

RSA - PYMES

Empresa evaluada

PASTELERÍAS MANUEL SEGURA, S.L.

CIF:B50941467

C/Mayor nº:63.

50360 - DAROCA

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Una de las pastelerías más antiguas de España. Desde hace más de 147 elaboramos todo el tipo de dulces: turrone, chocolates, mermeladas, pastas, pasteles y repostería, pan, etc...

02 - Dirección - CP - Población

c/Mayor, 63

50360 Daroca

03 - Sector. Actividad

Pastelería

Panadería

Industria agroalimentaria

04 - Año comienzo actividad.

1874

05 - Número de personas empleadas

22 trabajadores

06 - Persona contacto

Izabela Wróblewska

07 - E-mail contacto

info@pasteleriasmanuelsegura.com

08.- Página web

www.pasteleriasmanuelsegura.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

Todos estos temas son para nosotros muy importantes.

* Económico: intentamos contratar los trabajadores locales y de esta forma conseguir que se queden viviendo en Daroca.

* Político: desde Manuel Segura siempre se ha apoyado todas las iniciativas que ayudan al crecimiento de la zona independientemente del color del partido que las haya puesto en marcha.

* Medioambientales: estamos continuamente mejorando nuestro sistema de reciclaje, gasto de energía, de agua, etc. En 2018 instalamos un sistema de lavado de utensilios que consumía la mitad de agua y energía que el anterior. En 2019 hemos sustituido todas las lucernarias clásicas por iluminación LED, reduciendo el consumo de energía. En el año 2021 hemos incorporado las placas solares. Participamos en los talleres de Economía Circular. Y también al estar certificados en Calidad Rural nuestro objetivo es seguir mejorando este aspecto.

* Tecnológico: Estamos activos en el mundo digital a través de varias redes sociales, con nuestra página web, y adaptando nuestros canales de comunicación a las novedades. En el último año, a través de Kit Digital, hemos incorporado varias aplicaciones y sobre todo hemos hecho un análisis de empresa de punto de vista digitalización, para ver dónde estamos y que es que tenemos y podemos mejorar.

* Sociales: El tema de bienestar de nuestros prójimos: trabajadores, clientes y proveedores siempre ha sido muy importante. la mayoría de nuestros puestos de trabajo tiene el horario adaptado a necesidades de cada trabajador, intentando, dentro de lo posible, que puedan conciliar con la vida familiar. Participamos en todos los eventos que implican el desarrollo y mejora de calidad de vida en el medio rural que se organizan en nuestra zona, desde ferias, formación, patrocinando eventos culturales y deportivos.

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

Si

2.1. Información adicional

En Pastelerías Manuel Segura pensamos que es mucho más fácil asociarse y colaborar para obtener los mejores resultados pero si que es posible ir cambiando poco a poco cada uno donde pueda.

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?

No hay una planificación formal en la organización

3.1. Información adicional

Al ser una empresa pequeña con pocos recursos y poco personal los planes que hacemos muchas veces son informales y cambian según urgencias y necesidades de cada momento.

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

Participamos en diferentes proyectos sociales pero no hay una política de destinar presupuestos concretos.

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

Conocemos nuestros grupos de interés y actuamos con ellos mediante las llamadas telefónicas o reuniones.

Serían: Trabajadores, clientes, proveedores, población de comarca, asociaciones, medios de comunicación,

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

Nuestro modo más común de interacciones con nuestros grupos de interés son las llamadas telefónicas o las reuniones semiformales.

Con las que más interactuamos son nuestros trabajadores, que diariamente realizamos llamadas o whatsapp(trabajamos en 5 centros distintos), continuamente mejorando todos los aspectos comentados. En el año 2023 introducimos el grupo de difusión whatsapp donde podemos informar a los trabajadores de las acciones que hacemos de todos los ámbitos: económico, social, medioambiental, etc

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 empresa familiar con muy poca rotación de personal aun no hemos introducido los protocolos aunque estamos trabajando este tema.

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

Los valores de la empresa los comunicamos mediante conversaciones durante el proceso de elaboración o de venta. También usamos whatsapp entre los trabajadores que nos sirve para comentar continuamente los logros, o los principios.

En principio del año 2023, hicimos dos cursos de liderazgo y de gestión de las empresas donde hemos refrescado todo el tema de organización de la empresa. El siguiente paso será empezar a trabajar con los protocolos más definidos.

