

INFORME DE ACTIVIDAD Y MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 2016 · 2017

serunion 



**INFORME DE
ACTIVIDAD Y
MEMORIA DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL
2016-2017**

serunion 

CONTENIDOS

01

QUIÉNES SOMOS	6
Carta del presidente	7
Nuestra historia	9
Líder en España, Francia e Italia	10
Indicadores económicos	12
Principales hitos de la compañía	13
Misión y valores	14
Estrategia de RSC de Elior Group	15

02

NUESTRA GESTIÓN RESPONSABLE	20
Nuestros principios de Responsabilidad Social Corporativa	21
Cadena de valor	22
Ejes de posicionamiento	23
Buen gobierno	24
Desarrollo local	25
Plan de calidad integral	29
Innovación digital	32
Principios éticos de Serunion	33
Grupos de interés	38
Materialidad	40
Comunicación con nuestros grupos de interés	43
Certificaciones y reconocimientos	51
Observatorio de mercado	53

03

UN SERVICIO A MEDIDA DE CADA CLIENTE	55
Áreas de actividad	56
Cocinas centrales	59
Nuestras marcas de especialización	61
Conceptos gastronómicos	62
Serunion Educa	63

04

DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE	64
Fidelidad de los clientes	65

05

PROSPERIDAD DE PERSONAS Y COMUNIDADES 68

Equipo Serunion	69
Programa de retención del talento	70
Formación como valor diferencial	72
Política de integración	74
Política de igualdad de oportunidades y conciliación	78

06

APUESTAS SALUDABLES 80

07

INGREDIENTES SOSTENIBLES 84

Compra responsable	85
Proveedores locales	86
Calidad de los productos	89

08

MODELO CIRCULAR 91

Cero <i>Foodwaste</i>	92
-----------------------	----

09

NUESTRO APOYO A LA COMUNIDAD 96

Acción social	97
Salud y gastronomía	98
Promoción de la salud	100
Actitud solidaria	101
Iniciativas de acción social	102
Vinculaciones personales	103

01

QUIÉNES SOMOS

Carta del presidente	7
Nuestra historia	9
Líder en España, Francia e Italia	10
Indicadores económicos	12
Principales hitos de la compañía	13
Misión y valores	14
Estrategia de RSC de Elior Group	15

CARTA DEL PRESIDENTE



Antonio Llorens Tubau
Presidente y Director General de Serunion

Es un placer para mí presentar este Informe de Actividad y Memoria de Responsabilidad Social en el que mostramos nuestro más firme compromiso con la sociedad y el medioambiente, conceptos ambos muy ligados y presentes en nuestro negocio y forma de actuar cotidianamente.

Serunion es una compañía de restauración colectiva que nació en 1990, fruto de la fusión de cinco empresas locales: Arusa, Sercosa, Cofimok, Hotelcosa y Serhoval, que decidieron aunar su experiencia para ofrecer un proyecto empresarial de mayor envergadura, dedicado a la alimentación ad hoc en todas las etapas de la vida, desde el colegio hasta la empresa, el hospital o la residencia. Tras casi tres décadas en el sector, hoy es la compañía líder con más del 23% de cuota de mercado y me enorgullece decir que estoy en ella desde sus inicios, por lo que la he visto crecer hasta convertirse en lo que es hoy en día.

Somos una empresa que ofrece un servicio con y para las personas: personas a las que servimos, personas con las que colaboramos, a las que formamos, en las que confiamos y creemos... en definitiva, las personas como centro neurálgico de nuestro día a día. Eso es Serunion, un negocio donde el respeto por las personas, sus necesidades y sus emociones son nuestra prioridad.

Y esas emociones conllevan experiencias, desarrolladas a partir del diálogo, la escucha activa, el entendimiento y la empatía. Estas personas son las que configuran nuestros grupos de

interés, clientes, colaboradores, proveedores, trabajadores, accionistas, es decir nuestro universo.

La gran particularidad de Serunion en nuestro mercado es la especialización hostelera, es decir, nuestro objeto de negocio basado en el *know how*. Esto, que parece tan evidente, se ha convertido en un gran aspecto diferencial. La crisis de los últimos años y el auge de los criterios de adjudicación demasiado basados en los económicos, nos ha puesto a prueba a las empresas, evidenciando la esencia de cada una.

Desde nuestra vocación de liderazgo hemos asumido nuevos retos, adaptándonos a las exigencias del mercado y siendo fieles a nuestros principios:

El cliente y consumidor: su satisfacción como razón de ser.

La orientación al crecimiento.

La especialización de los equipos.

La estabilidad de los colaboradores.

La innovación.

La gestión ética, responsable y sostenible.



Hoy Serunion es una compañía que emplea a casi 20.000 personas, repartidas por toda la geografía española, elabora 462.000 comidas al día servidas en 2.920 restaurantes, cuenta con 1.165 proveedores y factura 469 M€ al año, y lo más importante de todo: lo hace desde una gestión ética comprometida con los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas, junto con nuestro grupo, Elicor, y de acuerdo a los principios de la Norma ISO 26000: rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los grupos de interés, principio de legalidad, normativa internacional de comportamiento y derechos humanos.

Desde Serunion asumimos nuestra responsabilidad y compromiso por seguir mejorando y por ello establecemos objetivos de mejora continua en nuestra Política Integral de Calidad.

Deseo que esta Memoria cumpla con su propósito de informar y explicar nuestra cultura y nuestra aportación a la sociedad, para todas aquellas personas interesadas en saber más sobre nuestra compañía.

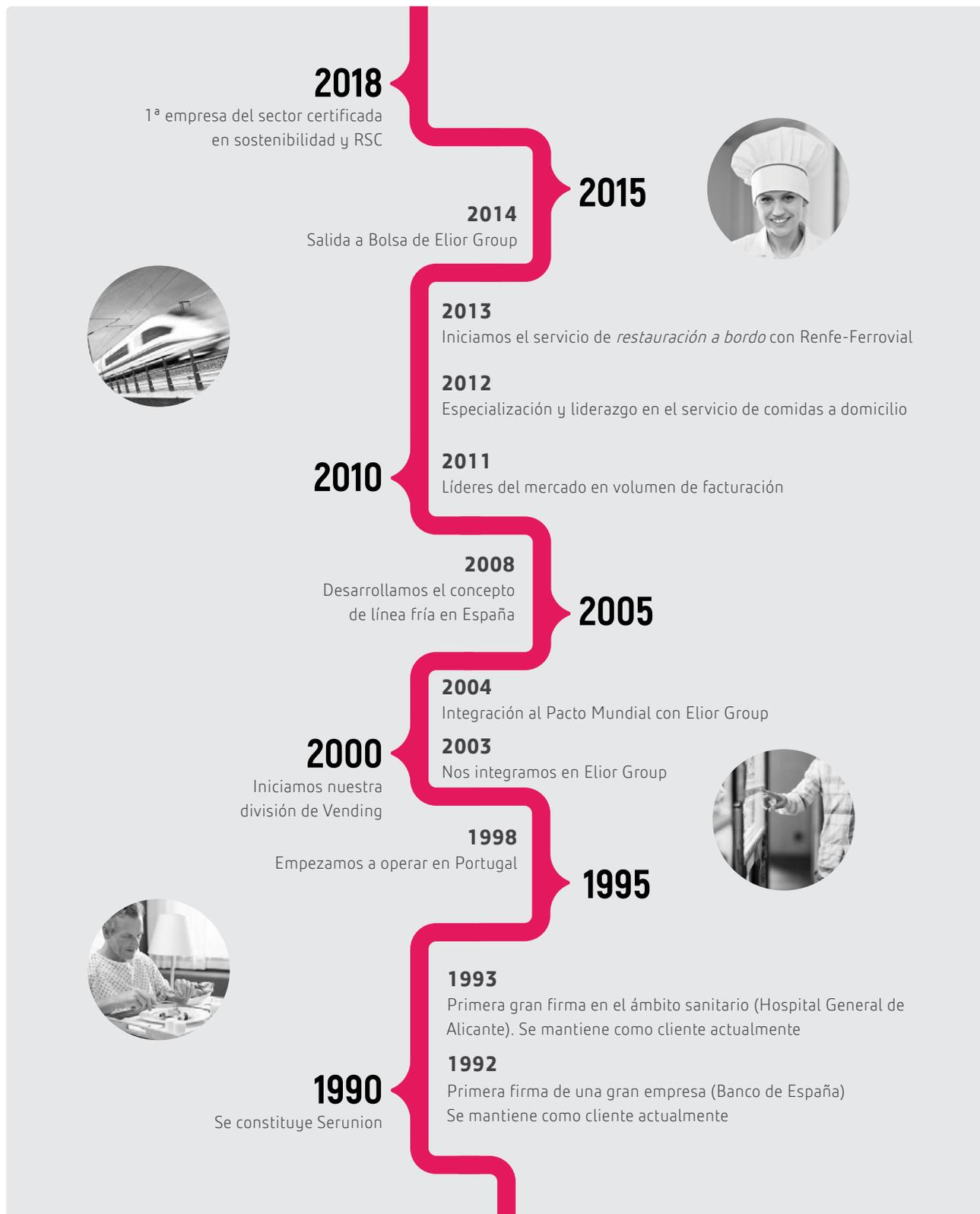
Desde aquí, mi agradecimiento a todos y todas los que hacéis realidad este gran proyecto.

Si tuviera que resumir en una frase nuestro leitmotiv acudiría al lema que nos acompaña:

“Nos gusta cuidar a las personas”

Antonio Llorens Tubau
Presidente y Director General

NUESTRA HISTORIA



LÍDER EN ESPAÑA, FRANCIA E ITALIA

Serunion es una empresa del ELIOR GROUP.

El Elior Group se fundó en 1991 para ser el restaurador de referencia en los ámbitos de concesiones y colectividades. Es nº 1 en España, Francia e Italia.

NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO



6.422 M€

VOLUMEN DE NEGOCIO



127.000

TRABAJADORES



25.000

ESTABLECIMIENTOS



16

PRESENCIA EN PAÍSES



5,5 M

MENÚS AL DÍA



ESPAÑA

CATERING-COLECTIVIDADES



Restauración colectiva en los siguientes ámbitos:

- B&I (Business and Industries)
- Educación
- Sociosanitario
- Ocio

CONCESIONES



Restauración de espacios públicos en concesión:

- Aeropuertos
- Autopistas
- Estaciones
- Espacios emblemáticos

Las acciones de Elior Group se hallan en el mercado secundario de valores.

La Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos, establece que las grandes empresas que sean entidades de interés público (entre ellas, las que estén reguladas por el Derecho de un Estado miembro y cuyos valores mobiliarios sean admitidos a negociación en un mercado regulado

de cualquier Estado miembro, con arreglo a la definición del artículo 4, apartado 1, punto 14, de la Directiva 2004/39/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de abril de 2004, relativa a los mercados de instrumentos financieros), y las entidades de interés público que sean empresas matrices de un gran grupo, que, en sus fechas de cierre del balance, cuenten con un número medio superior a 500 empleados durante el ejercicio, incluyan en el informe de gestión información relativa a aspectos no financieros como las cuestiones medioambientales y sociales y aspectos relativos al personal, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno.



Serunion reporta anualmente los datos medioambientales y sociales, que se integra en el Registration Document de Elior Group. Esta información es pública y accesible a través de la web del grupo www.eliorgroup.com

INDICADORES ECONÓMICOS

ALIMENTAMOS CADA DÍA A **470.000** PERSONAS

38.000

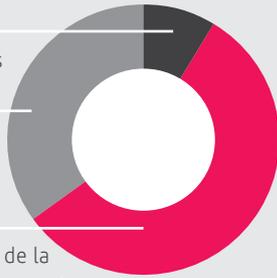
personas en empresas

151.000

personas en el ámbito sociosanitario

244.000

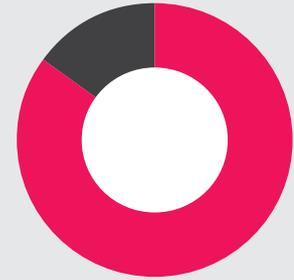
personas en el ámbito de la educación (guarderías, colegios, universidades)



GESTIONAMOS **3.800** ESTABLECIMIENTOS

El **85%** de las comidas que elaboramos se producen en las instalaciones de cocina de nuestros clientes.

El **15%** restante se elaboran en nuestras cocinas centrales repartidas por toda España.

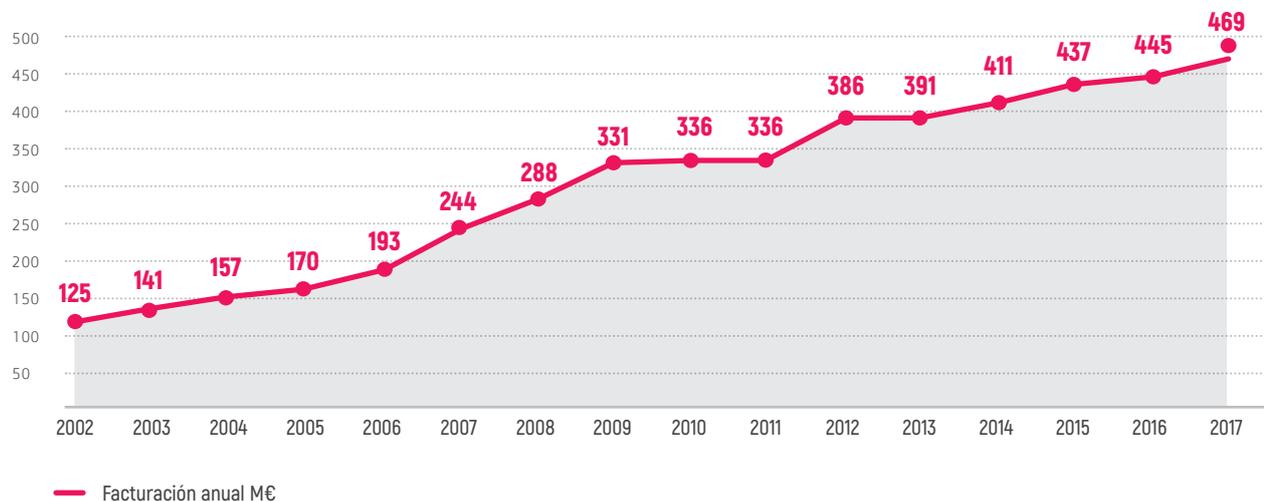


CON UNA FACTURACIÓN ANUAL DE **469 M €**



EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN

Serunion ha obtenido el liderazgo del mercado español a través de un crecimiento sostenido en el tiempo.



