

RSA - PYMES

Empresa evaluada

CRISTINA ROMERO SÁNCHEZ - ACASA

CIF:36528522Z

C/Bardina nº. 12.-

22421 - AZANUY

Huesca

01 DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

aCasa, Servicio personalizado dietas y menús a domicilio

02 - Dirección - CP - Población

Carretera Peralta nº 57
Azanuy 22421 (Huesca)

03 - Sector. Actividad

Otros servicios de alimentación

04 - Año comienzo actividad.

2012

05 - Número de personas empleadas

11

06 - Persona contacto

Cristina Romero Sánchez

07 - E-mail contacto

info@acasaweb.es

08.- Página web

acasaweb.es

1 GENERAL

1.a Tendencias Globales

1.- Considera que su empresa tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como por ejemplo:

- Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...
- Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas,)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,)
- Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales)

- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación....)

Estos temas son importantes para la empresa y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la empresa a largo plazo., así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Creación puestos de trabajo en el medio rural, potenciando el femenino y así evitar su marcha en busca de empleo.

Diferentes colectivos sociales y sus necesidades

Ley dependencia

Concienciación sociedad salud-alimentación

Apoyo a iniciativas de cooperación entre productores y consumidores en el ámbito rural.

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

Si

2.1. Información adicional

Funcionan como motor económico-social,

Creación puestos de empleo-asentamiento de la población en el territorio.

Creación de alternativas de empleo en el medio rural.

Creación de redes de cooperación

Puntuación sección 100,00 %

1.b Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su empresa, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Se plantean y planifican de forma voluntaria específicamente en el corto, medio y el éxito a largo plazo de la empresa

3.1. Información adicional

Diferentes líneas de trabajo- diferentes colectivos

Sostenibilidad económica

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

Diferentes asociaciones locales., Existe un presupuesto anual, pero no es específico, es variable según la acción

- Proyecto Down Huesca

- AECC

- AMO

Puntuación sección 100,00 %

1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su empresa 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 empresa y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

5.1. Información adicional

Diferentes colectivos.

- Usuarios
- Comedores colectivos
- Particulares-eventos
- Asociaciones, Ayuntamientos...

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la empresa

6.1. Información adicional

- Comunicación directa diaria
- Valoraciones nutricionales y seguimiento
- Reuniones
- Encuestas
- Jornadas de convivencia entre I@s emplead@s
- Reuniones trimestrales con un supervisor externo, donde se plantean problemas de funcionamiento y soluciones, Y en la siguiente reunión se evalúa el resultado

Puntuación sección 100,00 %

1.d Gobierno de la empresa

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la empresa y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la empresa?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la empresa que se revisa periódicamente

7.1. Información adicional

Elaborado en conjunto por/para todo el personal de aCasa

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

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para

su conocimiento

8.1. Información adicional

Es de gran importancia para todo@s conocer y poner en practica nuestra razón de ser.

Puntuación sección 100,00 %

1.e Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

9.1. Información adicional

Hemos elaborado un proyecto a revisar anualmente, donde trabajamos 3 puntos importantes; usuari@s, emplead@s y nuestro entorno social y ambiental.

A este análisis hemos añadido en el servicio de comedores escolares un plan denominado "De la cocina a la boca" donde podemos ver a través de las monitoras responsables de los comedores y los padres/madres como es aceptada la comida y las condiciones en las que se sirve en la mesa.

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales,

10.1. Información adicional

- Estrategia de crecimiento
 - Sesiones de supervisión e intervisión
 - Red de cooperación entre productores y consumidores. Suelo sano- Vida sana
 - Incorporación de materia prima local, siendo esta ecológica; arroz, lentejas, harina de espelta,...
-

Puntuación sección 100,00 %

2 CLIENTES

2.a Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

11.1. Información adicional

Encuestas, formularios y visitas de seguimiento, entrevistas.

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

procesos de la empresa?

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y y saber si son exitosas

12.1. Información adicional

Comunicación directa.
Visitas de seguimiento

Puntuación sección 100,00 %

2.b 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

Educación permanente.
Estudio constante del mercado

Puntuación sección 100,00 %

2.c Calidad del servicio

14.- ¿Cómo realiza su empresa la puesta en el mercado del producto o servicio?

Disponemos de un proceso normalizado que engloba la comercialización eficiente y el asesoramiento transparente de forma que se traslade la información de forma clara y precisa.

14.1. Información adicional

Visita al domicilio
Reuniones-conocimiento de las necesidades del nuevo centro o colectivo

15.- ¿Cuales son las características del servicio post venta de su empresa?

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

15.1. Información adicional

- Visitas de mantenimiento
- Comunicación directa

Puntuación sección 100,00 %

2.d 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

Cada servicio tiene su propio documento con sus propiedades, condiciones...
Periodo de prueba

Puntuación sección 100,00 %

3 PERSONAS EMPLEADAS

3.a Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

17.1. Información adicional

Jornadas de convivencia trimestrales
Reuniones-mesa redonda- resolución de conflictos
Puesta en marcha de sesiones de supervisión e intervisión con una persona ajena a la empresa.
hemos empezado a trabajar con colores cromáticos sobre la personalidad de cadaun@,
para establecer formas de trabajo coordinadas entre tod@s.

Puntuación sección 100,00 %

3.b Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su empresa 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.....)?

