

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**LA COCINA DE JOSÉ FERNÁNDEZ, S.L.**

CIF:B22182737

C/Baja nº:44.-

22270 - Almudévar

Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

La Cocina de José Fernández S.L.

#### 02 - Dirección - CP - Población

Calle Baja 44, 22270, Almudévar

#### 03 - Sector. Actividad

Catering de eventos: Servicios de Alimentación y Restauración

#### 04 - Año comienzo actividad.

1995

#### 05 - Número de personas empleadas

42 personas fijas

#### 06 - Persona contacto

Julia Corral Labarta

#### 07 - E-mail contacto

[administracion@cocinajosefernandez.com](mailto:administracion@cocinajosefernandez.com)

#### 08.- Página web

<https://www.cocinajosefernandez.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**

Nuestra organización sí se ve afectada y tiene en cuenta diversos temas globales y generales en su actividad diaria, tanto de forma directa como indirecta:

En el ámbito económico, somos generadores de empleo local, sobretodo en Almudévar donde nos encontramos, y promovemos el desarrollo económico en nuestra comunidad a través de distribuidores de la comunidad y una producción responsable generando el producto necesario.

En el político, estamos al tanto de los cambios normativos que pueden afectar al sector de la restauración, catering y eventos y colaboramos puntualmente con administraciones locales en eventos como el Ayuntamiento de nuestra localidad para favorecer el bienestar rural de nuestra localidad.

Medioambientalmente, apostamos por la reducción del desperdicio alimentario, dentro de lo posible, y del uso eficiente de recursos como el agua o la electricidad y el uso de envases más sostenibles. También favorecemos el trabajo con producto de temporada y de proximidad, reduciendo así la huella de carbono de nuestra actividad.

Tecnológicamente, Hemos integrado tecnología para mejorar tanto los procesos internos, como nuestras relaciones con los stakeholders realizando cursos formativos certificados y dando empleo a personas destinadas a ello.

Por último, socialmente promovemos internamente un entorno de trabajo seguro, inclusivo y flexible, y de manera exterior trabajamos con asociaciones como Aspace o Aspanoa cuyas iniciativas promueven la igualdad de oportunidades y el bienestar.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Sí, creemos que las PYMES pueden enfrentarse de forma individual a estos temas, pero siendo conscientes de que no en todos los temas se tienen las mismas posibilidades, y que de que puede que algunos stakeholders no estén preparados para cambios y tengas que ir adaptándolo poco a poco a ellos.

Si bien es cierto que no contamos con los recursos de una gran empresa, las pequeñas organizaciones tenemos la capacidad de actuar con agilidad, cercanía y coherencia.

Por ejemplo, en La Cocina de José Fernández, aunque no podemos resolver por nosotros solos el cambio climático o los grandes retos económicos, sí podemos elegir (como elegimos) trabajar con proveedores locales, tratar de reducir residuos pidiendo a nuestros clientes que hagan uso de envases herméticos (tupper) suyos de casa en cuenta de hacer uso de uno nuevo cada vez que vienen, usando residuos menos contaminantes, cuidar el ambiente laboral...

## **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**

Sí, al planificar la actividad de nuestra organización, se incluyen de forma activa tanto los aspectos sociales como los medioambientales.

En el ámbito medioambiental, en La Cocina de José Fernández trabajamos especialmente en la reducción de desechos y el aumento del reciclaje. En nuestras tiendas de comida para llevar, hicimos hace ya algunos años un cambio completo hacia envases de cartón reutilizables y sostenibles. Además, incentivamos a nuestros clientes a reutilizar sus propios envases premiándolos con descuentos o ventajas en su compra.

En el plano social, estamos profundamente comprometidos con la salud, el bienestar y la inclusión. Desde la propia empresa hemos impulsado iniciativas internas para fomentar la alimentación saludable y el deporte entre el equipo, como retos colectivos, marchas, y participación en carreras. Actualmente estamos trabajando para establecer convenios con asociaciones que nos permitan ofrecer servicios de salud complementarios a nuestros trabajadores, como fisioterapia.