PRINCIPALES HITOS DE LA COMPAÑÍA

- Creación de la metodología CTH (Cocina Tradicional Hoy) de enlace en frío en las cocinas centrales
- Serunion invierte en 15 cocinas centrales y 23 delegaciones para impulsar la actividad local y conseguir una mayor adaptación a cada territorio
- 1er call center nacional de atención nutricional en restauración de colectividades
- Serunion desarrolla "U", un nuevo concepto gastronómico para millennials
- Premio a la cocina central más sostenible
- Serunion desarrolla el concepto de cafeterías daily break para el entorno socio sanitario
- Inicio de la restauración a bordo fruto de la colaboración entre Serunion y los Hermanos Torres
- Serunion lanza Meetropolitan, un concepto vanguardista de restauración empresarial
- 1ª empresa con certificación ecológica en sus cocinas centrales
- Sala Roma 2009, un espacio gastronómico para el futbol club Barcelona desarrollado por Serunion
- Superchef, el primer concurso infantil de recetas online de la mano de Serunion
- Cocina de integración social en Valladolid fruto del acuerdo entre Grupo Lince y Serunion
- Time Chef y Serunion educa, dos apps desarrolladas por Serunion para la comunicación B2C
- Serunion traspasa toda la subcontratación eléctrica a Energía Verde para impulsar el uso de las energías renovables
- Serunion inicia su primer restaurante sostenible
- Basque Culinary Center forma a los cocineros de Serunion

MISIÓN Y VALORES

NUESTRA MISIÓN

Ser el restaurador escogido, a partir de la calidad y la experiencia innovadora de cliente.

NUESTROS VALORES



RECONOCIMIENTO AL TRABAJADOR

Buscamos el crecimiento rentable de la compañía para poder premiar a nuestros trabajadores y desarrollar oportunidades de carrera profesional.



EXCELENCIA OPERACIONAL

Obtenemos el rendimiento y los resultados a partir de la cooperación. Enfocamos y capitalizamos nuestras fuerzas para acelerar y obtener un crecimiento rentable.



RESPONSABILIDAD

Tanto individual como colectiva, compartida con todos los grupos de interés. Asumimos nuestra responsabilidad ante clientes, consumidores, proveedores, colaboradores, trabajadores y accionistas.



FIDELIDAD

Forma parte de nuestro ADN y de nuestra preocupación constante. La fidelidad del cliente depende de la satisfacción del consumidor, por eso viramos nuestro enfoque de B2B (Business to Business) a B2C (Business to Consumer).



INNOVACIÓN

Crucial para la obtención de los más altos niveles de prestación y resultados. La innovación digital es el eje central del nuevo enfoque de compañía.



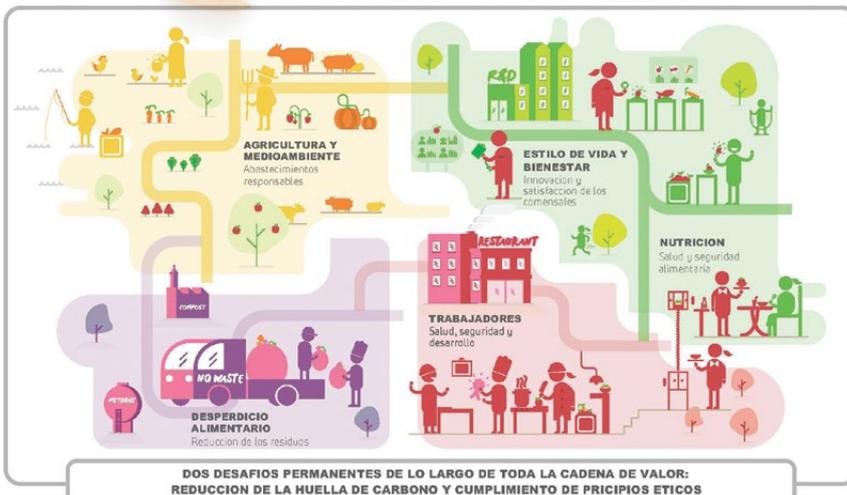
ESTRATEGIA DE RSC DE ELIOR GROUP

Serunion, como parte del grupo internacional Elior, empresa de referencia en la restauración de colectividades que está presente en dieciséis países, tenemos especial atención al impacto de nuestra actividad en el medioambiente y la sociedad.

Con Elior somos miembros del Pacto Mundial desde el año 2004 y por las buenas prácticas adoptadas por el Grupo y recogidas en el Informe de Progreso, hemos sido reconocidos con el nivel **Avanzado**.



ASPECTOS MATERIALES PRINCIPALES DE ELIOR GROUP



El análisis de materialidad del Grupo y el propio de Serunion coinciden en sus conclusiones.

POSITIVE FOOTPRINT PLAN

Serunion desarrolla su política de RSC de forma coherente con la estrategia de Elior Group, al que pertenece, basada en el desarrollo de medidas para la reducción de nuestra huella ambiental, teniendo en cuenta las expectativas de nuestros grupos de interés, de forma consistente con el desempeño económico del Grupo.

¿DÓNDE ESTAMOS AHORA?

Muchas buenas prácticas implantadas en el Grupo nos han permitido alcanzar el estatus de Global Compact Advanced. Gracias al análisis de la materialidad, hemos identificado nuestros temas prioritarios y hemos lanzado una nueva estrategia que incluye factores externos.



QUIÉNES SOMOS Y QUIÉNES QUEREMOS SER

Como restaurador de referencia, queremos ser los líderes en temas de alimentación.

Nuestro objetivo es ser un referente en términos de sostenibilidad, con la seguridad de hacer todo lo que está en nuestras manos para tener un impacto social y ambiental positivo en nuestro ámbito de actuación.

THE ELIOR GROUP

POSITIVE FOOTPRINT PLAN



EXPECTATIVAS CRECIENTES

A partir del COP21 se ha conseguido consciencia global de retos mundiales. En el 2015 se lanzaron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas y desde entonces Clientes, Inversores, ONGs y todos los grupos de interés siguen de cerca las diferentes actividades empresariales.



Con el mundo entero preparándose para acoger los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y habiendo completado el análisis de materialidad de Grupo, en el 2016 lanzamos nuestra nueva estrategia de RSC, el *Positive Foodprint Plan*TM de Elior Group.

Con la intención de dejar una huella positiva en el planeta, el Grupo ha tomado el compromiso de alcanzar los cuatro ODS que obtendrán su máximo efecto en el 2025, concretamente: los aspectos de la salud pública derivados de dietas pobres, los problemas medioambientales ocasionados por la agricultura, el incremento del despilfarro alimentario y la necesidad de trabajos decentes.

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Generar una huella alimentaria positiva del campo al plato, trabajando en colaboración con nuestros proveedores, clientes, consumidores y trabajadores.

Como ELIOR GROUP vinculamos nuestras acciones a los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas:

- SALUD Y BIENESTAR - ODS 3
- HAMBRE CERO - ODS 2
- PRODUCCIÓN Y CONSUMOS RESPONSABLES - ODS 12
- TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO - ODS 8



THE ELIOR GROUP
**POSITIVE
 FOOTPRINT
 PLAN**

Queremos que nuestra huella alimentaria (Foodprint) sea positiva, de manera que vamos a apostar por el abastecimiento sostenible de ingredientes, ofrecer una variedad sana e innovadora a nuestros comensales, reducir el despilfarro alimentario y ayudar a nuestros empleados a desarrollar su potencial. Nos comprometemos a dejar una mejor huella alimentaria, por el bien de todos.

Pilares:

DESAFIOS
 ACTUALES
 PRIORITARIOS

Incremento de los problemas de **salud globales** enfatizados por una mala alimentación.

Cuestiones **medioambientales** causadas por la agricultura.

Aumento del **despilfarro** alimentario

Desempleo, desigualdades y necesidad de **empleos decentes**

RESPUESTAS
 DE SERUNION



APUESTAS SALUDABLES

Ayudar a nuestros comensales a lograr un buen estado de salud mediante opciones saludables y toma de conciencia.



INGREDIENTES SOSTENIBLES

Incrementar la sostenibilidad de nuestros ingredientes mediante la mejora de los procesos de compra.



MODELO CIRCULAR

Innovar y colaborar para reducir los desperdicios alimentarios y otros residuos en la cadena de valor, trabajando hacia un modelo circular.



PROSPERIDAD DE PERSONAS Y COMUNIDADES

Crear y promover empleos locales inclusivos que contribuyan a desarrollar la potencia de las personas.



CUATRO ASPECTOS GLOBALES, CUATRO COMPROMISOS

NUESTROS COMPROMISOS



APUESTAS SALUDABLES

APUESTAS SALUDABLES

Ayudar a nuestros comensales a lograr un buen estado de salud mediante la elección de opciones saludables.

Objetivo 2016-2025

El 100% de nuestros comensales podrá elegir alimentos sanos y sabrosos.



MODELO CIRCULAR

MODELO CIRCULAR

Innovar y colaborar para reducir los desperdicios alimentarios y otros residuos en la cadena de valor, trabajando hacia un modelo circular.

Objetivo 2016-2025

Cero residuos alimentarios al vertedero.



INGREDIENTES SOSTENIBLES

INGREDIENTES SOSTENIBLES

Ayudar a nuestros comensales a lograr un buen estado de salud mediante opciones saludables y toma de conciencia.

Objetivo 2016-2025

10 de nuestras principales categorías de productos serán adquiridas bajo criterios de sostenibilidad y compra local.



PROSPERIDAD DE PERSONAS Y COMUNIDADES

PROSPERIDAD DE PERSONAS Y COMUNIDADES

Crear y promover empleos locales inclusivos y que contribuyan al desarrollo del potencial de las personas.

Objetivo 2016-2025

El 70% de nuestros directivos procederá de promociones internas, contribuyendo al desarrollo personal y a la diversidad.

02

NUESTRA GESTIÓN RESPONSABLE

Nuestros principios de Responsabilidad Social Corporativa	21
Cadena de valor	22
Ejes de posicionamiento	23
Buen gobierno	24
Desarrollo local	25
Plan de calidad integral	29
Innovación digital	32
Principios éticos de Serunion	33
Grupos de interés	38
Materialidad	40
Comunicación con nuestros grupos de interés	43
Certificaciones y reconocimientos	51
Observatorio de mercado	53

NUESTROS PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

MODELO DE GESTIÓN RESPONSABLE

	SERVIMOS A NUESTROS CLIENTES	IMPULSAMOS EL DESARROLLO DE NUESTROS COLABORADORES	CRECEMOS CON NUESTROS PROVEEDORES	PARTICIPAMOS EN NUESTRA COMUNIDAD
ELEMENTOS DE GOBERNANZA	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio AD-HOC • Higiene y seguridad • Comprometidos con el servicio • Marketing responsable • Información y sensibilización • Alimentación saludable 	<ul style="list-style-type: none"> • Medición y seguimiento del clima laboral • Sensibilización en la responsabilidad de la sostenibilidad • Código de conducta 	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración con proveedores en RSC • Compra responsable • Trazabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación con comunidades locales • Diálogo con grupos de interés
ASPECTOS SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de desechos y desperdicios • Desarrollo de hábitos saludables en consumidores • Productos adaptados al consumidor (salud y cultura) 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad y salud • Formación y desarrollo • Gestión del talento • Gestión de la diversidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos kilómetro 0 • Productos saludables • Productos de temporada • Productos ecológicos de proximidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Inserción laboral local • Apoyo a grupos de exclusión • Impulso del desarrollo local • Resolución de retos locales
TEMAS AMBIENTALES	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión responsable de recursos naturales • Minimización del impacto medioambiental 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo responsable de los recursos energéticos • Formación en hábitos sostenibles • Voluntariado corporativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión del agua • Gestión de residuos • Gestión del packaging • Logística sostenible 	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos saludables • Sostenibilidad del servicio • Compromiso frente al cambio climático • Promoción de las fuentes de energía renovable

CADENA DE VALOR

El protagonista de nuestra cadena de valor es el consumidor, al que confluyen las necesidades y expectativas de las entidades que deciden o influyen en su alimentación diaria.



No hay dos servicios iguales, así como no existen dos entidades iguales.

Serunion es el sastre del traje a medida, aportando el mayor valor añadido al presupuesto asignado.

La mayor dificultad de nuestro negocio radica en la pluralidad del consumidor, tanto a nivel de dietas como de gustos, preferencias, entorno... Por eso hemos desarrollado herramientas digitales de comunicación con el consumidor que nos permitan la interacción B2C, imprescindibles para la personalización del servicio.

EJES DE POSICIONAMIENTO

EJES DE POSICIONAMIENTO

Nuestra cadena de valor se basa en los siguientes ejes de posicionamiento:



Experiencia de cliente,
desarrollada a partir del briefing inicial y de la evaluación continuada.



Cercanía,
a través del seguimiento personal de nuestros operacionales y la formación a los profesionales de hostelería en el establecimiento.



Salud,
en una propuesta gastronómica completa y equilibrada, bajo los principios de la Dieta Mediterránea.



Innovación,
de los espacios, la oferta, la comunicación y la experiencia.



Integración,
a través de un proyecto inclusivo de calidad.



Medioambiente,
minimizando el impacto de nuestra actividad y promoviendo la economía circular.

¿CÓMO LO HACEMOS?

- Desde la Excelencia Operacional: una organización interna que diseña, enseña y facilita la vida a nuestro equipo de operacionales, aportándoles las herramientas y los procedimientos de la compañía, para dar un servicio de primer nivel.
- Con la compra local de productos.
- Con el desarrollo gastronómico del Chef Executive de cada división.
- Con el apoyo de un departamento de marketing y comunicación al servicio de las operaciones.
- Con los recursos técnicos propios para el desarrollo de nuevos proyectos.
- Con las plataformas informáticas necesarias para gestionar la actividad con la máxima eficiencia.
- Con un equipo humano profesional, motivado y bien formado adaptado a las necesidades del consumidor.
- Desde la transparencia y el rigor en la gestión conforme nuestra Política Integral de Calidad.



BUEN GOBIERNO



Presidente, Director General
Antonio Llorens

-  **Director de Calidad y Cocinas Centrales:** Fernando Martínez
-  **Director Comercial, Marketing, RSC y Fidelización:** Aksel Helbek
-  **Director Compras y Operaciones Oeste:** Roberto Casal
-  **Director División Empresas:** Felip Pascual
-  **Director Financiero:** Xavier Gassó
-  **Director IT:** Luis Miguel Martín
-  **Director de Operaciones Enseñanza:** Agustín González
-  **Director de Operaciones Sanidad y Social:** Javier Mañas
-  **Director Recursos Humanos:** Alberto Navarro
-  **Director Transformación:** Oscar Tesouro



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Es el órgano de administración de la Sociedad formado por los directores de cada área de la empresa. El sistema de dirección es participativo desde el consenso y la responsabilidad compartida.



DIRECCIÓN GENERAL

Reporta a Elior Group y a los grupos de interés, por medio de las comunicaciones oficiales y de las diferentes reuniones, sobre los objetivos y logros de la empresa, la gestión de la organización y la estrategia de la empresa.



DIRECTORES OPERACIONALES Y DEPARTAMENTALES

Cada representante territorial o de departamento es el responsable del desarrollo de su área, de forma coordinada con las directrices de la compañía y forma parte del grupo de dirección extensiva con quien se comparte la estrategia empresarial. Este grupo lo compone un centenar de personas responsables de motivar a sus equipos en la misma línea. La estructura repartida por toda la geografía promueve el conocimiento y seguimiento de los integrantes de los equipos, sus habilidades y sus necesidades formativas.



COMITÉ DE RSC

Lo componen los responsables de los departamentos de calidad, compras, recursos humanos, prevención de riesgos laborales, jurídico, fidelización y responsabilidad social corporativa. El objetivo es el seguimiento de los principios ISO 26000 para garantizar su cumplimiento en cada una de las áreas, así como transmitir a la organización la filosofía de trabajo comprometida con los valores del grupo.