Existen planes que garantizan la igualdad de oportunidades, se evalúan los resultados y se incluyen las mejoras necesarias

18.1. Información adicional.

Plan de igualdad. Transparencia de igualdad.
Se revisa y se mejora

Puntuación sección 100,00 %

3.c Conciliación de la vida personal, familiar y laboral

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

Existen actuaciones planificadas y exitosas para facilitar medidas de conciliación para todas las personas que trabajan en la empresa

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

Comunicación directa

Calendario laboral, facilidad cambios de turnos dando preferencia según los motivos.

Puntuación sección 100,00 %

3.d Formación y fomento de la empleabilidad

20.- ¿Cómo identifica su empresa las necesidades de formación de las personas empleadas?

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

20.1. Información adicional.

Existe un cuestionario para establecer los diferentes cursos de formación, y a través del cual se planifica el siguiente año.

21.- ¿Cómo se gestiona la formación en su empresa?

Existe un plan de formación y las personas empleadas pueden proponer acciones formativas que favorecen la empleabilidad y la promoción interna

21.1. Información adicional.

Cuestionario

Puntuación sección 100,00 %

3.e Seguridad y salud.

¿Tiene implantado en su empresa mecanismos de salud y seguridad laboral?

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado y conocido por las personas empleadas

22.1. Información adicional.

A este plan hemos añadido este año diferentes medidas para cuidar y preservar la salud de nuestros empleados,; elaboración de zumos y batidos de fruta a mitad de la jornada, estiramientos durante 15 min antes de empezar la jornada, y valoración nutricional de tod@s los empleados con su consiguiente recomendación de medidas a poner en práctica.

Puntuación sección 100,00 %

4 PROVEEDORES

4.a Compras responsables

23.- En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?

La selección de proveedores se realiza en base a una evaluación anual de aspectos ambientales, sociales, así como las iniciativas emprendidas en materia de responsabilidad social corporativa (publicación de Memorias, políticas de RSC, etc...) y otros factores considerados de riesgo (productos procedentes de países de fuera de la OCDE, etc...)

23.1. Información adicional.

Potenciar economía local, crear un entretejido social, soberanía alimenta. productores locales.

Hemos elaborado un listado de proveedores locales con los cuales nos interesaría trabajar, en estos momentos se están estableciendo acuerdos de precios para poder incluir productos ecológicos que se ajusten a los precios de nuestros menús.

Puntuación sección 100,00 %

4.b Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?

Se clasifican y valoran considerando aspectos sociales, medioambientales, requisitos legales, fiscales y mejores prácticas

24.1. Información adicional.

Apostamos por proveedores locales, potenciando así la soberanía alimentaria.

Puntuación sección 100,00 %

5 SOCIAL

5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos

25.1. Información adicional.

Ofrecemos un servicio necesario en nuestro territorio, a causa de la dispersión de la población y su envejecimiento.

Puntuación sección 100,00 %

5.b Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su empresa?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos y revisión de los resultados obtenidos

26.1. Información adicional.

Proyectos vinculados a nuestra empresa, a corto y largo plazo. Proyectos que trabajan con nosotros de manera esporádica o durante todo el año.

Puntuación sección 100,00 %

5.c Transparencia con el entorno

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas animándoles a su participación, y con otros grupos de interés?

Sí, a se comparten con todos los grupos de interés, fomentando la posible colaboración y estableciendo planes de comunicación específicos para tal fin

27.1. Información adicional

Comunicación directa con nuestros grupos de interés y con el resto, vía verbal y redes sociales.

Puntuación sección 100,00 %

5.d Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social desarrolladas por la empresa?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

Publicidad en los medios locales.
Red social: Facebook

Puntuación sección 100,00 %

6 MEDIOAMBIENTAL

6.a Identificación de actividades de gestión ambiental

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

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental con objetivos e indicadores en seguimiento

29.1. Información adicional.

Separación de residuos.
Información a nuestros usuarios de como utilizar los envases, manual de funcionamiento.
Utilización de material biodegradable en los envases alimentarios.

Puntuación sección 100,00 %

6.b Estrategia frente al cambio climático

30.- ¿Se ponen en marcha medidas que evidencien el compromiso público de la empresa con los impactos ambientales que pueda ocasionar?

Existen planes que se comunican internamente y externamente

31.1. Información adicional.

Nuestra actividad no supone un impacto ambiental.

Funcionamiento sostenible, materia prima local.

Concienciación de nuestros usuarios sobre los envases alimentarios.

Aprovechamiento de la materia prima al cocinar para un número de personas establecidas de antemano

Puntuación sección 75,00 %

6.c Plan de gestión ambiental

31.- ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?

Existen planes de eficiencia específicos y concretos para la reducción de costes

31.1. Información adicional

Educación permanente de nuestros grupos de interés.

Puntuación sección 75,00 %

6.d Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a las personas empleadas y a otros grupos de interés?

Sí, a todos los grupos de interés, estableciendo planes de comunicación específicos para tal fin

32.1. Información adicional

Información al inicio y durante el servicio, tanto para emplead@s como usuari@s.

Puntuación sección 100,00 %

7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

7.a 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 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo

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

7.b Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

7

7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Nuestro producto en si mismo, poder ofrecer un servicio de calidad a nuestros usuarios mejorando su calidad de vida.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Nuestro producto en si mismo, poder ofrecer nuestros servicios con todos nuestros objetivos conseguidos, en todos sus ámbitos y grupos de interés.

Puntuación encuesta 98,39 %