Además, colaboramos activamente con asociaciones como ASPACE, con quienes compartimos una labor muy especial: una parte de nuestro equipo cocina diariamente para personas con necesidades especiales, especialmente aquellas que requieren de alimentación texturizada debido a problemas como la disfagia. Este trabajo nos conecta con una dimensión social muy valiosa y refuerza nuestro compromiso con una cocina accesible y adaptada. También hemos colaborado con otras acciones como Inclucina, la cruz roja...

### **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**

Actualmente no contamos con un presupuesto fijo ni con un porcentaje concreto del beneficio destinado exclusivamente a proyectos sociales o medioambientales.

Sin embargo, eso no significa que no colaboremos. Siempre que se nos solicita algún tipo de ayuda, ya sea económica o en forma de colaboración directa, intentamos aportar dentro de nuestras posibilidades. Hemos participado en numerosas iniciativas solidarias sobretodo con apoyo a eventos ya sea ofreciendo nuestro servicio o material.

### **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**

Sí, en La Cocina de José Fernández tenemos identificados claramente los principales grupos de interés y tratamos de mantener una comunicación cercana y transparente con ellos. Además, con cada uno de ellos nos relacionamos de manera diferente y tratamos de abrir el mayor número de canales de comunicación posibles para que todos se sientan cómodos.

Empleados: Son el corazón de nuestra organización y tratamos de mantenerlos al tanto de todo. Además de tener zonas y horas comunes para que todos los empleados puedan compartir y hablar con el resto de sus compañeros, contamos con una newsletter donde se les comunican todas las novedades.

Clientes: Por suerte, mantenemos una relación muy cercana con nuestros clientes gracias al seguimiento que hacemos para sus eventos normalmente de un año. Además, tenemos exclusividad de eventos para poder conocer todo el equipo las necesidades de cada cliente y así aportar todos lo máximo el gran día.

Proveedores: Trabajamos con una red de proveedores de confianza y locales, por lo que hablamos prácticamente con comerciales e incluso directivos todos los días. Esto nos permite compartir (en los dos sentidos) todas las actualizaciones.

Asociaciones y entidades sociales: Colaboramos con entidades como ASPACE, entre otras, y estamos abiertos a nuevas alianzas. Al tener trabajadores dentro de ASPACE, nos facilita la comunicación con ellos.

Organismos públicos: Participamos en convocatorias, colaboraciones o actividades impulsadas desde ayuntamientos u otras instituciones, especialmente en el ámbito local y regional.

Medios de comunicación y redes sociales: Son una vía fundamental para visibilizar lo que hacemos, compartir nuestros valores y conectar con más personas. Cuidamos la imagen pública de la marca y comunicamos con autenticidad y compromiso.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

## **6.1. Información adicional**

Como mencionamos en la pregunta anterior, nuestro diálogo con los distintos stakeholders es cercano, individualizado y de muy fácil acceso. Al tratarse de una empresa con un equipo humano muy implicado, las personas que forman parte de nuestro entorno (clientes, empleados, proveedores, asociaciones, etc.) no tienen ningún problema en comunicarse con nosotros cuando surge una necesidad, una propuesta o cualquier aspecto a mejorar. Este contacto directo y constante nos permite adaptarnos rápidamente, resolver posibles incidencias de forma ágil y detectar nuevas oportunidades de mejora o colaboración.

## **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?**

Existe un documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

## 7.1. Información adicional

Desde el inicio, cuando alguien se incorpora a nuestro equipo, se les explican las normas básicas de funcionamiento, convivencia y seguridad, para que tengan claro cómo nos organizamos y qué esperamos en el día a día. Además, realizan algunos cursos iniciales relacionados con la seguridad, la higiene alimentaria y otros aspectos clave para desarrollar bien su trabajo.

Por otro lado, apostamos por la mejora continua a través de formaciones periódicas, tanto internas como externas. En muchas ocasiones, cuando un miembro del equipo realiza un curso específico lo comparte con el resto del equipo en formato de formación interna, generando así un aprendizaje colectivo.

### 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

Aunque no existe una formación formal donde se enseñen explícitamente la cultura, los valores o los objetivos de la organización están tan presentes en el día a día que acaban formando parte natural del entorno de trabajo. Por lo tanto, el propio entorno y equipo es el que de manera inconsciente propicia esos valores y filosofía.

