una manera sencilla, transparente y directa.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

En cuanto a las áreas de mejora, deberíamos trabajar en la incorporación de herramientas formales de diagnóstico en áreas específicas.

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 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.