

RSA - PYMES

Empresa evaluada

HORNO PACO SANZ, S.L.
CIF:B44198075
Ctra. Villaspesa nº:95.-
44001 - Teruel
Teruel

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

HORNO PACO SANZ, S.L

02 - Dirección - CP - Población

Carretera Villaspesa, 95, bajo
44001 Teruel

03 - Sector. Actividad

Fabricación y comercio de pan, bollería y pastelería

04 - Año comienzo actividad.

1962

05 - Número de personas empleadas

33

06 - Persona contacto

Inés Dobón Pérez

07 - E-mail contacto

ventas@hornosanzteruel.com

08.- Página web

www.hornosanzteruel.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

En Horner Paco Sanz S.L consideramos que todos los puntos mencionados anteriormente son relevantes. A continuación, nombraremos los aspectos a destacar de cada uno de los puntos:

- En términos ECONÓMICOS nos preocupamos por la generación de oportunidades laborales que contribuyan al empleo de los distintos grupos sociales y buscamos generar valor económico de manera sostenible haciendo uso de nuevas alternativas (aplicaciones como Too Goo To Go). También se busca un bien común económico en cuanto a promociones y adaptaciones económicas que potencien los negocios de los distintos proveedores y por supuesto, estamos comprometidos con todas las leyes y regulaciones aplicables en todas las áreas donde llevamos a cabo nuestras operaciones.
- En términos POLÍTICOS, seguimos de cerca los cambios políticos y gubernamentales que podrían afectar a la empresa. Además, nos adaptamos a todos los cambios que puedan afectarnos como las nuevas leyes de etiquetado.
- En relación con el MEDIOAMBIENTE, reciclamos el cartón y las pilas. Volvemos a comentar en este apartado el uso de alternativas como Too Goo To Go que nos permiten reducir y combatir el desperdicio de alimentos. Por otra parte, hay una clave atención en el aprovechamiento máximo del pan y a extender su vida útil tanto como sea posible. Estos productos, en lugar de ser desechados, se transforman por ejemplo en pan duro para tostadas o pan rallado.
- Usamos la TECNOLOGÍA en cada una de las partes de los distintos procesos; usamos aplicaciones y programas (Geswin) para facilitar la comunicación interna coordinando los pedidos y manteniéndolos actualizados. Dentro del proceso de producción, incluimos maquinaria especializada en ciertas etapas, desde amasadora de alta capacidad hasta hornos de precisión, combinando artesanía tradición con la innovación tecnológica. Por otra parte, tenemos presencia en redes sociales para comunicar la información de interés.
- En cuanto a aspectos SOCIALES destacamos que casi el 90% está formado por mujeres. Nos comprometemos a brindar oportunidades equitativas de crecimiento y desarrollo profesional para todas las personas empleadas, independientemente de su género. Por otra parte, valoramos el bienestar y la satisfacción del personal por lo que disponemos de distintas jornadas laborales, teniendo en cuenta también las necesidades de la empresa (jornada completa, media jornada, jornada reducida, etc). Por otra parte, invertimos en formación y aprendizaje con programas de formación con profesionales. Por otra parte, también valoramos la educación y el compromiso con nuestra comunidad, por ello, abrimos las puertas a niños/as para que puedan observar de cerca los procesos de producción, la importancia de los ingredientes y las experiencias prácticas.

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

No

2.1. Información adicional

Creo que para las pequeñas empresas o Pymes resulta mucho más complicado llevar a cabo estas actividades de forma individual. Al no contar con un departamento específico, hablamos de cuestiones importantes que se tienen en cuenta pero que tal vez deberían de estar más controladas. Los planes que se pueden llevar a cabo son menos amplios que los que pueden realizar las grandes empresas, el tiempo de dedicación es menor y los riesgos mayores. Creemos que sería muy interesante poder dedicarles más tiempo, ya que sería beneficioso para favorecer la cultura de empresa.

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 incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

3.1. Información adicional

Horno Paco Sanz plantea y planifica el impacto de los aspectos sociales y ambientales. Por ejemplo, se plantean nuevas actividades o colaboraciones sociales con organizaciones y asociaciones. Esto, son cuestiones que se plantean y se planifican pero sin existir una metodología específica.

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 tenemos un porcentaje exacto dirigido a causas sociales o ambientales. Muchas de las iniciativas que llevamos a cabo, las realizamos desde hace muchos años como por ejemplo, colaboraciones con AECC, Cáritas, el Sagrado Corazón y otras organizaciones. No obstante, no se planifica la partida de gastos con anterioridad ya que el resto de iniciativas en las que colaboramos no suelen ser premeditadas con un año de antelación; suelen ser causas o colaboraciones puntuales como en eventos, en festejos, junto a grupos de deporte locales, grupos de voleibol, futbol, causas concretas, etc.