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

Al ser una empresa familiar y con gestión totalmente familiar la metodología utilizada ha sido siempre el sentido común que en este momento lo queremos formalizar.

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

Ahora es cuando pensamos sumergirnos en el tema de objetivos. Si que hay que decir que al ser certificados en Calidad Rural se trabajó este tema.

En el año 2021 hicimos un análisis de los acciones que realizamos. Una empresa externa estaba analizando nuestra historia, nuestras acciones y entre todos hemos cambiado y actualizado la página web y hemos establecido un objetivo el más cercano e importante para nosotros como podría ser la DESPOBLACIÓN. Nos hemos puesto en contacto con diferentes agentes de la zona: ADRI, Fundación CEPAIM- para ver si podríamos colaborar con algún proyecto. Por ahora no se ha desarrollado ninguna relación pero si que se valora en el futuro.

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

En alguna ocasión hemos realizado las encuestas de satisfacción del cliente pero realmente lo que mejor nos funciona son las conversaciones que mantenemos habitualmente con nuestros clientes que nos ayudan a mejorar. Tenemos trato muy cercanos y en nuestras tiendas mantenemos buenas relaciones con los clientes.

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Escuchamos a nuestros clientes y siempre que podamos y las sugerencias son razonables introducimos los cambios y mejoras.

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 nuestro historial podríamos enumerar muchos productos que se crearon por investigación propia: Moscatelicos, Mudéjares, mermeladas de autor o chocolates con sabores de la tierra. En nuestras elaboraciones siempre hemos basado en crear productos nuevos y distintos para sorprender al cliente.

En este momento nos hemos centrado en cambiar los envases para que sean más responsables con medioambiente.

Nuestras mermeladas tienen fajas de cartón y una pequeña pegatina con un tipo de pegamento poco invasivo.

Nuestros nuevos envases de turrónes son automontables y en su caso no usan pegamento.

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

Al estar ubicados en medio rural, sabemos como de importante es cuidar nuestro entorno. Sabemos que mal lo pasan nuestras familias por cambio climático, cuando con la sequía se va toda la cosecha, cuando con los incendios se queman las plantaciones o con granizo se rompen todas las frutas. Por ese motivo intentamos usar producto de proximidad, sin

aditivos, sin colorantes. Intentamos usar embalaje justo, reciclar cosas internamente y buscar soluciones sostenibles para nuestros estuches, tal como explicamos: para el tema de pegamento, cajas automontables, etc.

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

Se ofrece un servicio postventa integral

15.1. Información adicional

En cada envoltorio tenemos el teléfono de atención al cliente y cada uno se puede dirigir a nosotros a través de correo electrónico, teléfono, whatsapp, o directamente en nuestro punto de venta pueden ser atendido por nuestros empleados.

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

Muchos de nuestros productos son envasados y contienen toda la información y recomendaciones. También en el punto de venta tenemos la información más detallada para el público con necesidades especiales como podrían ser las alergias. Para los clientes mayoristas tenemos fichas técnicas con toda la información necesaria.

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 tenemos un cuestionario para evaluar el grado de satisfacción de los empleados, pero si que estamos abiertos al diálogo y a escuchar sus inquietudes y sugerencias.

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.

No influye para nada el origen, creencias o género en los puestos de trabajo ni en la remuneración. En todos los puestos de trabajo tenemos o hemos tenido tanto hombres como mujeres y su retribución es la misma en base a la categoría salarial.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Casi todos los trabajadores de nuestro obrador al realizar los trabajos mayoritariamente individuales, tienen el horario a su medida, según los horarios de sus hijos u otros familiares.

Por ejemplo hay compañeros que entran a las 6h otros a las 8.15, a las 9 y 9.15.

De la misma forma poco a poco íbamos cambiando la jornada partida a la jornada continua ofreciendo a los trabajadores trabajo de mañana y pudiendo descansar por las tardes.

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

No sé realizan muchas formaciones ya que en nuestra localidad no hay formaciones específicas presenciales.

En varias ocasiones participamos en cursos en Zaragoza. En nuestro casos los cursos online no son tan efectivos aunque en último año hemos participado en múltiples cursos online. De nóminas, de gestión, de introducción de nuevas normativas, cursos y demostraciones para el personal comercial.