COMITÉ DE ÉTICA

Formado por los responsables de los departamentos de recursos humanos, finanzas, control de gestión y auditoría interna. Evalúan la situación en el caso de detectarse un comportamiento que agreda a la ética, personal o profesional y acuerdan el tratamiento.

DESARROLLO LOCAL

-  23 OFICINAS OPERACIONALES
-  5 DELEGACIONES DE VENDING
-  15 COCINAS CENTRALES



APOSTAMOS POR LA CERCANÍA, LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL Y EL DESARROLLO LOCAL.

POR ESO INVERTIMOS EN OFICINAS OPERACIONALES EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE ESPAÑA.

GENERAMOS EMPLEABILIDAD Y NEGOCIO LOCAL.



El mercado demanda de manera creciente entidades locales para confiar sus servicios de restauración, especialmente en el entorno escolar, con el objeto de disfrutar de un servicio adaptado a la cultura del lugar y a sus costumbres gastronómicas, dando oportunidades laborales a trabajadores y proveedores de la zona. A su vez, la apreciación de la calidad del producto fresco es superior ya que corresponde a los productos típicos, como es el caso del concepto Tierra del Sabor de la Comunidad de Castilla-León.

Serunion da respuesta a esta demanda y desarrolla estructuras locales autonómicas para adaptarse a la singularidad de cada Comunidad. Esta estrategia nos permite una comunicación mucho más cercana con nuestros grupos de interés, llegar a acuerdos de compras locales y adecuarnos a cada tipo de servicio.

OFICINAS OPERACIONALES



ANDALUCÍA

Avda. Averroes, 8
Edificio Acrópolis, planta 4
Módulos - oficinas 405 - 406
41020 Sevilla
Tel. 954.475.950

Parque Comercial Málaga Nostrum
C/ Jaén, 9 - Ed. Galia, planta baja - oficina 6
29004 Málaga
Tel. 952.067.470

C/ Benitagla, Nave 2 Pol. Ind. La Celulosa
04007 Almería
Tel. 950.270.580

Pol. Tecnológico Armilla-Ogijares
C/ Segovia nave 160
18151 Ogijares - Granada
Tel. 958.847.619



ARAGÓN

Avda. Miguel Servet, s/n nave 82 - 83,
planta 1
Pol. Ind. El Águila
50180 Utebo, Zaragoza
Tel. 976.775.009



ASTURIAS

Avda. de Gijón, 176 - 1º G
33011 La Corredoria - Oviedo
Tel. 985.207.641



CANARIAS

C/ Malteses, 22
35001 Las Palmas
Tel. 928.460.894



CANTABRIA

C/ Lealtad, 14 2º 2ª
39002 Santander
Tel. 942.372.750



CASTILLA LA MANCHA

C/ Francisco Aritio, 166 - portal 3, of. 3004
19004 Guadalajara
Tel. 949.208.473



CASTILLA LEÓN

Pol. Ind. San Cristóbal
C/ Aluminio, 9 1ª planta
47012 Valladolid
Tel. 983.220.517



CATALUÑA

Avda. Josep Tarradellas, 34 7ª planta
08029 Barcelona
Tel. 932.289.555

Camí de les Comes, 4
25123 Torrefarrera, Lleida
Tel. 973.750.780

C/ Comerç, 2 nave10-11
Pol. Ind. El Pla
08980 Sant Feliu de Llobregat, Barcelona
Tel. 936.327.055



COMUNIDAD VALENCIANA

Avda. de Segarra, 42 bajo
03320 Torrellano, Elche
Tel. 965.683.340

C/ Ciudad de Onda, 5 nave D
Pol. Ind. Fuente de Jarro
46988 Paterna, Valencia
Tel. 961.320.011



EXTREMADURA

Avda. de Godofredo Ortega y Muñoz, 66 -
edificio 3, oficina 10
06011 Badajoz
Tel. 924.259.812



GALICIA

Camino de Caramuxo, 35
36213 Vigo
Tel. 986.453.040



LA RIOJA

C/ Piqueras, 17 - 1º C
26006 Logroño
Tel. 941.231.601



MURCIA

Avda. Las Américas parcela 17, nave 5
Pol. Ind. Oeste
30169 Alcantarilla, Murcia
Tel. 968.894.161



MADRID

C/ Esteban Terradas, 8 - Pol. Ind.
28914 Leganés, Madrid
Tel. 914.811.053



PAIS VASCO

Polígono Ugaldeguren 1, pabellón nº 4
48170 Zamudio, Bilbao
Tel. 944.474.080



DELEGACIONES DE VENDING



ANDALUCIA

Avda. Averroes, 8
Edificio Acrópolis, planta 4
Módulos - oficinas 405-406
41020 Sevilla
Tel. 954.475.950



COMUNIDAD VALENCIANA

C/ Polígono, 24
46960 Aldaya, Valencia



CATALUÑA

Ctra. de l'Hospitalet, 13
08940 Cornellá de Llobregat, Barcelona
Tel. 934.800.620



MADRID

C/ Esteban Terradas, 8 Pol. Ind.
28914 Leganés, Madrid
Tel. 916.883.636



PAIS VASCO

Polígono Ugaldeguren 1, pabellón nº 4
48170 Zamudio, Bilbao
Tel. 944.474.080



COCINAS CENTRALES



ANDALUCIA

Camino Huerta de Santa Cruz, 30
Pol.Ind.Santa Cruz
29196 Málaga
Tel. 952.172.753



ARAGÓN

Avda. Academia General Militar, 80 50015
Zaragoza
Tel. 976.788.60

C/ Borchá, 24
Pol. Ind. Nuevo Calonge
41007 Sevilla
Tel. 954.355.450

CANARIAS

Malteses, 22
35001 Las Palmas de Gran Canaria
Tel. 928.460.894

C/ Benitagla, 2
Pol. Ind. La Celulosa
04007 Almería
Tel. 950.270.580

Maria Auxiliadora, 14
28320 Tenerife
Tel. 661.205.522



CASTILLA LEÓN

C/ Nitrógeno,
Polígono de San Cristóbal
47012 Valladolid



CATALUÑA

C/ Comerç, 2 nave10-11
Pol. Ind. El Pla
08980 Sant Feliu de Llobregat, Barcelona
Tel. 936.856.080

Camí de les Comes, 42
5123 Torrefarrera, Lleida
Tel. 973.750.780



COMUNIDAD VALENCIANA

C/ Ciudad de Onda, 5 nave D
Po. Ind. Fuente del Jarro
46988 Paterna (Valencia)
Tel. 961.320.906



EXTREMADURA

Travesía Manuel Saavedra Martínez, 2
06004 Badajoz
Tel. 924.259.812



GALICIA

Camino de Caramuxo, 35
36213 Vigo
Tel. 986.453.040

C/ Parroquia Cortiñán, parcela H19
Pol. Ind. Bergondo
15165 Bergondo, A Coruña
Tel. 981.795.934



LA RIOJA

Seminario diocesano de Logroño
Avda. de la Paz, 114
26006 Logroño



MADRID

Avda. del Sistema Solar, 9
28830 San Fernando de Henares, Madrid
Tel. 916.756.462



MURCIA

Avda. Las Américas parcela, 17 nave 5
Pol. Ind. Oeste
30169 Alcantarilla, Murcia
Tel. 968.895.639



Foto de cocina central de Serunion en Valladolid



Foto de cocina central de Serunion en San Fernando de Henares (Madrid)

PLAN DE CALIDAD INTEGRAL

AVALES DE NUESTRA CALIDAD: SEGURIDAD DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Nuestra actividad consiste en la alimentación de las personas, un servicio muy sensible a la salud, y muy especialmente en los colectivos de niños y mayores. Por eso, establecemos criterios de calidad rigurosos en nuestro manual de autocontrol, desarrollado a partir del protocolo APPCC (análisis de puntos críticos de control) que interviene en toda la cadena del servicio y que certificamos por normativa ISO 9001.

A esta cadena de valor se unen los proveedores, que garantizan el nivel de calidad en todos los productos que forman parte de nuestras elaboraciones, y para ello llevamos un control riguroso en base a indicadores de seguimiento.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

66

AUDITORÍAS A PROVEEDORES AL AÑO

35.247

PRODUCTOS ANALIZADOS AL AÑO

3.531

AUDITORÍAS DE HIGIENE AL AÑO

152

EXPERTOS DE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA

Mucho más allá de la experiencia de sabor y bienestar, la seguridad de nuestros grupos de interés se sustenta sobre unas bases sólidas de calidad que detallamos en nuestra Política Integrada, común para todas nuestras certificaciones ISO.

551

ANALÍTICAS DE MATERIA PRIMA



POLÍTICA INTEGRADA

SERUNION S.A, empresa de Elior Group, perteneciente a la Industria alimentaria y dedicada a la realización, transporte y servicio de comidas preparadas para colectividades en las modalidades de servicio in situ, transportado, cocinas centrales línea fría/ caliente, suministro de materias primas, autogestión y vending, establece su compromiso con la calidad, mediante el diseño e implantación de un sistema integrado de gestión cuyos objetivos son; garantizar la seguridad alimentaria, alcanzar la excelencia por la Calidad, cumplir con el Pacto Mundial así como con los objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas y proteger el medioambiente y garantizar la Seguridad y Salud tanto de sus empleados, clientes o cualesquiera que puedan interactuar con la organización así como suscribir la Declaración de Luxemburgo para la Promoción de la Salud en el Lugar de Trabajo.

Para ello la Política integrada establece los siguientes Ejes Estratégicos:

GENERAR UNA HUELLA ALIMENTARIA POSITIVA

· ELECCIONES SALUDABLES

Ayudar a nuestros comensales a lograr un buen estado de salud mediante opciones saludables y toma de conciencia.

· INGREDIENTES SOSTENIBLES

Incrementar la sostenibilidad de nuestros ingredientes mediante la mejora de los procesos de compra.

· MODELO CIRCULAR

Innovar y colaborar para reducir los desperdicios alimentarios y otros residuos en la cadena de valor, trabajando hacia un modelo circular.

· DESARROLLO DE PERSONAS Y COMUNIDADES

Crear y promover empleos locales inclusivos y que contribuyan al desarrollo del potencial de las personas.

CONTROL DESDE EL ORIGEN

Garantizar la seguridad alimentaria de las materias primas y servicios prestados por proveedores, subcontratistas y operadores logísticos, mediante la aceptación de especificaciones de compra previas dentro del proceso de homologación inicial, posterior evaluación continua y creación de planes de acción para la mejora continua del servicio prestado.

SEGURIDAD ALIMENTARIA

Diseñar e implantar un sistema de autocontrol mediante el análisis de peligros y puntos de control crítico (APPCC) que garantice la inocuidad alimentaria a lo largo de todos los procesos de recepción, almacenamiento, elaboración, transporte y servicio de materias primas/comidas preparadas.

GARANTIZAR LA SEGURIDAD, SALUD Y BIENESTAR EN EL TRABAJO

Disponer de un sistema de gestión basado en la excelencia operacional para integrar la cultura de la seguridad, la salud y el bienestar de las personas en el lugar de trabajo, mejorando la organización y las condiciones del mismo como base para garantizar el desarrollo profesional, el compromiso y motivación, la excelencia y el incremento de la productividad.

FORMACIÓN CONTINUA

Capacitar a todo el personal para el correcto desarrollo de su actividad mediante la evaluación continua del desempeño.

COMUNICACIÓN EFICAZ

Establecer los canales necesarios para la comunicación interna y externa con el resto de participantes de la cadena alimentaria, accionistas, clientes actuales y potenciales, proveedores, empleados y sociedad para asegurar un correcto conocimiento de las acciones llevadas a cabo dentro de la compañía. La Dirección garantizará la difusión y comprensión de esta política integrada tanto interna como externamente.



GESTIÓN ÉTICA

Implantar un Código de Conducta, a fin de servir de guía de todas nuestras actuaciones y crear un Comité Ético, encargado de velar por el cumplimiento de nuestro Código de Conducta.

CUMPLIMIENTO LEGAL Y OBLIGACIONES CONTRACTUALES

Identificar todos los requisitos legales de aplicación y valoración de aspectos ambientales en condiciones de normalidad como en situaciones de emergencia para la mejora continua. El cumplimiento de la legalidad, de las relaciones contractuales y de las declaraciones unilaterales, es la condición previa para avanzar en nuestra responsabilidad. Así como prevenir todo tipo de actuación fraudulenta, a través de nuestra Política de Prevención del fraude y la Política anticorrupción.

NORMATIVA DE COMPORTAMIENTO Y DERECHOS HUMANOS

Nos comprometemos a guiarnos por la normativa, estándares y buenas prácticas de conducta, internacionalmente reconocidas, así como respetar y promover el respeto de los derechos humanos, en todas nuestras áreas de influencia.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Desarrollar herramientas para valorar el nivel de cumplimiento de los compromisos establecidos y la calidad percibida como indicadores de la satisfacción de nuestros clientes, estableciendo planes de acción de fidelización y mejora continua.

OBJETIVOS Y MEJORA CONTINUA

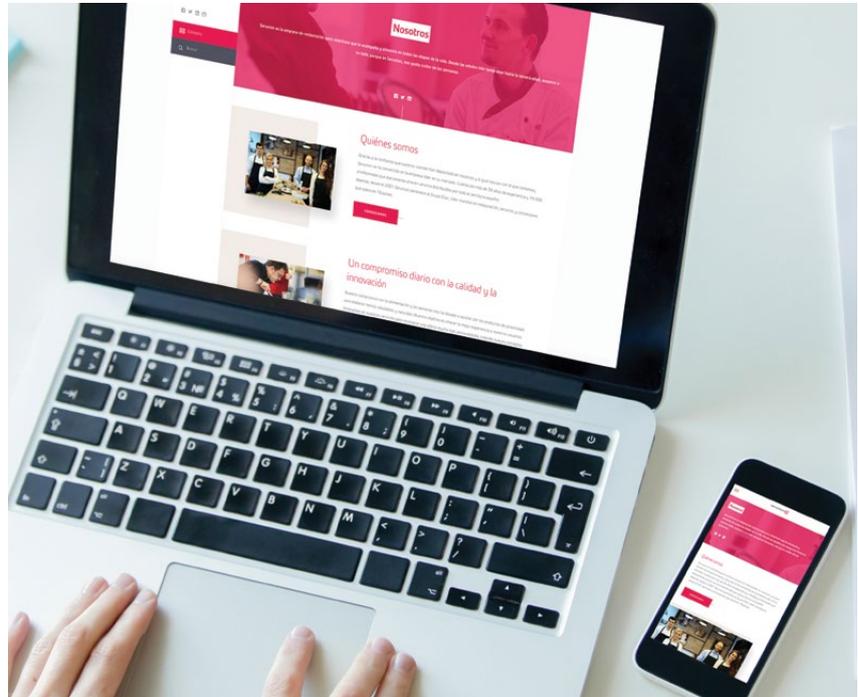
Identificar todos los posibles riesgos como área de mejora continua y establecer nuevas líneas de trabajo e innovaciones en el servicio orientadas a aumentar la seguridad alimentaria, la excelencia por la calidad, satisfacción del cliente, la protección del medioambiente y Responsabilidad Social. De esta misma manera, se recogen las necesidades y expectativas de todos los grupos de interés como accionistas, clientes actuales y potenciales, proveedores, empleados y sociedad.