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

Horno Sanz tiene identificados los grupos de interés y colectivo con los que se relaciona.

- EMPLEADOS: El personal dividido entre el obrador, la oficina/administración y las tiendas. La parte más importante de esta empresa, quienes fabrican, gestionan y tienen el

contacto directo con los clientes.

- CLIENTES: Nos esforzamos por comprender las necesidades de nuestros clientes de manera continua y qué es lo que podemos cambiar para hacerlo. Valoramos la lealtad y la confianza de cada uno de los clientes.
- PROVEEDORES: Establecemos relaciones de colaboración y respeto mutuo con nuestros proveedores promoviendo prácticas transparentes. Contamos con varios proveedores con los que tenemos una comunicación continua.
- ASOCIACIÓN DE PANADEROS DE TERUEL: Formamos parte de la Asociación de Panaderos de Teruel.
- ORGANISMOS PÚBLICOS: Cumplimiento y transparencia de las regulaciones y normativas aplicables.
- MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Mantenemos una relación proactiva con los medios de comunicación. Valoramos la oportunidad en nuestra comunicación con la prensa ya que son una ventana al público. Desde hace bastantes años hemos participado en varios programas de Televisión y de Radio además de aparecer en noticias tanto digitales como en periódicos.
- OTROS: Instituciones educativas y universitarias, organizaciones sin fines de lucro, etc.

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal. En el pasado, implementamos actividades como encuestas y sesiones de motivación del equipo interno. En la actualidad no realizamos este tipo de actividades pero seguimos reconociendo la importancia de formalizar este proceso.

Por otra parte, queremos reactivar métodos como encuestas formalizadas a los clientes (hasta ahora no hay un mecanismo como tal).

Sabemos que estos enfoques nos permitirán fortalecer nuestras relaciones y mejorar el bienestar y la detección de necesidades concretas.

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

Los gestores de la organización y los responsables de personas, conocen muy bien las pautas y normas de actuación de la empresa. A lo largo de toda la trayectoria de Horne Sanz, se han realizado diversos cursos como de inteligencia emocional, de confianza, de higiene, de prevención de riesgos, etc. Además de estos cursos, también se han redactado varios documentos donde se reflejaban los valores y las normas de actuación de la empresa. No obstante, en la actualidad no existe un "manual de bienvenida" como tal, se realiza de manera verbal al inicio de la relación laboral. Se proporciona capacitación y orientación para garantizar que todos los miembros del equipo comprendan y sigan las pautas en todo momento, a pesar de que en la actualidad no se reflejen en un documento

oficial.

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

La comunicación efectiva de la cultura organizacional y los objetivos de la empresa son fundamentales para la cohesión del equipo. En Horne Sanz se establece un proceso integral al inicio de la relación laboral, incluso en la misma entrevista, donde se presentan no solo los aspectos técnicos del puesto sino también la misión, visión y valores de la empresa. Esta presentación inicial sirve tanto para informar sobre lo que la empresa espera de ellos/as como para inspirar un compromiso con los objetivos comunes.

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

Desde Horne Sanz, conocemos la importancia de la Responsabilidad Social, su buena gestión y su comunicación. Hace cuatro años contábamos con el sello RSA pero, no lo volvimos a renovar. Por ello, la empresa es consciente de la importancia de este concepto y del deber que tenemos como miembros de la sociedad para actuar y apoyar. No obstante, todavía nos queda camino por recorrer y una de las cosas que debemos desarrollar y reforzar es un plan específico y detallado.

Alguna de las actuaciones en Responsabilidad Social que ya abordamos es la conciliación laboral y familiar flexibilizando los horarios de trabajo y atención al cliente, evitar el desperdicio de alimentos, participar en iniciativas aparte de llevarlas a cabo, etc.

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social, no obstante, no existe un Plan de RS formal. Es por esto por lo que no tampoco existen objetivos o indicadores formalizados de manera escrita. Esto no significa que no se conozcan a nivel general los objetivos de cada una de las acciones que se puedan llevar a cabo.

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

Alguna vez, en el pasado, hemos realizado encuestas a nuestros clientes. No obstante, llevamos una larga etapa en la que ya no las llevamos a cabo. En estos momentos conocemos las necesidades de los clientes de una manera más informal por el trato cercano que tenemos con ellos.

