

RSA - PYMES

Empresa evaluada

**COLECTIVIDADES Y RESTAURANTES DE
ARAGÓN Y RIOJA, S.L.**

CIF:B50983907

Polígono Proalca, Calle Ribera 23

50420 - Cadrete

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

COLECTIVIDADES Y RESTAURANTES DE ARAGÓN Y RIOJA SL

02 - Dirección - CP - Población

C/ RIBERA 23-24

50420 CADRETE (ZARAGOZA)

03 - Sector. Actividad

RESTAURACIÓN DE COLECTIVIDADES

04 - Año comienzo actividad.

2005

05 - Número de personas empleadas

77

06 - Persona contacto

Santiago Palazón Marquina

07 - E-mail contacto

santiago.palazon@cores-sl.com

08.- Página web

<http://cores-sl.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)**

1.1 Información adicional

Realizamos análisis periódicos de estos aspectos, tanto a nivel interno en reuniones semanales del comité de Dirección, como a nivel externo, asesorados por colaboradores externos: proveedores, asesores legales, financieros?etc.

La evolución económica y su previsión, el control del IPC, así como la actualización constante en materia legal suponen pilares básicos que estructuran nuestros planes a medio/largo plazo.

Igualmente adaptamos nuestro desempeño a los cambios sociales, a través de nuestro plan de igualdad, formación específica para nuestros empleados, cambios en la normativa laboral?etc.

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

2.1. Información adicional

No, consideramos imprescindible la colaboración con expertos en diversas materias que afectan a nuestro negocio y que precisan de un conocimiento específico de las mismas.

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?

3.1. Información adicional

Hemos obtenido en junio de 2024 la Certificación ISO 14001 de gestión ambiental- Seguimos en trámite de obtener el certificado de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?

4.1. Información adicional

Colaboramos con Fundación Federico Ozanam, YMCA, Fundación La Caridad y Hnas. Hospitalarias Sgdo. Corazón de Jesús, centrados en la atención de mayores, niños y discapacitados psíquicos.

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.

5.1. Información adicional

Realizamos un seguimiento específico y diferenciado de nuestros clientes, empleados y proveedores, para dar una respuesta adaptada a sus expectativas y particularidades.

En concreto, se realizan encuestas y reuniones bimensuales con nuestros clientes, donde se mide el nivel de satisfacción con el servicio y los puntos de mejora.

Con nuestros empleados, se ha reforzado la presencia de mandos intermedios para atender de una forma más directa sus necesidades, tanto laborales como formativas. Se ha contratado a un supervisor y a una dietista/nutricionista, de forma que tenemos una mayor presencia en nuestros centros y un contacto más cercano con nuestro personal.

También se han intensificado las reuniones con nuestros proveedores y se ha seguido profundizando en el desarrollo de aplicaciones informáticas, como un nuevo portal del cliente con nuestro principal proveedor y la aplicación EMERE para gestionar nuestros pedidos de materia prima.

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

6.1. Información adicional

Mantenemos reuniones bimensuales con nuestros proveedores para tener una información actualizada de la evolución del mercado e intercambiar impresiones y proponer planes de actuación.

Con nuestros clientes mantenemos un contacto semanal a través de nuestros Responsables de Operaciones, proponiendo reuniones formales siempre que se detecte la necesidad. Según la materia que se necesite tratar, acude el Responsable del Dpto. oportuno para ofrecer una solución concreta al asunto en cuestión. Igualmente, realizamos encuestas estandarizadas de forma periódica para medir el nivel de satisfacción de nuestros clientes.

Por último, el contacto con nuestros empleados es constante a través de nuestro Dpto. de Operaciones y RRHH. Creemos que un trato cercano con nuestro personal es la mejor forma de conocer sus necesidades y de potenciar su máximo rendimiento.

Además de todo lo anterior, se ha reforzado la estructura de mandos intermedios (Supervisor y dietista/nutricionista) para tener una presencia y contacto directo aun mayor que en el año anterior con nuestros clientes y empleados.

Con nuestros proveedores hemos seguido desarrollando herramientas informáticas que nos permiten simplificar procesos y disponer de información relevante actualizada en todo momento, como son precios, productos de temporada, aprovisionamiento...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?

7.1. Información adicional

Se ha elaborado un breve manual de bienvenida con información relevante para un nuevo empleado/a, sus responsabilidades, equipamiento del centro de trabajo y normas internas y buenas prácticas. A pesar de ello, seguimos apostando por un acompañamiento directo y personal al empleado en todas sus etapas, tanto al inicio de la relación laboral, con un plan de acogida y periodo formativo adaptado a cada puesto, como durante el transcurso de la relación laboral, ajustando las necesidades formativas a cada empleado, aconsejando y dirigiendo de forma específica en función de las necesidades y aptitudes de cada persona.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

8.1. Información adicional

Sí, se lleva a cabo de una manera constante y cercana con nuestro personal, orientándolos a través de nuestro equipo de Operaciones y alineando su desempeño con nuestros valores, principios y misión.