## Plan de Responsabilidad Social

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

## 9.1. Información adicional

En nuestra organización tratamos de ser socialmente responsables en todo lo que está a nuestro alcance. Prestamos atención a cada detalle que pueda tener un impacto positivo en nuestro entorno, desde el trato justo y cercano con nuestro equipo y proveedores, hasta la elección de materiales, productos y servicios que respeten principios éticos y sostenibles. Sabemos que siempre se puede mejorar, y por eso estamos en constante revisión y aprendizaje para seguir avanzando en este camino.

### 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

Hasta ahora hemos realizado acciones concretas cuando se nos da la oportunidad o se nos pide colaboración, por lo hasta el momento tampoco trabajamos con unos indicadores u objetivos.

## 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**

Sí, conocemos lo que opinan nuestros clientes, y escuchamos activamente sus valoraciones.

Con muchos de ellos tenemos una relación directa y constante, especialmente en el caso de eventos, donde mantenemos el contacto incluso después de la celebración para conocer cómo ha sido su experiencia. A quienes no les damos servicio con personal pero contamos con sus datos de contacto, les enviamos encuestas de satisfacción para recoger su opinión.

Además, nuestros empleados en tienda nos transmiten a diario los comentarios y sugerencias que reciben directamente de los clientes.

Y en los casos en que no se produce ninguno de estos canales directos, también estamos muy pendientes de las reseñas y valoraciones en plataformas digitales.

### **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**

Identificamos las mejoras de servicio a nuestros clientes a través de una escucha activa y constante. La comunicación diaria con muchos clientes tras nuestros servicios, las encuestas de satisfacción que enviamos cuando es posible, la información que nos transmiten nuestros empleados en las tiendas y el seguimiento de las reseñas online son nuestras principales fuentes de feedback.

Una vez recopilada esta información, la analizamos internamente para identificar patrones, áreas de oportunidad y sugerencias concretas. Las ideas de mejora que consideramos relevantes y viables se discuten y se integran en nuestros procesos operativos, buscando siempre optimizar la experiencia del cliente de manera continua.

## **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**

Sí, realizamos labores de análisis e investigación para adaptar nuestros productos y servicios a las expectativas del mercado y de nuestros clientes.

Cada año, al comenzar el año, hacemos una revisión de las tendencias del sector, de lo que ofrece el mercado y de todo lo nuevo que hemos ido aprendiendo en los eventos realizados. A partir de ahí, actualizamos nuestros menús y también otros elementos importantes de nuestro servicio, como mantelerías, presentaciones, extras o detalles que pueden mejorar la experiencia global del cliente.

## 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

Desde La Cocina de José Fernández, siendo nuestra principal actividad la producción de comida, ofrecemos a nuestros clientes platos de calidad haciendo uso de materia prima de cercanía de la mejor calidad y a distribuidores locales. Además, para la producción, preguntamos previamente a nuestros clientes por posibles intolerancias o alergias, de manera que todo el mundo pueda disfrutar de nuestros platos.

### 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

En el caso de los eventos con personal, el mismo personal que ha atendido a los clientes, posteriormente al evento se vuelve a comunicar con el cliente para conocer cómo ha ido y hacer una pequeña encuesta no formal.

En el caso de contratación de nuestro producto gastronómico (sin personal) y cuando poseemos datos electrónicos porque han accedido a trasladárnoslos, se les envía una encuesta de satisfacción.

De esta manera en ambos casos, logramos conocer su grado de satisfacción con nuestro servicio y producto, y, en el caso de detectar alguna queja, hacemos un estudio para ver cómo podemos solucionarlo.

## 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

Enviamos a nuestros clientes siempre un dossier que incluye una carta con todos los platos que ofrecemos e incluye material fotográfico de cada uno de ellos. Además, poseemos un listado con todos los ingredientes y sus alergias e intolerancias por si en algún caso algún cliente lo requiriese. No obstante, cuando algún comensal tiene algún tipo de problema alimenticio nosotros ya nos encargamos previamente de adaptarle el menú.