Sin embargo no existe ningún plan de formación específico, aparte de la formación obligatoria en materia de control de alimentos y alérgenos.

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.

Tenemos un manual de empresa con los datos de puesto de trabajo, de higiene, y de limpieza. Este manual se entrega a los trabajadores y se les comenta los puntos solucionando las dudas y respondiendo posibles preguntas.

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.

Al tener contratada la empresa que se ocupa de Prevención de Riesgos Laborales, tenemos revisiones anuales de todos los puestos de trabajo, análisis de riesgos con la maquinaria que se usa, subsanando todos los años los peligros que podrían surgir.

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.

Las normas de compra responsable:

1. se busca el producto de proximidad, muchas veces de pequeño productor, siempre cuando cumple la calidad que tenemos establecida
2. Se compra de las empresas responsables, la mayoría de nuestros proveedores tienen el sello de RSA.
3. más de 90% de los productos que compramos es de origen nacional

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.

Tal como explicamos en los puntos anteriores, lo primero es buscar los proveedores locales, aunque no siempre puedan ofrecer el precio igual que otros mucho más grandes. Por ejemplo, el caso de huevo fresco.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

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

25.1. Información adicional.

Colaboramos con varios proyectos culturales:

Aragón Negro- preparando dulces especiales para este festival o premiando los participantes de los concursos locales.

Cine Prisión Daroca- como patrocinador de algunos premios.

En diferentes competiciones deportiva locales y casi todos los eventos culturales de nuestra comarca.

Tenemos convenios y ayudamos a algunas entidades como Ningún niño sin merienda en La Muela, Asociación Sonrisas, Fundación Carlos Sanz, Manos Unidas, fundamentalmente organizaciones de ayuda social y especialmente a la infancia.

Como uno de nuestros objetivos es luchar contra la despoblación estamos valorando las colaboraciones con los grupos dinamizadores de nuestra zona: ADRI, Fundación Cepaim, Asociación Apadrina un Viñedo.

Este año 2022 hicimos un producto especial (una piruleta, corazón de chocolate, en colores de bandera Ucraniana) que regalábamos por echar el dinero a la hucha.

También patrocinamos Fútbol Sala 2022/2023 de Daroca.

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?

No, no están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Todas colaboraciones que realizamos están enfocadas a una mejora de la sociedad que nos rodea, no para ser utilizadas como forma de negocio.

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

En este momento usamos redes sociales para comunicar diferentes acciones y también el grupo de difusión de whatsapp para llegar a todos los trabajadores.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

No se comunican

28.1. Información adicional

Muchas de las colaboraciones que realizamos no las comunicábamos en las redes sociales. El año pasado, después de la auditoría de Redes Sociales hemos empezado comunicarlo y hemos elaborado un pequeño plan de comunicación RSA.

En alguna ocasión las comunican los demás.

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.

Al estar certificados con el sello de Calidad Rural nos fijamos en protección de medioambiente. Se estudia consumo de agua, reciclado de diferentes materiales desde el cartón, plástico hasta los aceite usados, consumo de energía, etc.

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.

Aunque hemos realizado cambios en materia de ahorro energético y de consumo de agua, no les hemos comunicado el cómo y el por qué ni a los trabajadores ni a los agentes sociales.

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

Internamente hacemos reciclado de papel de oficina para apuntes varios, hemos disminuido gasto de papel nuevo considerablemente. Por otro lado la mercancía que se retira, pan seco, etc se destina a los animales de nuestra localidad.

Participamos en programa de Too good to go, y Encantado de ComerTE donde en nuestras tiendas de Zaragoza antes de tirar algún producto alimentario se lo ofrece en los lotes para que la gente pueda aprovecharlo (pasteles rotos, pero en buen estado, pan no vendido, bollería diaria que en otras circunstancias llegaría a la basura.

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

los empleados no son verdaderamente conscientes de los cambios y la implicación de la empresa en materia de conservación del Medio Ambiente

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

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Somos una empresa con ganas de mejora continua y conscientes que a través de pequeños cambios podemos ayudar al planeta.

Conciliación familiar y participación en proyectos sociales.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Seguramente la área de mejora sería la comunicación interna y externa e implantación de un sistema presupuestario y evaluación de las acciones que realizamos.

Estamos en continuo proceso de mejora, intentando mejorar sobre todo la gestión para que ejecución vaya más fluida.

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 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.