La Dirección General, como motor de la calidad de la compañía, se compromete a proporcionar los medios humanos y materiales necesarios para garantizar el cumplimiento del Sistema de Gestión, así como de marcar, revisar y adecuar de manera continua sus objetivos. Por ello, revisa el Sistema periódicamente y garantiza que los objetivos marcados se cumplen con todas las garantías.



INNOVACIÓN DIGITAL

La mayor innovación desarrollada por nuestro grupo empresarial es, sin duda, la digitalización de los servicios.

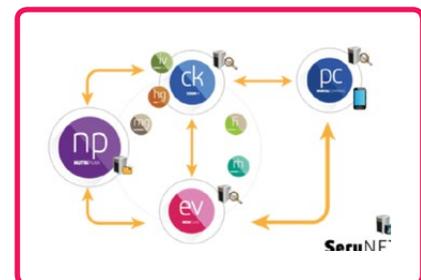


En los restaurantes disponemos de pantallas que podemos gestionar de forma remota y centralizada, en las que proyectar detalles de nuestras propuestas o nuestros procesos; pantallas táctiles en las que permitir al cliente conocer los ingredientes, listas de alérgenos y valores nutricionales de cualquiera de nuestros platos, apps en las que exponer nuestros menús, aceptar reservas, enviar promociones personalizadas, tramitar pedidos, informar sobre el estado de los envíos, cobrar, ayudar a los clientes a llevar un estilo de vida saludable, asesorar en dietas, compartir recetas, recibir feedback de la experiencia de cliente, ... Un sinfín de posibilidades que nos abre la puerta a una gestión más personalizada B2C.

A todo ello se suman los desarrollos internos en aplicaciones online que permiten el acceso a la información

por parte de nuestros equipos, la conexión con los proveedores y la gestión de personal.

Serunion dispone de un sistema de gestión integral del servicio, que incluye una serie de herramientas informáticas desarrolladas a partir del entorno SAP y cuyos datos se almacenan en ADAM Datacenter para garantizar los más altos niveles de seguridad y consistencia del sistema.



PRINCIPIOS ÉTICOS DE SERUNION

LA ÉTICA EN SERUNION

Serunion genera empleo local, invierte en infraestructuras descentralizadas, colabora con grupos sociales desfavorecidos y apuesta por la defensa del medioambiente en todos sus proyectos sociales. Todo ello se engloba dentro de un marco de empresa éticamente responsable -tanto a nivel social como medioambiental- el cual comparte con clientes, proveedores, entidades y colaboradores en las diferentes acciones que lleva a cabo durante el año.

Estos principios son una clara ilustración de la estrategia proactiva que la compañía lleva a cabo con el fin de apoyar y promover las líneas y principios éticos internacionales que Elior Group lleva a cabo y al que Serunion pertenece, dentro de su cohesión al Pacto Mundial, y que forman parte de su propio proyecto, conforme los siguientes puntos.

LA ÉTICA EN EL DÍA A DÍA

CONFLICTOS DE INTERÉS

Evitar toda participación directa o por persona interpuesta en cualquier empresa que tenga relaciones comerciales con Serunion siempre que pueda provocar una situación de conflicto de interés, y asegurarse de que las actividades realizadas fuera de la empresa no planteen conflictos de interés con respecto a las funciones ejercidas bien en Serunion o bien en nombre de Serunion en organismos externos, como por ejemplo las organizaciones profesionales.

CONFIDENCIALIDAD

Asegurarse de preservar en toda circunstancia, ya sea en el ámbito profesional, familiar o en el círculo de amigos, la confidencialidad de la información no pública de la empresa, en particular la relativa a su estrategia, organización, directivos, actividades, resultados y desempeño financiero, conocimiento experto, contratos y demás activos inmateriales.

Asimismo, asegurarse de mantener la confidencialidad de la información recibida de los socios comerciales, de

conformidad con los principios definidos por la Carta de comunicación de Serunion.

INTEGRIDAD DEL PATRIMONIO

Actuar en todo momento teniendo presente la necesidad de no vulnerar la integridad del patrimonio de Serunion, bien material (instalaciones, equipos, material) o inmaterial (contratos, marcas, datos informáticos, información confidencial, conocimiento experto, reputación e imagen).

REPRESENTACIÓN

Procurar en todo momento preservar la reputación de Serunion y llevar a cabo sus tareas respetando y salvaguardando los intereses de la empresa. Actuar en nombre de Serunion, oralmente o por escrito, únicamente en el ejercicio de sus funciones, en el marco de un poder o autorización otorgado en ese sentido, y respetando siempre la carta de comunicación.

UTILIZACIÓN DE LOS BIENES DE LA EMPRESA O CONFIADOS A LA EMPRESA

Utilizar los bienes materiales o in-

materiales de Serunion, o los que los clientes o proveedores hayan confiado a las empresas de Serunion, en función de las necesidades de Serunion y de conformidad con las condiciones y modalidades definidas a escala local. Evitar todo uso inapropiado de dichos bienes, en particular cualquier derroche o utilización con fines personales.

CONVICIONES POLÍTICAS RELIGIOSAS

Efectuar las eventuales actividades políticas o prácticas religiosas fuera del ámbito y del horario de trabajo, excepto si la legislación en vigor lo autoriza.

NO AL ACOSO

Respetar la dignidad humana y prohibir todo acto de acoso moral o sexual.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

No practicar ningún tipo de discriminación, ya sea fundada en el sexo, las preferencias sexuales, la situación familiar, la edad, la discapacidad, los orígenes étnicos, sociales, culturales o nacionales, las opiniones políticas, sindicales o filosóficas, o las convicciones religiosas, reales o supuestas.

LA ÉTICA EN EL MANAGEMENT

FORMACIÓN Y MOVILIDAD

Asegurarse de que se aplique la política de Serunion en materia de formación continua y de movilidad interna de los empleados.

APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS POR LOS COLABORADORES

Asegurarse de actuar deontológicamente, respetando los principios éticos de Serunion, y de que todos los colaboradores los respeten también.

SALUD, HIGIENE Y SEGURIDAD DE LOS COLABORADORES

Velar por la salud, higiene y seguridad laboral de los trabajadores.

Respetar la vida privada de los colaboradores, prestando particular atención a sus horarios de trabajo y a la confidencialidad de su información personal.

NO DISCRIMINACIÓN

Asegurarse de que se aplique el principio de no discriminación, tanto en el momento de la contratación, como al tomarse cualquier decisión relacionada con la formación, promoción y movilidad de los trabajadores, o con su remuneración o condiciones de trabajo en general.



LA ÉTICA CON RESPECTO A LAS PARTES INTERESADAS DE SERUNION

RELACIÓN CON LOS ACCIONISTAS Y LOS PODERES PÚBLICOS

INTEGRIDAD DE LOS DATOS SOCIALES, CONTABLES Y FINANCIEROS

No transmitir información social, contable o financiera y en todo caso no hacerla figurar en ningún documento sin haber verificado antes su exactitud y haber sido autorizado a compartirla o difundirla al público.

Asegurarse de conservar la información y los documentos respetando las reglas específicas de cada país, y cooperar estrechamente con los auditores internos o externos.

COMUNICACIÓN DE DATOS CONTABLES Y FINANCIEROS

Comunicar la información contable y financiera respetando las autorizaciones concedidas, la carta de comunicación de Serunion y las reglas internas del mismo, en particular en materia de comunicación financiera, dotada de una normativa especial.

ABUSO DE INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

No utilizar con fines personales, ni siquiera comunicándola a terceros, información no publicada susceptible de influir en la cotización de las acciones de Serunion.

RESPECTO DE LAS LEYES DE CADA PAÍS

Actuar, en todos los países en los que Serunion está presente, respetando las leyes, reglamentos y demás normas en vigor en el país en cuestión.



RELACIONES CON LOS CLIENTES, LOS PROVEEDORES Y LOS SECTORES DE LA SOCIEDAD CIVIL

APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS Y SITUACIÓN DE LOS SOCIOS DE SERUNION

- Asegurarse de que los socios de Serunion, ya se trate de los proveedores, subcontratistas o proveedores de servicios, así como los sectores de la sociedad civil, apliquen una política ética compatible con la de Serunion.
- Comprobar que en los contratos concluidos con los socios se respeten los principios éticos que Serunion se ha comprometido a aplicar.

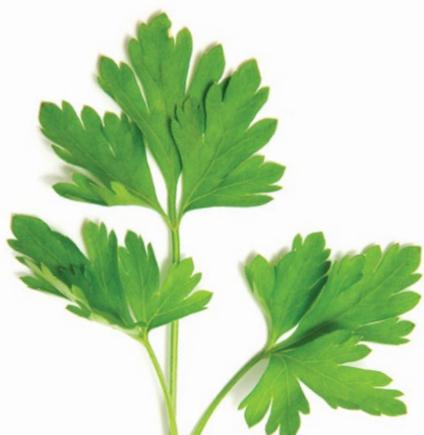


COMPETENCIA LEAL Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Respetar en toda circunstancia las reglas de la competencia leal:

- Cuando Serunion actúa como proveedor, en particular al responder a licitaciones públicas, y durante la apertura de la competencia por parte de los clientes;
- Cuando Serunion actúa como comprador y debe seleccionar y elegir a los proveedores de productos o servicios.

Abstenerse de todo comportamiento o práctica contrarios a las normas de competencia. Abstenerse asimismo de toda práctica de corrupción activa o pasiva, tanto con el sector público como con el sector privado.



CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

- Velar por la calidad y la seguridad de los productos y servicios suministrados a los clientes, así como por el respeto de la legislación y las normas aplicables en la materia.
- Asegurarse de que se aplique la legislación relativa a la información sobre productos y servicios, en particular las reglas relacionadas con la información de los consumidores.
- Garantizar el tratamiento adecuado de toda solicitud de información o reclamación de los clientes o consumidores.
- Ocuparse sin demora de todo problema que surja en este ámbito, y aplicar los procedimientos previstos por Serunion.

REGALOS E INVITACIONES

En lo que se refiere a los socios de Serunion, no ofrecerles ni recibir de su parte más que los regalos e invitaciones estrictamente necesarios para consolidar la imagen de marca de Serunion y mantener buenas relaciones comerciales y, de manera general, asegurarse de que su valor sea simbólico y no pueda influir en una decisión comercial.

Aplicar de forma estricta los procedimientos definidos por Serunion en la materia y respetar las prohibiciones legales vigentes en los países de intervención.

No ofrecer ni aceptar regalos en efectivo.

Los principios éticos de Serunion se aplican en todos los ámbitos y por todos sus colaboradores. Estos principios abarcan los compromisos de Serunion con respecto a las partes interesadas, en particular sus clientes, proveedores y socios, así como a sus colaboradores.

Los principios éticos no sustituyen las reglas y normas aplicables en Serunion, sino que constituyen el marco de referencia en el que se inscriben todas las políticas actuales y futuras de la empresa.

Cada colaborador de Serunion, cualesquiera sean su función, nivel jerárquico, sociedad o país en el que trabaje, deberá actuar de conformidad con los principios éticos. Los directivos deberán asegurarse de que todos los colaboradores de la empresa conozcan el contenido y la importancia de dichos principios. El respeto y la puesta en práctica de los principios deberán ser conformes a la legislación, las políticas y los usos locales en vigor. Los principios éticos no reemplazan a las leyes y reglamentos aplicables en los países en los que Serunion ejerce su actividad.

Con la finalidad de detectar conductas irregulares o poco apropiadas de la compañía, el Buzón Ético sirve de instrumento para elevar cualquier posible irregularidad, incumplimiento o comportamiento contrario a la ética, la legalidad y las normas que rigen en Serunion. Para ello se ha habilitado el teléfono 900993375 y la dirección de correo integrity@eliorgroup.com



GRUPOS DE INTERÉS

Durante el año 2017, y dentro del marco del proyecto de implementación de un Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social en base a la norma IQNet SR10, se ha llevado a cabo una revisión del **modelo de relación con los Grupos de Interés** para identificar todos aquellos colectivos con los que Serunion tiene relación como consecuencia de su actividad.

Esta revisión ha contado, por un lado, con una sesión de trabajo con diferentes personas referentes de la organización y, por otro, con la participación directa de los diferentes Grupos de Interés a través de un cuestionario para detectar sus necesidades y expectativas en su relación con Serunion.

La metodología utilizada para la Identificación de los Grupos de Interés, se ha basado en los siguientes criterios:

- **RESPONSABILIDAD:** Grupos con los que la empresa tiene o puede tener responsabilidades legales, financieras y operativas según reglamentaciones, contratos, políticas o prácticas vigentes.
- **INFLUENCIA:** Grupos que tienen o que pueden tener la posibilidad de influir en la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos, dado que sus acciones pueden impulsar o impedir su desempeño. Se trata de grupos con influencia informal o con poder de decisión formal.

El resultado de este proceso ha permitido:

- Obtener el **Mapa de los Grupos de Interés**, en relación a la capacidad de influencia del Grupo de Interés hacia Serunion y de Serunion hacia el Grupo de Interés.
- Identificar las **necesidades y expectativas de los Grupos de Interés** en su relación con Serunion.

PRINCIPALES NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

DIMENSIÓN DE BUEN GOBIERNO

- Conducta ética
- Cumplimiento de acuerdos

DIMENSIÓN AMBIENTAL

- Uso eficiente de los recursos
- Prevención de la contaminación y cambio climático

DIMENSIÓN ECONÓMICA

- Calidad del servicio y satisfacción del cliente

DIMENSIÓN SOCIAL

- Creación y estabilidad en el empleo
- Salud y seguridad en el trabajo

MAPA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

CAPACIDAD DE INFLUENCIA DE SERUNION HACIA EL GRUPO DE INTERÉS	4			<ul style="list-style-type: none"> • Empresas proveedoras • Accionistas y headquarters 	<ul style="list-style-type: none"> • Plantilla de oficinas • Plantilla de cocinas centrales
	3		<ul style="list-style-type: none"> • Com. Local, Sociedad y Organizaciones relacionadas con nuestra actividad 	<ul style="list-style-type: none"> • Usuarios y consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Plantilla de centros • Representación Sindical
	2				<ul style="list-style-type: none"> • Clientes
	1		<ul style="list-style-type: none"> • Vecinos 		<ul style="list-style-type: none"> • Adm. Públicas y Org. Reguladores
		1	2	3	4
		CAPACIDAD DE INFLUENCIA DEL GRUPO DE INTERÉS HACIA SERUNION			

La escala de valoración utilizada ha sido del 1 al 4.

NADA = 1	POCO = 1	BASTANTE = 3	MUCHO = 4
----------	----------	--------------	-----------

MATERIALIDAD

Serunion ha llevado a cabo un **Análisis de Materialidad** para determinar aquellos aspectos relacionados con la Responsabilidad Social que son más relevantes para la organización y para los Grupos de Interés.