## 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**

Una vez al mes la gerente se reúne con cada trabajador para preguntarle acerca de su bienestar tanto dentro como fuera de la empresa. Por otro lado, se realizan 2 team buildings oficiales que comienzan con un pequeño tiempo de agradecimiento al personal y reflexión para conocer cómo se sienten los empleados con diferentes aspectos de la empresa de manera anónima.

### **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.**

En La Cocina de José Fernández no existe discriminación ni desigualdad de oportunidades. Se puede observar si se estudia la plantilla de trabajadores.

En todos los puestos de trabajo podemos ver hombres y mujeres indistintamente y personas de diferentes países y creencias.

De este modo, cuando se entrevista a alguien solo se le pregunta por sus ganas de trabajar y disponibilidad de horario para acudir al puesto para el que opta.

### **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.**

Por desgracia, al ser una empresa de restauración, no todos los empleados pueden disponer de estas medidas. Sin embargo, siempre que alguien tenga una necesidad específica, ya sea puntual o alargada en el tiempo, se busca una solución para que su trabajo no sea un problema para su vida personal.

No obstante, siempre que se puede existe teletrabajo y jornada flexible para nuestros trabajadores.

### **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.**

En el día a día no realizamos formaciones de manera constante, pero sí estamos atentos a las necesidades que puedan surgir. Cuando detectamos que hay alguna necesidad concreta de mejora o aprendizaje, o bien encontramos algún curso, formación o contenido interesante y útil para el equipo, intentamos que alguien del equipo lo realice.

#### **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.**

El desarrollo de las personas se gestiona de forma individualizada desde el primer día. A cada persona se le forma específicamente para su puesto de trabajo, teniendo en cuenta su experiencia, ritmo y necesidades. Además, existe un fuerte compañerismo dentro del equipo, lo que facilita que todos se sientan acompañados y apoyados en su evolución profesional.

### **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.**

Contamos con una mutua laboral a disposición de todos los empleados, a la que pueden acudir siempre que lo necesiten. Esta mutua no solo ofrece atención médica, sino que también se encarga de impartir las formaciones obligatorias en materia de prevención de riesgos laborales, asegurando que el equipo trabaje en un entorno seguro y con la información necesaria.

Además, estamos trabajando poco a poco para establecer alianzas con empresas del ámbito de la salud, con el objetivo de ofrecer beneficios adicionales a nuestros trabajadores, como acceso a fisioterapia, revisiones médicas o actividades que fomenten el bienestar físico y mental.

### **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.**

Sí, en nuestra organización aplicamos criterios de compra responsable priorizando siempre el trabajo con producto y distribuidores locales. Nos gusta saber de dónde proviene cada materia prima y conocer el modo en el que se ha conseguido, asegurándonos de que se respeten tanto los procesos como a las personas que hay detrás. Mantenemos un trato muy cercano y de confianza con los comerciales y gerentes de esas empresas, lo que nos permite tener un canal de diálogo directo en caso de que detectáramos cualquier comportamiento o práctica que no compartimos. Creemos en construir relaciones responsables y sostenibles a largo plazo.

## **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.**

Sí, aunque no de forma formalizada, en nuestra organización aplicamos criterios claros a la hora de clasificar y evaluar a nuestros proveedores. Valoramos especialmente que trabajen con producto local de muy buena calidad, que sean personas profesionales, comprometidas y que compartan nuestros valores.

## **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.**

Aunque no contamos con un documento formal que recoja nuestra política de colaboración social, en nuestra organización estamos siempre dispuestos a implicarnos con la comunidad. Colaboramos de manera habitual con asociaciones como ASPACE y ASPANOA siempre que necesitan algo de nuestra parte, y participamos en al menos un par de eventos solidarios al año con ellos. Además, si alguna otra asociación nos lo solicita y está en nuestra mano colaborar, lo hacemos encantados.

A nivel interno, también fomentamos la implicación y el bienestar de nuestro equipo. Un par de veces al año organizamos jornadas de team building, tanto con empleados como, en ocasiones, con proveedores. Estas actividades tienen dos objetivos principales: conocer cómo se encuentra cada persona dentro de la empresa y fortalecer las relaciones entre compañeros, al mismo tiempo que promovemos la salud física con actividades deportivas

para todos.