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

Se identifican mejoras por parte de los clientes de manera informal por ejemplo por llamada o mensaje. Una vez recibimos la información y la sugerencia, se buscan distintas soluciones que puedan resolver esa nueva necesidad. Por ejemplo, si el cliente quiere una barra de pan menos larga y más ancha, se estudia en el obrador y se hacen las pruebas necesarias. En el caso en el que se pueda llevar a cabo y a la empresa no le suponga un cambio negativo en cuanto a producción y economía, se plantea la posibilidad de implementar la mejora en el proceso de la empresa.

Podemos comentar otro ejemplo como por ejemplo, las máquinas de cobro instantáneo. Antes de la pandemia ya contábamos con una de estas máquinas en una de nuestras tiendas. No obstante, a raíz de la pandemia, la demanda de los clientes de evitar contactos directos aumentó exponencialmente por lo que, adquirimos esta tecnología en cada una de nuestras tiendas.

También mejoramos y adaptamos el servicio a los clientes en la pandemia en cuanto a un reparto a domicilio y una ampliación de la oferta.

Estas modificaciones, como ya hemos comentado, se realizan de manera informal sin detectar un mecanismo específico.

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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

13.1. Información adicional

En Horno Sanz trabajamos continuamente para ofrecer nuevos productos, realizando un control de calidad exhaustivo y pruebas antes de sacarlos al mercado. Una de las partes fundamentales de estos procesos de investigación son las aportaciones y sugerencias de nuestros clientes. Este proceso de investigación, innovación, adaptación y escucha activa, implica una planificación que incluye las áreas clave que se verán afectadas, cuáles son los

objetivos y cómo se va a desarrollar. Cuando hablamos de esta escucha activa, nos referimos a que, además de innovar en los productos que Horne Sanz decide, observamos las nuevas necesidades de nuestros clientes.

Todo esto lo realizamos de forma personal, tenemos mucha cercanía con los clientes por lo que, hay cierto nivel de confianza que permite una comunicación fluida y transparente. Los procesos de innovación en los productos y servicios no se plasman en ningún documento oficial pero son comunicados tanto de forma interna como externa a través de las distintas vías de comunicación con las que contamos.

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

Horno Sanz trabaja con productos frescos, perecederos y de uso diario por lo que, damos de forma directa la información sobre conservación y caducidad, fundamentalmente para el consumo óptimo por parte del cliente. Además el producto se ofrece en perfecto estado, de manera ordenada y visible, con toda la información sobre ingredientes y fechas de caducidad. Periódicamente INTA, una empresa externa contratada, se encarga de todos los controles alimenticios y de las actualizaciones que puedan existir.

Además de ofrecer el producto en el mercado a través de las tiendas, damos opciones de pedidos personalizados a distintas partes de la península (se valora la opción de reparto depende de diversos factores como distancia, cantidad, frecuencia, etc). También ofrecemos nuestros productos al sector de la gastronomía como bares, restaurantes y otras tiendas en localizaciones como zonas rurales.

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

Se mantiene un contacto directo y constante entre el obrador, las oficinas de administración y las distintas tiendas. Esto permite hacer un seguimiento de cada uno de los productos, es decir, hacer un control exhaustivo que permita detectar cualquier tipo de problema de manera rápida.

Una vez se vende el producto ya sea en tiendas o a clientes externos, tenemos contacto diario de manera telefónica. Por lo tanto, el servicio postventa es atender a cualquier sugerencia o demanda que pueda existir, ya sea por correo o por teléfono y, solucionarlo lo antes posible. Si hablamos de nuevos clientes (como nuevos bares o restaurantes), intentamos visitarlos o llamarlos cada cierto tiempo para ver cómo les va cuadrando el producto y cómo de satisfechos están.

En el caso en el que algún cliente deje de adquirir nuestros productos, se inicia un proceso

de contacto proactivo para comprender las razones detrás de esta decisión. Se les consulta sobre los motivos que los llevaron a dejar de comprar y se les solicita cualquier sugerencia que puedan tener sobre posibles modificaciones en los productos.

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

En cuanto a el servicio en sí, se realiza una información completa sobre los precios, las condiciones de pago, la entrega de los pedidos y cualquier información adicional que pueda existir. Sobre el producto se comunica toda la información que se requiere; ingredientes, caducidad, información nutricional, etc.

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

La metodología para evaluar la satisfacción de las personas empleadas ha ido cambiando con el paso del tiempo. Hemos usado diversas formas de evaluación como por ejemplo reuniones grupales, reuniones individuales (propuestas tanto por parte de los trabajadores como del directivo de la empresa). Siempre ha existido un contacto directo con los trabajadores y cualquier sugerencia o comentario ha sido beneficiosa para la empresa y para cualquier posible modificación. No obstante, no se ha desarrollado nunca una encuesta formal como tal. A día de hoy, prevalece el contacto directo y el trato cercano entre el equipo para comentar cualquier sugerencia. Además, hay distintas vías de comunicación, como por ejemplo un grupo de WhatsApp interno.