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

Obtuvimos el sello RSA 2024 y estamos en proceso de renovarlo.

Así mismo hemos obtenido la ISO 14001 de gestión ambiental, que refuerza nuestro compromiso de mejora respecto al impacto ambiental de la compañía.

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

10.1. Información adicional

Objetivos:

- Mejora de la sensibilización ambiental de la empresa por medio de formaciones periódicas y control de buenas prácticas.
- Reducir el uso de papel en oficinas, con formación de concienciación del personal y controles mensuales.
- Gestión correcta de residuos: papel, cartón, plásticos-envases, aceite usado y envases con restos de productos químicos.
- Reducción del consumo eléctrico mediante la instalación de placas solares.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

Se realizan encuestas periódicas que nos permiten conocer su nivel de satisfacción y la opinión sobre el servicio que les prestamos.

Sin embargo y aún más importante para nosotros, fruto del contacto estrecho que mantenemos con todos ellos, nos permite conocer su opinión de primera mano y proponer soluciones ante cualquier incidencia que surja en el día a día.

En este sentido se ha reforzado el departamento de Operaciones y Calidad con dos nuevas contrataciones, como se ha comentado anteriormente, para tener un contacto más directo con nuestros clientes.

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

12.1. Información adicional

A través de nuestras encuestas y, fundamentalmente, a través de nuestras visitas presenciales, podemos identificar rápidamente los puntos de mejora, introduciendo nuevos procedimientos, reforzando el Dpto. que se precise, identificando necesidades formativas, proponiendo nuevos menús adaptados a los gustos de cada centro?etc.

De todas las medidas implantadas se realiza un seguimiento compartido con nuestros clientes para medir el nivel de eficacia de las mismas.

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?

13.1. Información adicional

La comunicación constante con nuestros clientes nos permite proponer mejoras y soluciones innovadoras que respondan a las necesidades específicas de cada uno de ellos.

Además de ello, con el portal del cliente que nos ha facilitado nuestro principal proveedor, podemos acceder en tiempo real a ofertas, productos en stock o nuevos productos que podemos ir añadiendo a nuestros menús.

Con nuestro programa de Compras -EMERE-, nuestros clientes pueden acceder igualmente a todos los pedidos que se realizan desde cada cocina y tener un precosting.

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

Para CORES es muy importante ofrecer productos de cercanía o ¿km 0? en la medida de lo posible. Por ello, a la hora de elegir a nuestros proveedores tenemos muy en cuenta no solo el precio y la calidad del servicio, sino también que puedan ofrecernos productos que cumplan con esta premisa.

Esta información tan relevante para nosotros, también la tenemos a nuestra disposición en el portal del cliente de nuestro principal proveedor, lo que nos permite valorarlo para elegir un producto u otro.

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

15.1. Información adicional

Al ser una empresa dedicada a la restauración de colectividades, el servicio postventa supone la parte central de nuestro negocio y donde más recursos destinamos para que nuestros clientes se sientan satisfechos con el servicio que reciben.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

16.1. Información adicional

Cada cliente es único para nosotros, por ello ofrecemos una gestión integral del servicio y totalmente adaptada a las expectativas y necesidades de cada cliente. En consecuencia, proporcionamos una descripción pormenorizada de las características del servicio, de cómo va a desarrollarse y de las diferentes opciones que existen para llevarlo a cabo. Nuestro asesoramiento no termina aquí, ya que es un servicio ¿vivo? que exige ajustarlo continuamente para ofrecer las mejores soluciones.

Además de todo ello, hemos reorganizado nuestra propuesta en archivos y carpetas para cada apartado (ej. menús, dirección técnica, formación del personal...etc.) para que el cliente pueda recibirlo vía email y acceder a esta información de una manera más rápida y sencilla.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

Estamos en contacto permanente con nuestros empleados, lo que nos permite conocer su nivel de satisfacción de primera mano, si bien no se realiza de una forma estandarizada.

Como se ha comentado anteriormente, se ha reforzado la presencia de mandos intermedios en nuestros centros para atender de primera mano las necesidades de nuestro personal.

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)?

18.1. Información adicional.

Disponemos de un Plan de Igualdad con el que garantizamos la implementación y seguimiento de todos estos principios.

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?

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

Actuamos sobre las necesidades concretas que nos plantean nuestros empleados, tratando de favorecer la conciliación entre vida laboral y personal a pesar de las limitaciones derivadas de las exigencias del propio servicio.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

Si bien cada Director de Dpto. es responsable de detectar necesidades formativas y proponer cursos concretos, nuestros planes a medio plazo pasan por elaborar un Plan de Formación Anual.