Este proceso, llevado a cabo dentro del marco de la implementación de un Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social en base a la norma IQNet SR10, se ha centrado en las siguientes fases:



1. IDENTIFICACIÓN

Para iniciar el proceso, se ha elaborado un **listado previo de posibles aspectos de Responsabilidad Social a considerar en el Análisis de Materialidad**. Para la identificación preliminar de estos aspectos, se han considerado aquellos contemplados por la norma IQNet SR10, así como otros aspectos que puedan ser relevantes para la organización.



2. PRIORIZACIÓN

Para determinar la priorización de los asuntos relevantes para Serunion, se ha tenido en cuenta tanto la valoración de la propia organización como la de nuestros Grupos de Interés.

- A través de un grupo de discusión con diferentes personas referentes de la organización, se ha llevado a cabo un primer **análisis interno** de los asuntos clave con el objetivo de determinar aquellos que tienen o pueden tener un impacto más significativo en la estrategia y la visión de la organización.
- La participación de los Grupos de Interés en el Análisis de Materialidad se ha realizado mediante el envío de un formulario online. El objetivo de este **proceso participativo** ha sido conocer aquellos aspectos más relevantes y que influyen de una manera sustancial en las evaluaciones y decisiones de estos Grupos de Interés.

Tras analizar la influencia en las valoraciones y decisiones de los Grupos de Interés y la importancia de los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización, se ha trabajado en la elaboración de las **matrices de materialidad**, para poder relacionar los asuntos de Responsabilidad Social considerados desde estos dos puntos de vista.



3. VALIDACIÓN

El siguiente paso se ha basado en llevar a cabo una **validación interna por parte de la Dirección de la organización**, en la que se han aprobado los aspectos materiales identificados.



4. REVISIÓN

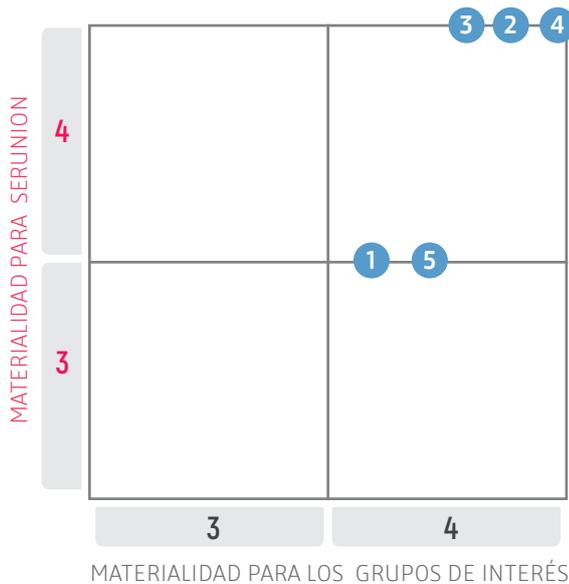
De manera periódica, Serunion contempla llevar a cabo la revisión y actualización del Análisis de Materialidad, para asegurar su adecuación a la realidad de la organización y a su relación con nuestros Grupos de Interés.



MATRICES DE MATERIALIDAD

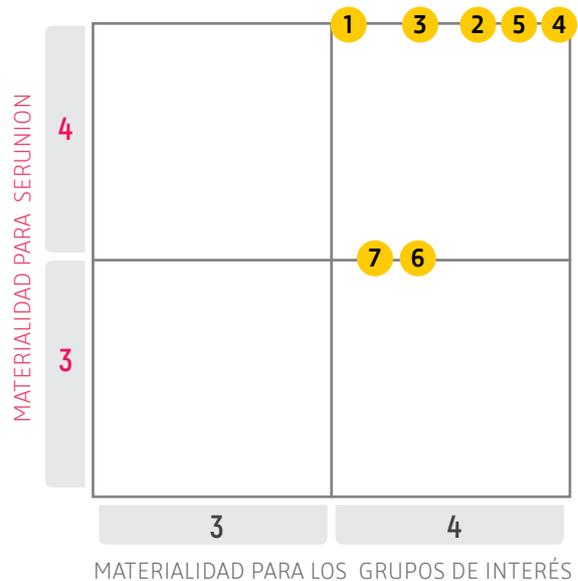
DIMENSIÓN DE BUEN GOBIERNO

- 1 **LIDERAZGO.** Políticas y prácticas ejemplarizantes en materia de responsabilidad social y sostenibilidad.
- 2 **CUMPLIMIENTO REGULATORIO Y TRANSPARENCIA** con las Administraciones Públicas. Cumplimiento por parte de SERUNION de la legislación y normativa aplicable, y relación de transparencia y colaboración con las Administraciones Públicas.
- 2 **CONDUCTA ÉTICA.** Cultura de conducta, basada en los valores de honestidad, rigor y lealtad, hacia los intereses de los distintos grupos de interés.
- 3 **GESTIÓN DE RIESGOS.** Política, procesos y sistemas internos o externos para identificar y evitar riesgos.
- 3 **LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN.** Gestión de los riesgos relacionados con la corrupción, existencia de políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.
- 4 **CUMPLIMIENTO DE ACUERDOS.** Cumplimiento por parte de SERUNION de los acuerdos contraídos con los distintos grupos de interés (plantilla, proveedores, clientes...).
- 5 **TRANSPARENCIA INFORMATIVA.** Información fiable, rigurosa, a tiempo y relevante, en el desempeño económico, social y medioambiental.



DIMENSIÓN ECONÓMICA

- 1 **DESEMPEÑO ECONÓMICO.** Valor económico directo generado.
- 2 **SOLVENCIA.** Garantías de solvencia y plazos de pago.
- 2 **GARANTIZAR LA CALIDAD Y LA CONTINUIDAD DEL SERVICIO.** Inversiones y actuaciones llevadas a cabo para garantizar la fiabilidad del servicio.
- 3 **COMERCIALIZACIÓN RESPONSABLE.** Comercialización de productos y servicios con transparencia, veracidad y buena fe.
- 3 **CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.** Calidad y evaluación del grado de satisfacción de clientes.
- 4 **SALUD Y SEGURIDAD DE LOS USUARIOS Y CONSUMIDORES.** Seguridad y salud de productos y servicios, cumplimiento de la normativa o códigos voluntarios relativos a la salud de productos y servicios.
- 5 **PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES.** Privacidad y protección de datos de clientes.
- 6 **I+D+I INNOVACIÓN SOSTENIBLE.** Proyectos e inversión en I+D y en innovación sostenible, etc.
- 6 **Respuestas a las reclamaciones.** Plazo y contenido de respuesta a las reclamaciones o quejas recibidas.
- 7 **CADENA DE VALOR RESPONSABLE.** Políticas para fomentar buenas prácticas sociales y medioambientales entre los proveedores.
- 7 **COMPRA LOCAL.** Políticas para fomentar la contratación de proveedores locales.



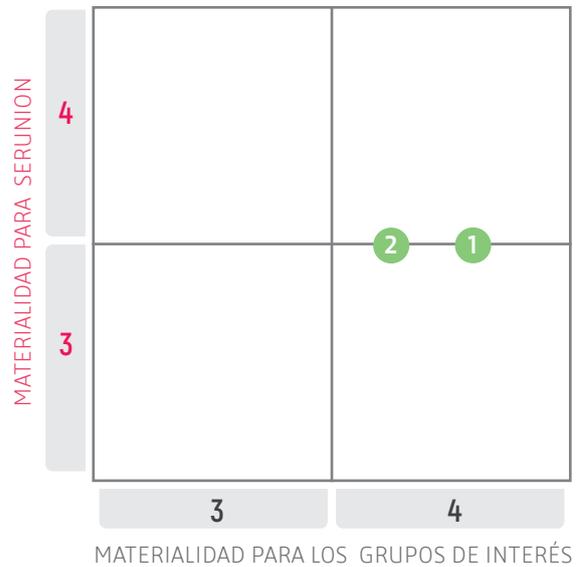
Nota: Los aspectos que han obtenido una misma valoración se presentan con el mismo número de referencia en la matriz.

DIMENSIÓN AMBIENTAL

- 1 **PREVENCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO.** Medidas para evitar o minimizar impactos negativos en el medio ambiente.
- 1 **USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS.** Optimización de la utilización de materiales, combustibles, energía, agua y otros recursos.
- 1 **BIODIVERSIDAD.** Prevención de impactos negativos sobre ecosistemas y biodiversidad, e iniciativas que contribuyan a su mejora.
- 2 **RESPECTO A LOS ALIMENTOS.** Cumplimiento de la normativa respecto al bienestar, manejo y cuidado de los animales, en su actividad y en su cadena de valor.

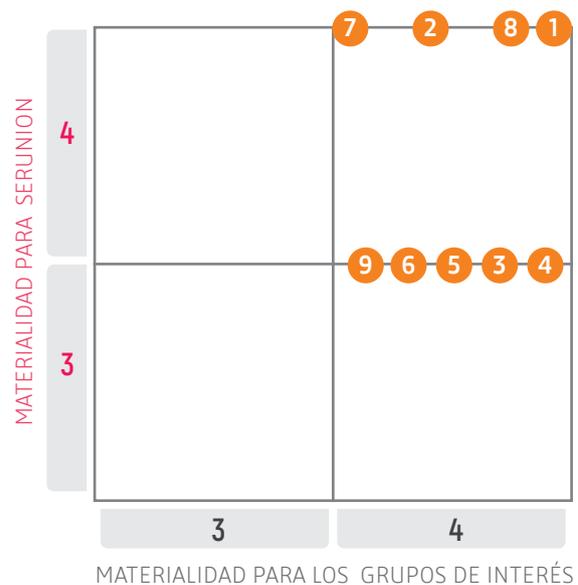
DIMENSIÓN SOCIAL

- 1 **CREACIÓN Y ESTABILIDAD DEL EMPLEO.** Contratación estable y de calidad, seguro de enfermedad y accidentes, jubilación desempleo, salarios dignos, condiciones de horarios, descanso semanal y vacaciones.
- 1 **DIGNIDAD DE LAS PERSONAS.** Políticas y protocolos contra el acoso sexual, moral o violencia en el lugar del trabajo.
- 2 **SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO.** Existencia de comités de seguridad y salud laboral, formación en seguridad y salud laboral, tasa de lesiones, enfermedades profesionales, etc.
- 3 **FOMENTO DEL CONSUMO RESPONSABLE Y HÁBITOS SALUDABLES.** Acciones de sensibilización y divulgación para el consumo responsable y hábitos saludables.
- 3 **CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN.** Acciones de capacitación y formación a los trabajadores/as, realización de evaluaciones de rendimiento y desarrollo profesional.
- 4 **IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.** Igualdad efectiva de oportunidades y de trato, independientemente de raza, sexo, maternidad/paternidad, creencias, ideología, orientación sexual, nacionalidad, origen social, salud, edad, discapacidad u otras características personales.
- 5 **CONCILIACIÓN.** Políticas de conciliación entre la vida laboral y personal.
- 6 **COMUNICACIÓN CON TRABAJADORES/AS Y MEDIDAS PARA EL FOMENTO DEL PARTICIPACIÓN.** Canales de comunicación activos con los trabajadores/as, bidireccionalidad y fomento de medidas para la participación.
- 7 **LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA.** Respeto y mecanismos establecidos para garantizar la libertad de



asociación y negociación colectiva en los centros de trabajo de la organización y en sus proveedores

- 8 **DERECHO A LA INTIMIDAD.** Medidas de protección del derecho a la intimidad de los empleados y de sus familias (Ley Orgánica de Protección de Datos).
- 9 **ACCIÓN SOCIAL.** Donaciones, voluntariado corporativo, colaboraciones con entidades sociales y/o ambientales del territorio.
- 9 **ADHESIÓN A INICIATIVAS EXTERNAS.** de promoción de la Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sostenible. Adhesión de SERUNION a iniciativas que promueven la Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sostenible.



Nota: Los aspectos que han obtenido una misma valoración se presentan con el mismo número de referencia en la matriz.

COMUNICACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Nuestro servicio se concibe desde las personas y para las personas, por ello cobran especialmente importancia los canales de comunicación con nuestros Grupos de Interés.

CALL CENTER

Call center que gestiona 11.000 emails/mes.

 902 360 030

 serunion@serunion.elior.com

REDES SOCIALES

 **FACEBOOK**
(www.facebook.com/serunion)

 **TWITTER**
(twitter.com/Serunion)

 **GOOGLE+**
(plus.google.com/+SerunionEscatering)

 **LINKEDIN**

 **YOUTUBE**
(www.youtube.com/channel/UCDcp6D3G-CisLFGFFk81K0JQ)

WEBS CORPORATIVAS

 www.serunion.es

 www.serunion-educa.com

 www.serunion-restaurantes.com

PORTALES Y BLOGS

CÓMO LLEVAR UNA VIDA SALUDABLE
www.comollevarunavidasaludable.com

 **FACEBOOK**
(https://www.facebook.com/people/Vida-Saludable/100011220848711)

 **TWITTER**
(https://twitter.com/llevarvidasana)

EL SUPERCHEF DEL COLE
www.elsuperchefdelcole.com

 **FACEBOOK**
(www.facebook.com/elsuperchefdelcole)

 **TWITTER**
(https://twitter.com/superchef_cole)

PLATAFORMA COMUNIDAD #POR EL CLIMA
www.porelclima.es/serunion

CONGRESOS Y FERIAS ESPECIALIZADAS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Por ejemplo:

Serunion en el programa de Antena 3 ¿Qué comen nuestros hijos? con Alberto Chicote



https://www.youtube.com/watch?time_continue=4626v=QPJD-7NXzxE

CLIENTES - ENTIDADES CONTRATANTES

- IN-PERSON: Reuniones con responsable comercial y/o operacional
- Ofertas comerciales
- Encuestas de satisfacción y actas
- Newsletter
- Ferias

USUARIOS - COMENSALES

- IN-PERSON: Responsable de centro
- APP
- Información digital
- Cartelería
- Información en intranet propia
- Quioscos monpregunta
- Encuestas de satisfacción
- Buzón de sugerencias

TRABAJADORES - PLANTILLA SERUNION

- IN-PERSON: Responsable directo del departamento
- Intranet
- Portal del empleado
- Hola Serunion!
- Cursos de formación
- Reuniones y comités
- Jornadas

PROVEEDORES Y COLABORADORES EXTERNOS

- IN-PERSON: Responsable en cada caso
- Gestión administrativa

ACCIONISTAS

- IN-PERSON: Comité de dirección

TIPOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN B2C



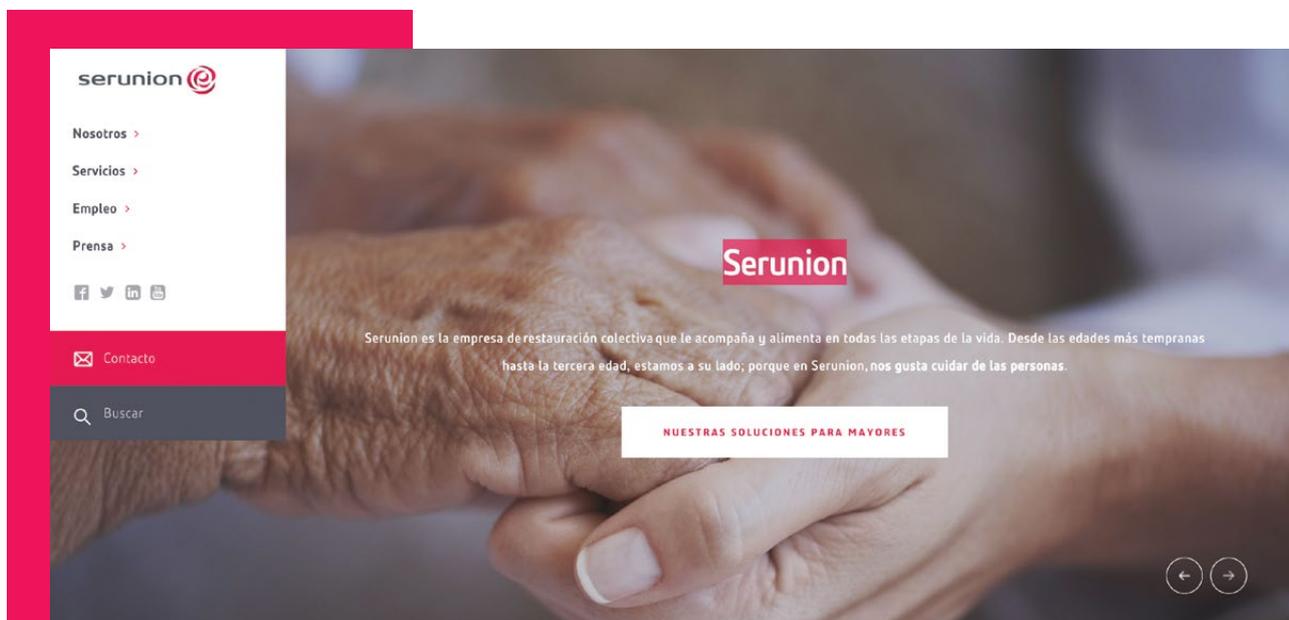
ÚLTIMOS IMPACTOS EN PRENSA

A continuación, se presentan los principales impactos en prensa relacionados con la actividad de Serunion, con la relación con nuestros Grupos de Interés y con la apuesta por una gestión ética, responsable y sostenible de nuestra organización.