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 desarrollando actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

La igualdad de oportunidades y la no discriminación es un principio básico en nuestra empresa. No obstante, no disponemos de un documento o un Plan redactado como tal.

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.

Existen iniciativas que se centran en la conciliación personal, familiar y laboral específicas como por ejemplo la flexibilidad horaria, según el departamento y reducción de jornadas para trabajadoras que estén a cargo de niños menores.

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla. Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

La formación inicial se lleva a cabo por parte de los compañeros/as más veteranas en la empresa, quienes explican cada parte de los procesos de manera detallada y cercana. También se han realizado cursos específicos en centros externos para cada sección (panadería, bollería, pastelería, restauración, reparto). Además, también programamos acciones formativas que se comunican a la plantilla y que se llevan a cabo en las mismas instalaciones de Horne Sanz. La formación nos permite una constante actualización y aprendizaje, beneficio tanto para los empleados como para la misma empresa.

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

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

21.1. Información adicional.

La formación que se lleva a cabo se centra sobre todo en el desempeño del puesto del trabajo y la actividad de la organización a rasgos más generales.

Seguridad y Salud

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

22.1. Información adicional.

Nuestra empresa tiene contratada una Mutua especializada en prevención de riesgos laborales donde se encuentran todas las contingencias en tema de prevención. Estas pautas de la Mutua, son conocidas por todo los trabajadores. Anualmente se realizan los reconocimientos médicos pertinentes. Además, los gestores de la empresa de cada uno de los departamentos realizan periódicamente el curso sobre prevención de riesgos y se

mantienen actualizadas constantemente.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

23.1. Información adicional.

Nuestra empresa está muy involucrada con los proveedores locales, dándoles preferencia siempre que es posible. Eso implica que muchos de los productos son de origen local y defienden los productos autóctonos. En cuanto a criterios sociales, tenemos en cuenta que nuestros ingredientes sean de la mejor calidad y que además exploren nuevos sabores, desde la tradición y la innovación.

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.

Algunos de los criterios de clasificación y evaluación de los proveedores son aspectos ambientales, como por ejemplo en algunos de nuestros productos el origen local. Otros criterios son el precio y la calidad del servicio. Los proveedores se clasifican por tipos de productos; productos alimenticios, productos de limpieza, productos de envases o envoltorios, etc.

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.

Horno Paco Sanz colabora y apoya bastantes proyectos sociales en distintos ámbitos. De forma continua y desde hace bastantes años tenemos una estrecha relación con organizaciones como por ejemplo con la Asociación Española contra el Cáncer de Teruel. En casos como este, en los que tenemos una relación desde hace bastante tiempo, hay

ciertas colaboraciones anuales que se repiten y se tienen en cuenta desde el comienzo del año, con una organización formal y unos objetivos claros, apoyar lo máximo posible a causas donde podemos aportar nuestro grano de arena. En otros casos, cuando todavía no se ha colaborado con cierta entidad o cuando surge una iniciativa inesperada, nos ponemos en contacto lo antes posible, mantenemos una comunicación fluida, buscamos la forma en la que podemos aportar desde Hornero Sanz y hacemos un seguimiento de dicha iniciativa desde cerca.

A lo largo de los años, han sido muchas las colaboraciones como con UNICEF, Interpeñas, el CAI, en Bancos de Alimentos, en la Semana Modernista, junto a El Hospital público Obispo Polanco y San José de Teruel, etc.

Por lo tanto, la forma de llevar a cabo un seguimiento de impacto en dichos proyectos sociales o culturales es realizar una evaluación de cerca, mantener una comunicación diaria, apoyar dicho proyecto en persona, hacer un seguimiento de las posibles publicaciones de Instagram y ver el feedback que se crea.

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.

Horno Sanz es una empresa que contiene productos básicos y esenciales en la dieta de las personas. El alimento es un elemento que puede aparecer en cualquier momento del día de las personas, es sencillo poder acompañar y estar presentes en desayunos, almuerzos, comidas, meriendas, cenas, celebraciones, eventos, etc. Con nuestras colaboraciones, podemos apoyar las distintas causas sociales tanto de forma económica como llenando el apetito, algo que nos gusta mucho. Por lo tanto, podemos decir que los proyectos sociales están alineados a la estrategia.