Actualmente, se realiza un plan de formación a nivel interno con el personal de estructura. La formación a nuestro personal de cocinas es constante, cuyas carencias se detectan fundamentalmente en los acompañamientos que realizan nuestro equipo de Operaciones y Calidad y también a requerimiento de nuestros clientes.

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

21.1. Información adicional.

Apostamos de forma decidida por la promoción interna, dando apoyo formativo en las materias concretas que ayudarán al empleado a desempeñar sus nuevas funciones y responsabilidades con éxito. La evaluación del desempeño se realiza con una periodicidad anual, en las reuniones que mantenemos a tal efecto con los Directores de cada Dpto.

Como muestra de ello, las dos personas que se han incorporado a estructura han sido por promoción interna.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

Contamos con una empresa externa que se encarga de la evaluación de riesgos laborales y planifica la acción preventiva.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

Asumimos el compromiso de apostar por los productos de cercanía o de "km 0" siempre que sea posible, de forma que resulten sostenibles y eficientes, con el objetivo de reducir el impacto sobre el medio ambiente, así como de apoyar a nuestros productores locales.

Esta información la tenemos disponible en el portal del cliente de nuestro principal proveedor, como se ha comentado anteriormente.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

24.1. Información adicional.

Si bien la calidad del servicio y el precio son aspectos muy relevantes, potenciamos la colaboración con aquellos proveedores que nos ofrecen productos locales.

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?

25.1. Información adicional.

Colaboramos con Fundación Federico Ozanam, YMCA, Fundación La Caridad y Hnas.

Hospitalarias Sgdo. Corazón de Jesús, centrados en la atención de mayores, niños y discapacitados psíquicos.

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?

26.1. Información adicional.

Nos sumamos a las campañas y colaboraciones que nos solicitan Fundación Federico Ozanam, YMCA, Fund. La Caridad y Hnas. Hospitalarias Sgdo. Corazón de Jesús.

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?

27.1. Información adicional

Desde el año pasado se comunican a los empleados por la app "Espacio del empleado" los proyectos e iniciativas que se desarrollan en este sentido. Igualmente, se hace partícipes a nuestros proveedores para sumarlos a todas aquellas iniciativas sociales que consideramos de interés y en colaboración con nuestros clientes.

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?

28.1. Información adicional

Se comunican exclusivamente entre nuestros grupos de interés.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

29.1. Información adicional.

Hemos obtenido la certificación ISO 14001 de Gestión ambiental y realizamos una auditoría anual para verificar el cumplimiento de la norma. Contamos con así mismo con un plan de gestión de residuos dentro de nuestro Sistema de

Calidad

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?

30.1. Información adicional.

Se ha conseguido sensibilizar a personal en lo referente a reciclaje y un uso adecuado de los recursos (consumo de agua, luz, gas, papel y cartón, uso de plásticos y envases). Estamos estudiando otras opciones de uso de barquetas más sostenibles y de menor impacto medioambiental
Este compromiso se ha comunicado igualmente a nuestros clientes y proveedores.

Economía circular

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

31.1. Información adicional

Nos esforzamos por evitar el desperdicio alimentario a través de una app que nos permite conocer con antelación el nº de comensales y su elección de menú para evitar desperdiciar comida y ser más eficientes en su gestión.
Tratamos de reciclar todos los materiales posibles, como envases, papel y cartón, aceite..etc. Todas nuestras barquetas son 100% reciclables y así se lo comunicamos a nuestros clientes.
También tratamos de reutilizar maquinaria, que puede resultar obsoleta para nuestra cocina central, pero tener una segunda vida en uno de nuestros centros in situ.

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?

32.1. Información adicional

Se comunica a través de cartelería, en comunicaciones comerciales, en nuestros menús y nivel interno con formación específica.

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)

-

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?

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Podría destacar varios, pero considero que la gestión de nuestro personal, basado en un trato cercano, honesto y proactivo supone uno de los grandes valores de nuestra organización. En este sentido, como se ha apuntado anteriormente, se ha reforzado la estructura de la empresa con dos nuevas contrataciones de mandos intermedios.

Así mismo, durante el último año se han dedicado importantes esfuerzos en desarrollar políticas que nos comprometen a reducir el impacto medioambiental de Cores.

El Dpto. de Calidad es el encargado de proponer mejoras constantes en este sentido, instaurar una cultura de empresa socialmente responsable y de hacer partícipes a toda la organización.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Estamos centrando nuestros esfuerzos en la reducción del desperdicio alimentario, cuyo % se estima en un 10-15% del total consumido.

Así mismo, la concienciación y formación de nuestro personal es un proceso constante y en el que debemos seguir profundizando.

Como mejora queremos centrarnos en 3 puntos de desarrollo sostenible:

- Salud y bienestar.
- Igualdad de género, continuando con el desarrollo de nuestro de nuestro Plan de Igualdad.
- Producción y consumo responsable.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?