PERIODO ENERO 2016 - DICIEMBRE 2017

<p>LA COCINA CENTRAL DE SERUNION EN MÁLAGA, PRIMER CENTRO DE RESTAURACIÓN COLECTIVA DE ESPAÑA EN RECIBIR LA CERTIFICACIÓN DE PLATOS 100% ECOLÓGICOS</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/la-cocina-central-de-serunion-en-malaga-primer-centro-de-restauracion</p>	<p>SERUNION SE SUMA A LA CAMPAÑA “RESTAURANTES CONTRA EL HAMBRE” PARA LUCHAR CONTRA LA DESNUTRICIÓN INFANTIL</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-se-suma-la-campana-restaurantes-contr-el-hambre-para-luchar-contr</p>	<p>SERUNION REDUCE UN 16% DE MEDIA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO EN LAS ESCUELAS GRACIAS AL PROYECTO “LA COMIDA NO SE TIRA”</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-reduce-un-16-de-media-el-desperdicio-alimentario-en-las-escuelas</p>
<p>SERUNION PRESENTA EN PONTEVEDRA “HOY COMO EN EL COLE”, SU PRIMER LIBRO INFANTIL PARA FOMENTAR HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES ENTRE LOS MÁS PEQUEÑOS</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-presenta-en-pontevedra-hoy-como-en-el-cole-su-primer-libro-infantil</p>	<p>SERUNION CREA EL NUEVO CONCEPTO DE CAFETERÍA “DAILY BREAK” PARA HOSPITALES</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-crea-el-nuevo-concepto-de-cafeteria-daily-break-para-hospitales</p>	<p>LOS CHEFS EJECUTIVOS Y JEFES DE COCINA DE SERUNION ASISTIRÁN A CURSOS DE FORMACIÓN IMPARTIDOS POR EL BASQUE CULINARY CENTER</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/los-chefs-ejecutivos-y-jefes-de-cocina-de-serunion-asistiran-cursos-de</p>
<p>SERUNION FOMENTA LA INSERCIÓN LABORAL DE PERSONAS CON SÍNDROME DE DOWN</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-fomenta-la-insercion-laboral-de-personas-con-sindrome-de-down</p>	<p>SERUNION LANZA UN NUEVO MODELO DE MÁQUINAS DE VENDING QUE INCENTIVA EL RECICLAJE DE LATAS DE BEBIDA</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-lanza-un-nuevo-modelo-de-maquinas-de-vending-que-incentiva-el</p>	<p>SERUNION APUESTA POR LA ENERGÍA VERDE</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-apuesta-por-la-energia-verde</p>
<p>SERUNION EDUCA LANZA UN CONCURSO DE VÍDEOS DE COCINA PARA NIÑOS</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-educ-a-lanza-un-concurso-de-videos-de-cocina-para-ninos</p>	<p>SERUNION LIDERA LA INTEGRACIÓN LABORAL EN LA RESTAURACIÓN</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-lidera-la-integracion-laboral-en-la-restauracion</p>	<p>SERUNION APUESTA POR EL COMEDOR SOSTENIBLE, UN NUEVO CONCEPTO DE RESTAURACIÓN PARA ESCUELAS</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-apuesta-por-el-comedor-sostenible-un-nuevo-concepto-de-restauracion</p>
<p>SERUNION SIRVE CERCA DE 100.000 MENÚS SIN GLUTEN EN COMEDORES ESCOLARES DE TODO EL PAÍS PARA CONCIENCIAR SOBRE LA INTOLERANCIA AL GLUTEN</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-sirve-cerca-de-100000-menus-sin-gluten-en-comedores-escolares-de</p>	<p>LA DIVISIÓN BUSINESS&INDUSTRY DE SERUNION INCREMENTA SU NEGOCIO HASTA LOS 63 MILLONES DE EUROS CON NUEVAS ADQUISICIONES Y RENOVACIONES DE RESTAURANTES DE EMPRESA</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/la-division-businessindustry-de-serunion-incrementa-su-negocio-hasta-los-63</p>	<p>SERUNION FIRMA UN ACUERDO DE COLABORACIÓN CON CÁRITAS PARA LA DONACIÓN DIARIA DE EXCEDENTES DE COMIDA</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-firma-un-acuerdo-de-colaboracion-con-caritas-para-la-donacion</p>
<p>SERUNION SIRVE CERCA DE 100.000 MENÚS SIN GLUTEN EN COMEDORES ESCOLARES DE TODO EL PAÍS PARA CONCIENCIAR SOBRE LA INTOLERANCIA AL GLUTEN</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-sirve-cerca-de-100000-menus-sin-gluten-en-comedores-escolares-de</p>	<p>SERUNION PRESENTA “U”, SU NUEVO CONCEPTO DE CAFETERÍA PARA UNIVERSIDADES</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-presenta-u-su-nuevo-concepto-de-cafeteria-para-universidades</p>	<p>SERUNION COLABORA CON EL GOBIERNO DE LA RIOJA PARA LA INSERCIÓN LABORAL DE VÍCTIMAS DE VIOLENCIA MACHISTA</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-colabora-con-el-gobierno-de-la-rioja-para-la-insercion-laboral-de</p>
<p>SERUNION CREE UN 6,6% GRACIAS A LA DIVERSIFICACIÓN DE SU NEGOCIO</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-crece-un-66-gracias-la-diversificacion-de-su-negocio</p>	<p>LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN HABLAN SOBRE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN 2016 POR SERUNION</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/los-medios-de-comunicacion-hablan-sobre-los-resultados-obtenidos-en-2016-por</p>	<p>SERUNION RECIBE POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO EL DISTINTIVO DE EMPRESA RESPONSABLE</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-recibe-por-segundo-ano-consecutivo-el-distintivo-de-empresa</p>
<p>LA AGENCIA DE SALUD PÚBLICA DE CATALUNYA (ASPCAT) RECONOCE A SERUNION Y SEAT POR PROMOVER LA ALIMENTACIÓN MEDITERRÁNEA</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/la-agencia-de-salud-publica-de-catalunya-aspcat-reconoce-serunion-y-seat-por</p>	<p>SERUNION COLABORA CON EL PROYECTO “MÚSICOS POR LA SALUD” QUE LLEVA LA MÚSICA A HOSPITALES</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-colabora-con-el-proyecto-musicos-por-la-salud-que-lleva-la-musica</p>	<p>SERUNION APOYA LAS BECAS PREVENT PARA LOS JÓVENES EMPRESARIOS CON DISCAPACIDAD</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-apoya-las-becas-prevent-para-los-jovenes-empresarios-con</p>
<p>SERUNION DONA MÁS DE 120 KG DE LATAS DE CONSERVA AL BANCO DE ALIMENTOS</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-dona-mas-de-120-kg-de-latas-de-conserva-al-banco-de-alimentos</p>	<p>SERUNION INAUGURA “MEETROPOLITAN”, SU NUEVO CONCEPTO DE RESTAURANTE PARA EMPRESAS</p> <p>https://www.serunion.es/prensa/notas-de-prensa/serunion-inaugura-meetropolitan-su-nuevo-concepto-de-restaurante-para</p>	

WEB CORPORATIVA DE SERUNION



ESTRENAMOS
NUEVA WEB
CORPORATIVA DE
SERUNION.

OFRECE
INFORMACIÓN
SOBRE LAS
DIFERENTE ÁREAS
DE ACTIVIDAD Y
LOS SERVICIOS QUE
DESARROLLAMOS.

Este año 2017 hemos renovado la página web corporativa de Serunion.

El nuevo diseño, más moderno y actualizado, consigue que el usuario disfrute de una navegación más interactiva, placentera y completa.

La página amplia y actualiza la información disponible para que nuestros grupos de interés puedan encontrar información útil y conocer detalladamente la actividad de la empresa.

En serunion.es podremos encontrar una descripción de todos nuestros servicios, conocer y suscribirse a nuestras vacantes de empleo, descubrir la historia y la actividad de la empresa, además de contactar con nosotros a través de nuestros formularios y correos de contacto o a través de nuestras redes sociales, vinculadas a la web.

Serunion muestra una actitud de escucha activa, e invitamos a nuestros grupos de opinión a mantener un diálogo abierto por medio de los múltiples canales que abrimos: teléfono, email y redes sociales.

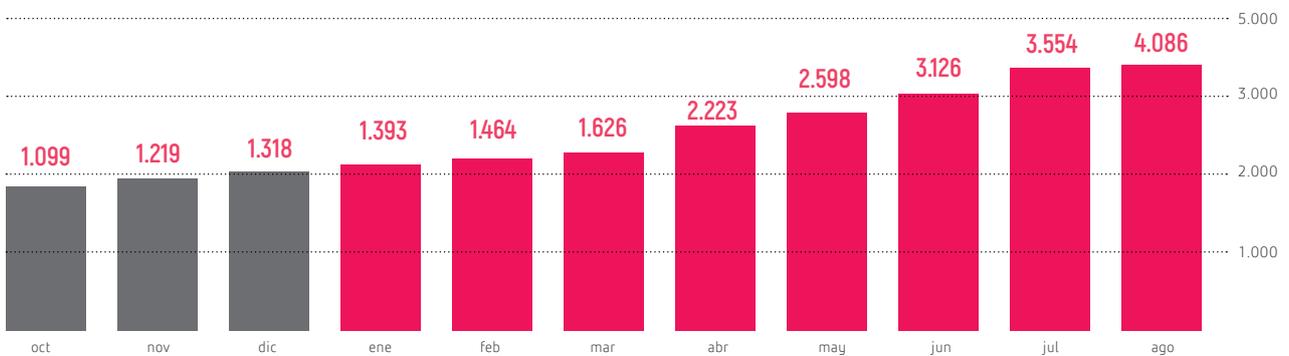
REDES SOCIALES



FACEBOOK
www.facebook.com/serunion

5.735 FANS
 Total a 27/11/2017

EVOLUCIÓN MENSUAL
 del 1/10/2016 al 30/09/2017



PUBLICACIONES

5-8 publicaciones a la semana en 2017

93
 en 2016

175
 de enero a agosto
 de 2017

ALCANCE

Nº de personas a las que se ha mostrado nuestras publicaciones

+133.000
 en 2016

460.000
 de enero a agosto
 de 2017



TWITTER

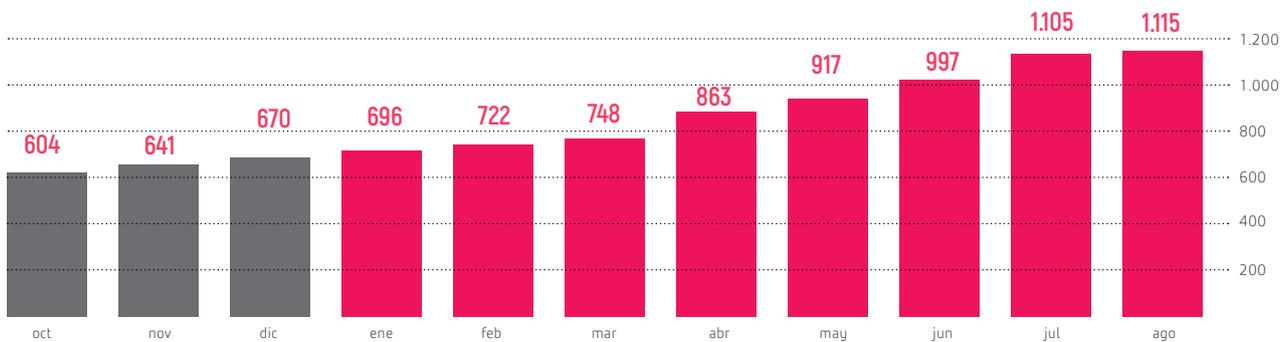
www.twitter.com/serunion

1.632 SEGUIDORES

Total a 27/11/2017

EVOLUCIÓN MENSUAL

del 1/10/2016 al 30/09/2017



TWEETS

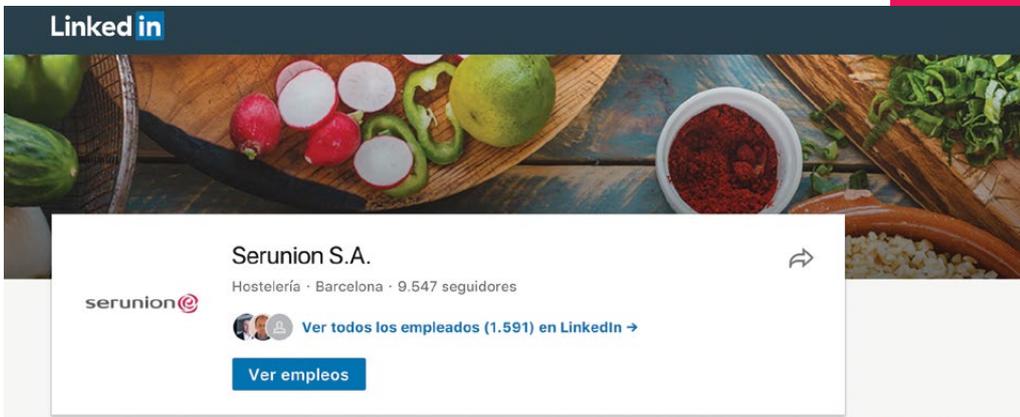
10-12 tweets a la semana en 2017



IMPRESIONES

Nº de veces que los usuarios vieron alguno de nuestros contenidos en Twitter





LINKEDIN

<https://es.linkedin.com/company/serunion-grupo-elior>

9.307 SEGUIDORES

Total a 27/11/2017

EVOLUCIÓN MENSUAL

del 1/10/2016 al 30/09/2017



HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

SERUNION NEWS

Serunion News es la revista digital de Serunion con sus clientes: una herramienta de comunicación para hacerles partícipes de las noticias más relevantes de nuestra actividad que pueden ser de su interés.