No obstante, hay algún proyecto que aunque también esté ligado a nuestra estrategia, se sale más del contexto en el que nos movemos. Aquí podemos nombrar alguna iniciativa como por ejemplo, algún taller dirigido a los niños en el obrador. Estos talleres se han realizado con el objetivo de dar a conocer, enseñar y educar a los niños en el mundo de la panadería, que experimenten y sean conscientes de los alimentos que comen.

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?

Sí, se comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

27.1. Información adicional

Los proyectos sociales en los que Hornero Sanz colabora son difundidos y comunicados

tanto de forma interna como de forma externa. Se comunica formalmente por las vías de comunicación como por ejemplo el WhatsApp interno de Horno Sanz, redes sociales como Instagram y Facebook y/o con carteles en las distintas tiendas. La transparencia y el conocimiento de estas acciones beneficia a Horno Sanz en el sentido en el que se demuestra que no solo estamos detrás del mostrador o de los hornos.

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

Las comunicaciones de los proyectos se realizan con anterioridad al mismo y mientras se lleva a cabo. Las vías de comunicación son el grupo interno de WhatsApp, Instagram y Facebook.

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.

En Horno Sanz entendemos la importancia de ser responsables con nuestro entorno. Por ello, nos comprometemos a implementar medidas que reducen nuestro impacto ambiental. En nuestras tiendas promovemos activamente el reciclaje de papel y cartón, hacemos hincapié en la eficiencia energética apagando ordenadores y luces al finalizar cada jornada laboral, también reciclamos el aceite de cocina usado para evitar la contaminación del agua y también nos comprometemos a reciclar correctamente las pilas usadas.

Somos conscientes de la importancia de estas cuestiones, no obstante, no las tenemos escritas de manera formal o no disponemos todavía de un documento que explique la importancia y que además se difunda.

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.

La participación dentro de proyectos frente al cambio climático es un área que tenemos abierta a poder explorar. Hasta ahora, pocas han sido las iniciativas ligadas directamente

con el cambio climático. De momento, no se evidencia el compromiso público de manera formal o con un tipo de metodología concreta.

Economía circular

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

31.1. Información adicional

En Horne Sanz llevamos a cabo iniciativas que potencian la economía circular ya que, somos conscientes de la importancia de llevar a cabo un modelo económico y de desarrollo sostenible.

Nuestra estrategia para fortalecer la economía circular se centra en prolongar la vida útil de nuestros productos alimenticios. Desde la planificación de la producción para evitar el exceso de alimentos hasta la reutilización creativa de productos, cada paso cuenta. Por ejemplo, nuestro pan recién horneado no solo se disfruta fresco, sino que también se convierte en deliciosas tostadas o se transforma en pan rallado cuando comienza a endurecerse. Incluso creamos otros productos a partir de él, como migas o torrijas. Si hablamos de otros productos como por ejemplo bollería, también tenemos en cuenta la economía circular, poniendo los productos a disposición de aplicaciones como Too Goo To Go.

Además, al colaborar con proveedores locales, no solo garantizamos ingredientes frescos y de calidad, sino que también reducimos nuestra huella de carbono al minimizar el transporte de alimentos. Y no nos detenemos ahí: nos involucramos activamente en la comunidad local, apoyando organizaciones y eventos que promueven prácticas sostenibles.

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?

No de una manera formal

32.1. Información adicional

Se comunica de una forma interna sin seguir una metodología concreta.

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 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan

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

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?

Somos conscientes que como empresa, tenemos un papel relevante en la sociedad. Podríamos mencionar que no solo nos centramos en la compra-venta sino que somos proactivos, estamos presentes en proyectos sociales y culturales, mejoramos y creamos nuevos productos combinando tradición con innovación y potenciamos el comercio local, etc.

En este caso, comentaremos como punto fuerte relevante la contratación de personal joven, como lanzamiento para su primer empleo. En nuestras tiendas tenemos bastante rotación ya que los jóvenes estudiantes encuentran una oportunidad de trabajo y de experiencia flexible a los estudios.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

En cuanto a posibles áreas de mejora, somos conscientes de que tenemos que focalizar todavía más nuestros esfuerzos. No sirve con querer comunicar, reformular, estar presentes, mejorar etc. Todas estas cuestiones deben de ser formalizadas y estructuradas de la manera más clara. Como área de mejora podríamos comentar por lo tanto, la búsqueda y el establecimiento de metodologías que puedan estructurar dichas cuestiones; realizar protocolos de actuación para controlar tanto los medidores económicos, políticos, medioambientales, tecnológicos como los sociales.

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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- 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 17. Alianzas para lograr los objetivos.