### **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.**

La alimentación es una parte fundamental en la vida de todas las personas, y por suerte, en nuestra organización trabajamos precisamente en eso. Por ello, nuestros proyectos sociales están muy alineados con nuestra estrategia de negocio: colaborar a través de lo que mejor sabemos hacer, que es la cocina.

Participamos, por ejemplo, elaborando menús texturizados especiales para personas con dificultades para alimentarse de forma convencional, y también apostamos por ofrecer comida saludable, de calidad y adaptada a diferentes necesidades.

### **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**

Las actuaciones que desarrollamos en materia social se comunican internamente a todo el equipo. Nuestros empleados están al tanto de estas iniciativas y saben que pueden participar o aportar su granito de arena de la manera que consideren, ya sea colaborando directamente o proponiendo nuevas ideas.

Siempre que la carga de trabajo lo permite, fomentamos la participación activa en actividades como marchas solidarias u otros eventos organizados por asociaciones con las que colaboramos.

### **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**

La comunicación de nuestras actuaciones en materia social hacia la comunidad local se realiza principalmente a través de nuestras redes sociales, donde compartimos algunas de las iniciativas en las que participamos. Además, en ocasiones, los periódicos locales se hacen eco de estas colaboraciones y nos mencionan en sus artículos.

Sin embargo, no llevamos a cabo una comunicación muy extensa por nuestra parte, ya que estas acciones las realizamos desde un compromiso sincero, sin buscar una gran

visibilidad por ello, aunque si que nos gusta compartir las acciones que existen para que puedan servir de ejemplo para otros.

## **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.**

Dentro de lo que depende directamente de nuestra organización, tratamos de minimizar al máximo el impacto ambiental en el desarrollo de nuestra actividad. Aplicamos medidas como el reciclaje del cartón a través de una empresa externa especializada, evitamos el uso de plásticos de un solo uso, y adoptamos muchas otras prácticas que ya están completamente interiorizadas en nuestro día a día, como el reciclaje general de residuos.

### **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.**

Sí, en nuestra organización llevamos a cabo diversas acciones que reflejan nuestro compromiso con la prevención de la contaminación y el respeto al medio ambiente. Intentamos realizar por ejemplo la política de cero residuos y de aquellos residuos que no podemos reutilizar como son las cajas, trabajamos con una empresa externa para tratar de minimizar el impacto medioambiental.

### **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**

Desde La Cocina de José Fernández tratamos de reutilizar al máximo posible todos los recursos. Tanto con el producto de la cocina como otros materiales que podamos hacer uso con nuestra actividad. De esta manera alinearnos con el objetivo 12 sobre producción y consumo responsable.

### **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**

En cuanto a la comunicación ambiental, trabajamos activamente para involucrar tanto a nuestros clientes como a nuestros empleados en la reducción del impacto medioambiental. A nuestros clientes les informamos a través de nuestras RRSS sobre cómo pueden ayudarnos a disminuir la contaminación, por ejemplo, animándolos a utilizar sus propios envases herméticos o a reutilizar los envases que trajeron el día anterior. Asimismo, a nuestros empleados les comunicamos de manera clara cómo deben actuar en determinadas situaciones para minimizar el impacto medioambiental, asegurándonos de que cada miembro del equipo conozca las buenas prácticas que deben seguir para contribuir a un entorno más sostenible.

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

6

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

#### **35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Nuestro punto fuerte son sin duda las personas. Y por suerte, la alimentación de estas es una de las cosas más importantes. Es por eso que nos esforzamos al máximo para cuidar de ellas, ya sea a través de un trato cercano y personalizado, o simplemente ofreciéndoles alimentos saludables, buenos y de calidad. Creemos que al cuidar a las personas, estamos contribuyendo a su bienestar en todos los sentidos.

### **36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

Tenemos muchas cosas que mejorar, y el no ir tan en "automático" diariamente lo facilitaría. Actualmente, una de las áreas en las que todavía tenemos mucho por trabajar pero estamos trabajando es la gestión de los residuos generados después de grandes eventos, como puede ser una boda. Somos conscientes del impacto que estos residuos pueden tener y queremos reducirlos al máximo, buscando soluciones más sostenibles y eficientes para garantizar que nuestro impacto ambiental sea cada vez menor.

### **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 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.