La comunicación se orienta al perfil de cada usuario, en función del ámbito empresarial en el que trabaja: Empresas, Sanidad, Social, Educación y Catering de autor.

Por medio de un mensaje de email, el receptor puede visualizar el resumen de la información y solicitar su ampliación. Esta revista digital tiene una periodicidad cuatrimestral, ha tenido una excelente acogida y actualmente nos encontramos en su segunda edición.

Su link de conexión es:

www.serunion.social/newsletter



BLOG: CÓMO LLEVAR UNA VIDA SALUDABLE

El blog “Como llevar una vida saludable” es una herramienta de comunicación con nuestros stakeholders en un entorno digital.

Fuente de contenido destacada de nuestros perfiles en Redes Sociales, en este portal web publicamos artículos con periodicidad semanal. La temática central es la vida saludable y todo lo que esta engloba: alimentación, estilo de vida activo, nuevas tendencias gastronómicas, información nutricional, recetas y consejos. Esta comunicación va en línea con nuestro objetivo de transmitir información fidedigna para que los consumidores puedan hacer elecciones saludables (conforme a nuestra estrategia de RSC).

Su link de conexión es:

www.comollevarunavidasaludable.com



COMUNIDAD #POR EL CLIMA

BLOG: COMUNIDAD POR EL CLIMA

El blog “Comunidad por el clima” es una iniciativa externa que da difusión a las acciones realizadas desde múltiples sectores, con el fin de animar a toda la sociedad para trabajar contra el cambio climático.

Su link de conexión es:

www.porelclima.es/serunion

CONCURSO ONLINE: EL SUPERCHEF DEL COLE

El Superchef del Cole es un concurso de vídeo-recetas para niños y niñas de 3 a 12 años creado para promover los hábitos saludables entre los más pequeños y estimular así su creatividad en el ámbito de la cocina. Este 2018 celebraremos la tercera edición, con nuevos premios y con los personajes creados en la pasada edición, Noa & Max. Dinamizamos y estimulamos la conversación tanto a nivel familiar como en comunidades online en torno a la implicación de los niños en la cocina y la alimentación equilibrada. Como resultado, conseguimos generar un banco de recetas saludables al alcance de los más jóvenes y sus familias.

Su link de conexión es:

www.elsuperchefdelcole.com



CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS



ISO 9001:2008
En calidad



ISO 22000:2005
En seguridad alimentaria



OSHAS 18001:2007
En seguridad laboral



ISO 14001:2004
En impacto medioambiental



Cocinas centrales con producción ecológica (1)



Premio Anta a la cocina central más sostenible



Certificación dieta mediterránea en nuestras cafeterías (2)



Reconocimiento a empresa con valores por parte de CEU Abat Oliba



Distintivo Etiqueta Responsable, por parte de la Asociación +Responsables

(1) En Málaga, Sevilla y Almería
(2) 9 centros en Cataluña

Reconocimientos por la labor de integración social de Serunion.



AYUNTAMIENTO DE BARCELONA.
PROGRAMA LABORA



GENERALITAT DE CATALUÑA

ENTIDADES COLABORADORAS DE APORTACIÓN DE VALOR



PATRONOS DE LA FUNDACIÓN ESPAÑOLA DE NUTRICIÓN

Nuestra incorporación al Patronato obedece a nuestra estrategia de vincularnos con entidades expertas en los diferentes ámbitos de la alimentación para aportar mayor valor a nuestro servicio y garantizar una oferta gastronómica saludable, equilibrada y con el máximo rigor nutricional a nuestros comensales.

La Fundación Española de la Nutrición constituye la máxima autoridad en España en el campo de la nutrición, y canaliza su actividad desde un Patronato, en el que hay tanto miembros pertenecientes al ámbito industrial, como al científico, personas distinguidas de numerosas universidades y sociedades con un objetivo común: la alimentación de los españoles.



FEDEPESCA

Entidad especializada en el ámbito del pescado colaboradora con el MAPAMA.

Nos avala y asesora en los aspectos relativos a este alimento.



FACE

Entidad especializada en la intolerancia al gluten.

Nos aporta asesoramiento y programa de formación para nuestros equipos de cocina y monitores para adecuar la alimentación a los celíacos.



ANEDIA

Entidad especializada en la alimentación escolar para diabéticos. Nos da apoyo en la adaptación de la alimentación a este colectivo.



AEPNAA

Entidad especializada en la gestión de alergias e intolerancias alimentarias.

Nos aporta asesoramiento y formación a nuestros profesionales.



FAIRTRADE

Certificadora de comercio justo.

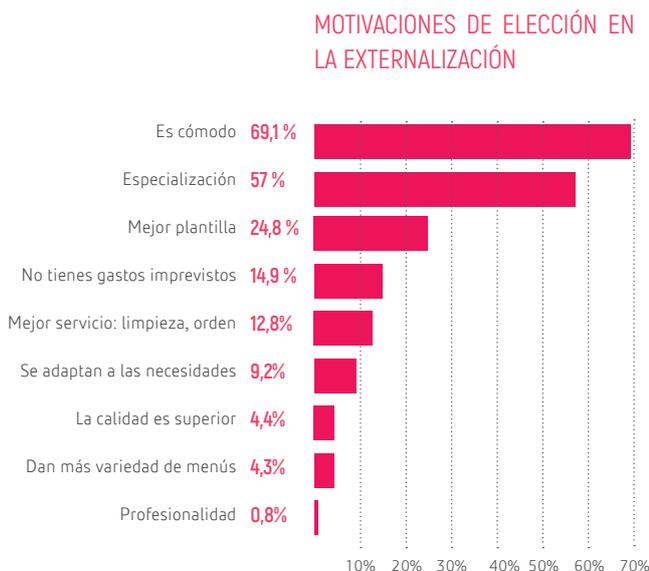
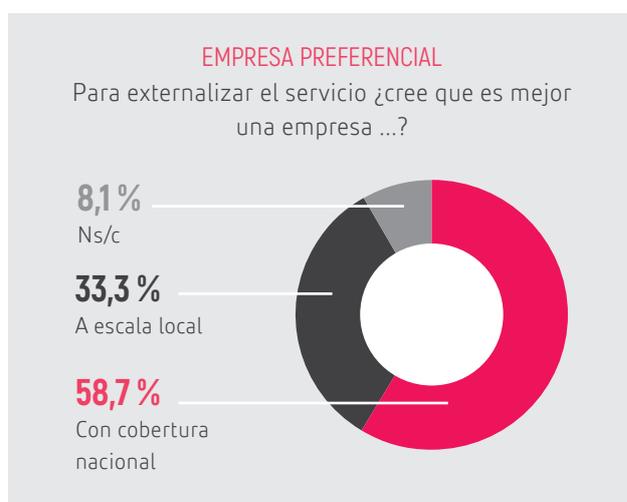
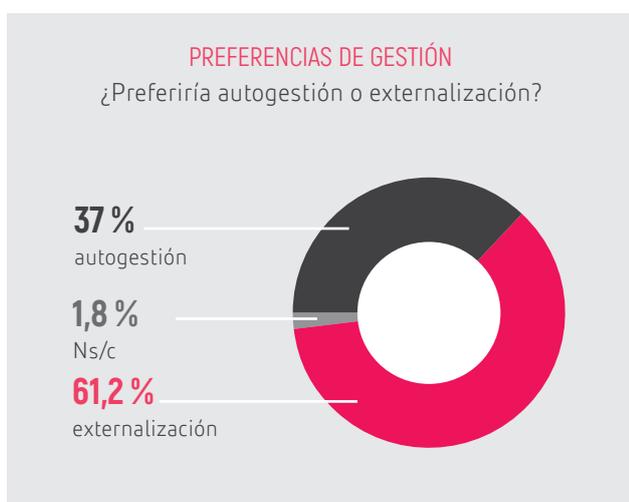
Tenemos un acuerdo de colaboración para impulsar los productos de comercio justo y sensibilizar a la población.



OBSERVATORIO DE MERCADO

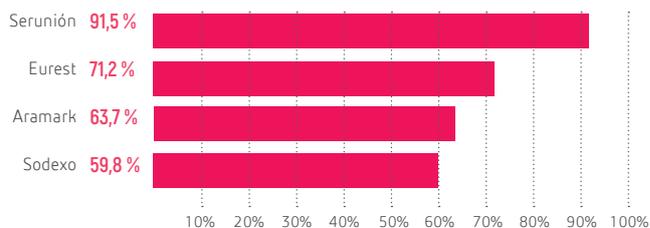
La empresa Investrategia, entidad independiente dedicada a la investigación comercial, realizó el pasado mes de noviembre, un estudio del mercado de la restauración colectiva. Este estudio partía de una encuesta telefónica a 180 entidades contratantes de estos servicios.

EL MERCADO DE LA RESTAURACIÓN COLECTIVA EN ESPAÑA 2016 - 17



PREFERENCIAS DE GESTIÓN

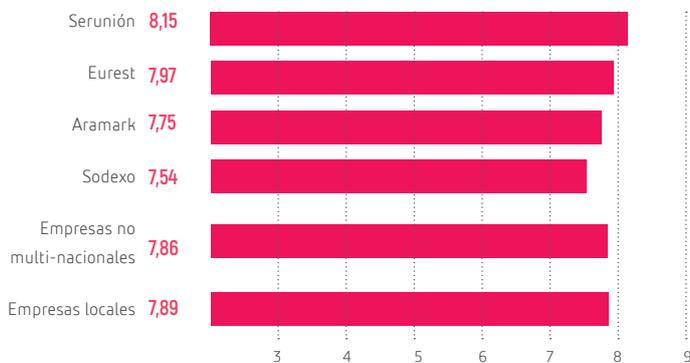
Conocimiento de las empresas de restauración colectiva.



VALORACIÓN DE LAS EMPRESAS

Valoración agregada de las empresas a partir de los siguientes conceptos:

- Calidad de los productos
- Cercanía
- Competitividad en costes
- Liderazgo e innovación
- Profesionalidad del equipo
- Seguridad alimentaria



03

UN SERVICIO A MEDIDA DE CADA CLIENTE

Áreas de actividad	56
Cocinas centrales	59
Nuestras marcas de especialización	61
Conceptos gastronómicos	62
Serunion Educa	63



ÁREAS DE ACTIVIDAD



EDUCACIÓN

Convertimos el comedor escolar en un espacio educativo más, en el que transmitimos a los niños los hábitos y valores relacionados con la salud, la higiene, la convivencia y el medio ambiente.

ALIMENTACIÓN

Una alimentación sana, variada, nutricionalmente equilibrada y con el mejor sabor, que cumple con todas las garantías sanitarias.

“SERUNION EDUCA, LOS PRIMEROS PASOS HACIA UN BUEN HÁBITO”



EMPRESAS

Un concepto gastronómico en equilibrio entre la cocina tradicional y las tendencias más innovadoras del mercado, donde el cliente dispone de un amplio abanico de posibilidades.

El espacio, el ambiente y el confort también juegan un papel clave en la satisfacción final de la experiencia gastronómica.

“EL VERDADERO RESTAURANTE DE EMPRESA: LA VARIEDAD, LA CALIDAD Y EL CUIDADO AL DETALLE A SU DISPOSICIÓN”



 **MAYORES Y SOCIAL**

Adaptamos nuestra cocina a las necesidades específicas de las personas mayores, para que puedan seguir disfrutando a la hora de comer.

“Facil a manger”, una nueva textura en las dietas de fácil masticación, para las personas con problemas de deglución.

Servicio de atención domiciliaria (SAD), llevamos la alimentación a los domicilios de los mayores, con una amplia red de distribución.

“SERUNION MAYORES: LA EXPERIENCIA DEL SABER COMER”



 **SALUD**

Nuestro servicio de restauración a hospitales y centros de asistencia social, hace más firme nuestro compromiso de cuidar a las personas.

Trasladamos el restaurante a la habitación del paciente.

“SERUNION SALUD: COMER BIEN PARA ESTAR MEJOR”



 **VENDING**

Desarrollamos proyectos personalizados y adaptados a cada cliente, apostando por productos de primera calidad y de consumo saludable.

“SERUNION VENDING, 24 HORAS, 365 DÍAS AL AÑO”



 **ESPACIOS Y EVENTOS**

Especializados en servicios de alta gastronomía, exclusivos y de gran calidad. Cocina de autor y amplia experiencia en la gestión y organización de eventos.

“SINGULARIS, CREAMOS EVENTOS ÚNICOS EN ESPACIOS SINGULARES”



GESTIÓN Y COMPRAS

Serunión te ofrece la opción de gestionar tus compras con el objetivo de optimizar los costes asociados al servicio de restauración.

Con precios y calidades previamente establecidos, nuestro servicio de Gestión y Compras permite reducir la carga de trabajo que significa negociar con proveedores, controlar albaranes, verificar cantidades, así como optimizar el control de costes y tesorería, con lo que significa la adquisición a un único proveedor.

Además, los procedimientos de compras establecidos por Serunión sumados al volumen de sus adquisiciones, permiten aplicar a sus clientes, de forma sinérgica, mejores costes unitarios, tanto de producto como logísticos.

Todo ello es posible gracias a la implantación de una herramienta de gestión propia que, desarrollada en base a los usuarios finales, permite una fácil gestión modular de todo el proceso de suministro, gestión económica del cobro y desarrollo de fichas técnicas.

“GESTIÓN Y COMPRAS: LA CENTRALIZACIÓN EN PROVEEDOR ÚNICO”



RESTAURACIÓN A BORDO

La movilidad de las personas es una realidad a la que la restauración también debe adaptarse. Desde Serunión damos respuesta a esta necesidad a través del servicio de restauración a bordo.

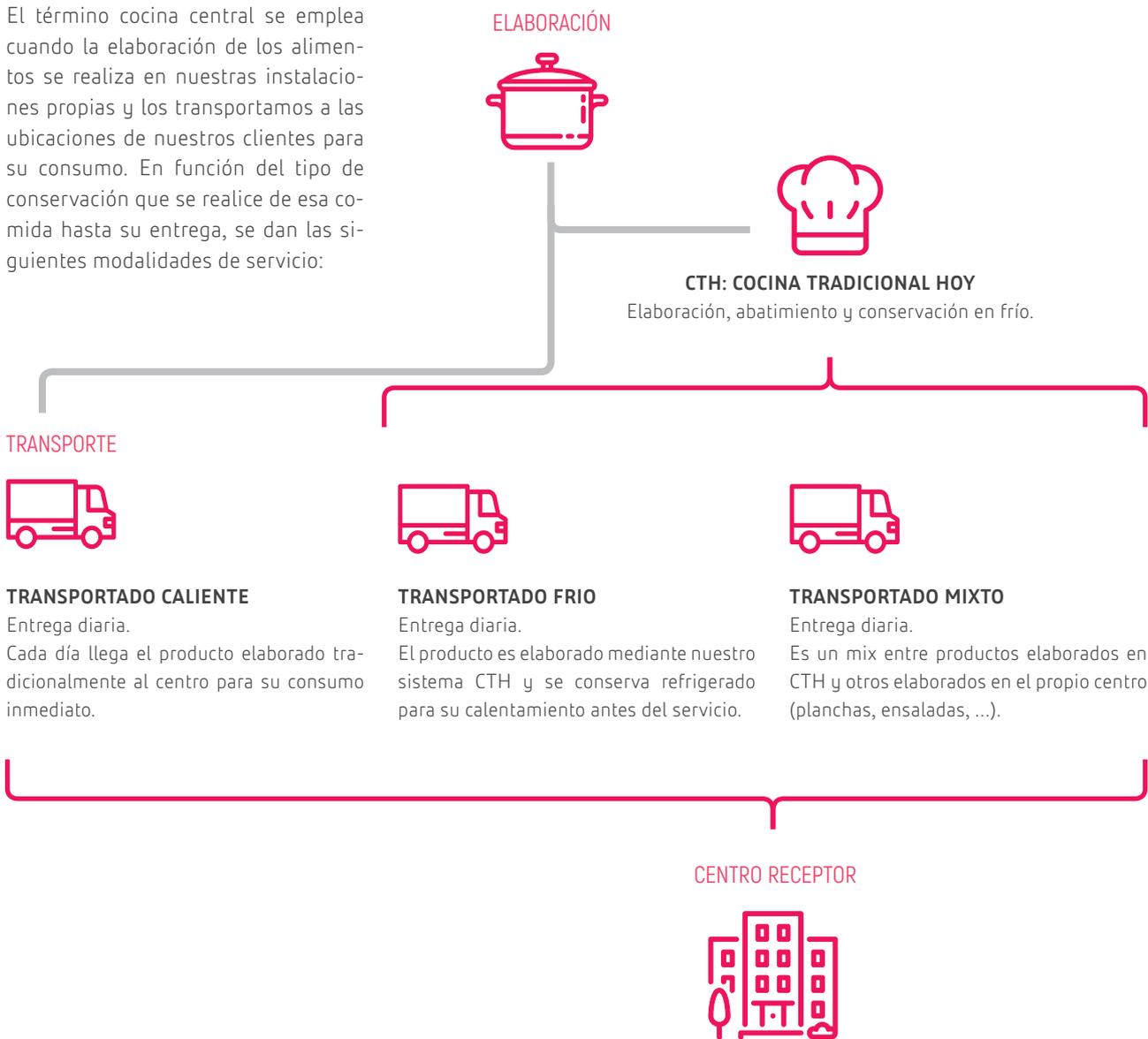
Atendemos y gestionamos el servicio de restauración en trenes de Alta Velocidad Española (AVE), ofreciendo productos frescos, de temporada y que incluyen un guiño a la restauración de cada una de las rutas de Renfe, con una oferta efímera que sorprende a todos los viajeros.

“LA RESTAURACIÓN DE CONFORT PARA EL VIAJERO”



COCINAS CENTRALES

El término cocina central se emplea cuando la elaboración de los alimentos se realiza en nuestras instalaciones propias y los transportamos a las ubicaciones de nuestros clientes para su consumo. En función del tipo de conservación que se realice de esa comida hasta su entrega, se dan las siguientes modalidades de servicio:



Serunion es la empresa líder en España en la elaboración de comidas artesanales en cocinas centrales, con 15 instalaciones repartidas por la geografía española para dar cobertura a todas las comunidades autónomas.

El entorno de las cocinas centrales ha dado un gran salto cualitativo en los últimos años, al igual que en las cocinas domésticas, han surgido equipamientos mucho más avanzados que han permitido profesionalizar y mejorar los procesos de elaboración de comidas sin mermar su calidad ni su tratamiento artesanal.

Esto, unido a la decisión de Serunion de apostar por la sostenibilidad, ha comportado la inversión de la compañía en nuevas cocinas concebidas como proyectos sostenibles, tanto en el aspecto medioambiental como social.

Nos referimos a las cocinas de San Fernando de Henares, Valladolid, Málaga, Sevilla y Almería. Cada una de ellas con un propósito distinto y un funcionamiento único.

COCINA CENTRAL DE SAN FERNANDO DE HENARES:

Reconocimiento público a su sostenibilidad medioambiental y eficiencia

Tecnología de inducción de última generación que permite una reducción del gasto energético y la utilización multi-función para la máxima eficiencia productiva.

Optimización y ergonomía de los espacios. Estación propia de tratamiento de residuos.

Tren de lavado con recuperación del calor generado para proporcionar la refrigeración del local.



COCINA CENTRAL DE VALLADOLID:

Proyecto de inserción social

Otro de los modelos de cocina sostenible de Serunion.

Se basan en su vertiente más social. Se trata del caso de Valladolid, donde Serunion integra de la mano de Fundación Lince Asprona, a discapacitados que desarrollan su carrera profesional obteniendo su estabilidad económica, en el proyecto de su cocina central.



COCINAS CENTRALES DE MÁLAGA, ALMERÍA Y SEVILLA:

Certificación ecológica

Estas cocinas producen 14 platos con certificación ecológica, es decir, con un método de producción basado en sistemas y ciclos naturales, manteniendo la biodiversidad y obteniendo productos de alta calidad sin el empleo de productos químicos de síntesis ni OGM (Organismo Genéticamente Modificado). Las tres instalaciones han recibido la certificación por parte de los organismos competentes.



NUESTRAS MARCAS POR ESPECIALIZACIÓN

EMPRESAS



EDUCACIÓN



MAYORES Y SOCIAL



SANIDAD



CATERING DE AUTOR



VENDING



INFANTIL



CONCEPTOS GASTRONÓMICOS

Serunion, dentro de su política de mejora continua, da a luz nuevas enseñanzas en su afán de transformar la restauración colectiva en una restauración comercial vanguardista y concebida desde la óptica de la experiencia del cliente



Por un lado, la **línea de cafeterías para universidades 'U'** cuyos primeros centros se ubican en las distintas sedes de la Universidad San Pablo CEU en Madrid, Valencia, Castellón y Barcelona. Se trata de un formato de espacio muy pensado para la Generación Y, incluyendo su **corner "Bites"** con bebidas frías y calientes, snacks, bocadillos; una zona de buffet de ensaladas para que cada comensal pueda configurarse la ensalada a su gusto, un burger corner, con hamburguesas y productos a la plancha y una completa oferta de atractivos productos de take away.



Por otro lado, y bajo la denominación **"L'atelier"** hemos iniciado un concepto de restaurante más tradicional, con menú diario y en algún caso servicio a mesa.



A continuación le ha seguido **"Meetropolitan"**, el nuevo concepto de restaurante de empresa que ha empezado a operar en Sant Cugat del Vallés (Barcelona) y que incluye una oferta dividida en **córnens** temáticos con propuestas gastronómicas cosmopolitas, como street food, veggie spot, fish dock, take away, etc, junto a un innovador diseño de interiorismo.



Por último, en la división de Sanidad, se ha consolidado su liderazgo con la nueva línea de cafeterías **'Daily Break'**, un concepto propio creado por y para el visitante hospitalario, con su primer lanzamiento en el Hospital Universitario San Juan de Alicante y con una decena de centros en cola. La nueva enseña 'Daily Break' de Serunion ha nacido con el objetivo de crear espacios orientados al bienestar de los usuarios -para romper con el ambiente hospitalario en términos de servicio, producto e imagen-, una estética cuidada al detalle y una oferta gastro-

nómica basada en la alimentación saludable. La intención del grupo es expandir este modelo a centros públicos y privados de toda España, con acceso directo desde el exterior del hospital para que estén abiertas al público en general. Gracias a este nuevo modelo gastronómico los usuarios experimentan un distanciamiento con el centro hospitalario, disfrutando de un mayor descanso físico y emocional.

SERUNION EDUCA



SERUNION EDUCA,

es “la niña de nuestros ojos”, la división dedicada a la alimentación en edad escolar, desde infantil hasta la universidad. Actualmente es la división que alberga un mayor número de centros, unos 2.000 en toda España y a la que dedicamos un mayor número de recursos por el carácter educativo que comporta.



Los comedores escolares han ido variando su funcionalidad a lo largo de estos últimos veinte años, empezando por ser un sustitutivo del comedor familiar para aquellos niños y niñas que no podían comer en sus casas, a ser un espacio lúdico-educativo complementario al colegio donde se desarrolla un completo programa de desarrollo en valores como la Salud, la Sostenibilidad, la Convivencia y la Cultura, de una manera divertida y de la mano de profesionales con formación acreditada.

El comedor del colegio es un espacio que cobra vida por sí mismo, los niños y niñas se alimentan de una manera saludable, variada y completa, disfrutan de su tiempo de ocio, afianzan las relaciones con los compañeros, se acostumbran a comer de todo y realizan un sinfín de actividades.

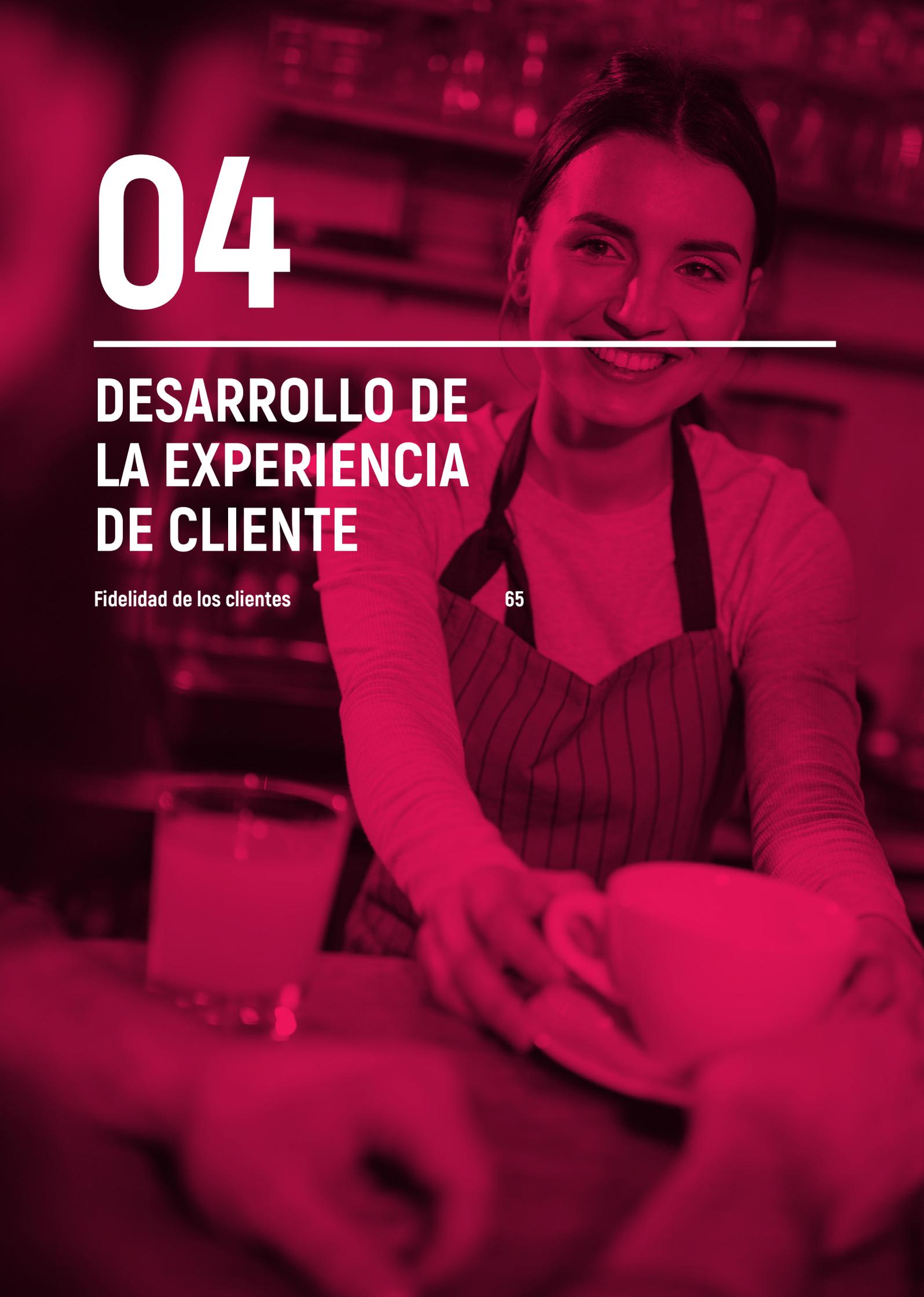


04

DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE

Fidelidad de los clientes

65



FIDELIDAD DE LOS CLIENTES



La fidelidad de nuestros clientes está basada en su experiencia con nosotros. Por ello diseñamos una metodología de servicio basado en el conocimiento previo del cliente, sus motivaciones y puntos críticos, sus preferencias, los valores singulares y la personalización del servicio.

Esto es Serunion, un servicio diseñado con nuestros clientes para poder ser exclusivo.

EXPERIENCIA

EMOCIÓN

VALORACIÓN

CONTINUIDAD



"La gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero nunca olvidará como les hiciste sentir"

MAYA ANGELOU (1928-2014)
Autora, poeta, bailarina, actriz y cantante.
EEUU

APORTAMOS ESTABILIDAD EMPRESARIAL DENTRO DE UN PROCESO DE MEJORA CONTINUA



NUESTRA CADENA DE VALOR

Estos son los atributos vinculados a SERUNION que toman mayor protagonismo en cada servicio en función del briefing del cliente y de sus demandas iniciales.

Estos atributos se trasladan a toda la cadena de valor y definen la experiencia del consumidor.

- INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN
- INCLUSIÓN
- SALUD
- TENDENCIAS
- SOSTENIBILIDAD
- LIDERAZGO

CEM – CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

Configura nuestra estrategia de compañía.

- El cliente es el CENTRO en nuestra toma de decisiones.
- El servicio se diseña desde su conocimiento e implicación.
- Definimos la experiencia a partir de los atributos vinculados.
- Buscamos el impacto emocional positivo.
- Aportamos estabilidad empresarial dentro de un proceso de Mejora Continua.

VALORACIÓN DE NUESTROS CLIENTES

Estos son los atributos vinculados a SERUNION que toman mayor o protagonismo en cada servicio en función del briefing del cliente y de sus demandas iniciales.

Estos atributos se trasladan a toda la cadena de valor y definen la experiencia del consumidor.

Los KPIs vinculados a nuestra Política Integral de Calidad incluyen la valoración general de nuestros clientes, entendidos como entidades contratantes (B2B), y como comensales-clientes (B2C).

Para ello solicitamos una evaluación anual, Business to Business y Business to Consumer.

Los resultados generales son:

a) VALORACIÓN B2B (BUSINESS TO BUSINESS)



Este dato es el resultante de la encuesta de seguimiento realizada a 1.480 centros de las divisiones de Educación, Sociosanitaria y B&I.

Las valoraciones medias obtenidas en cada una de las preguntas son las siguientes.

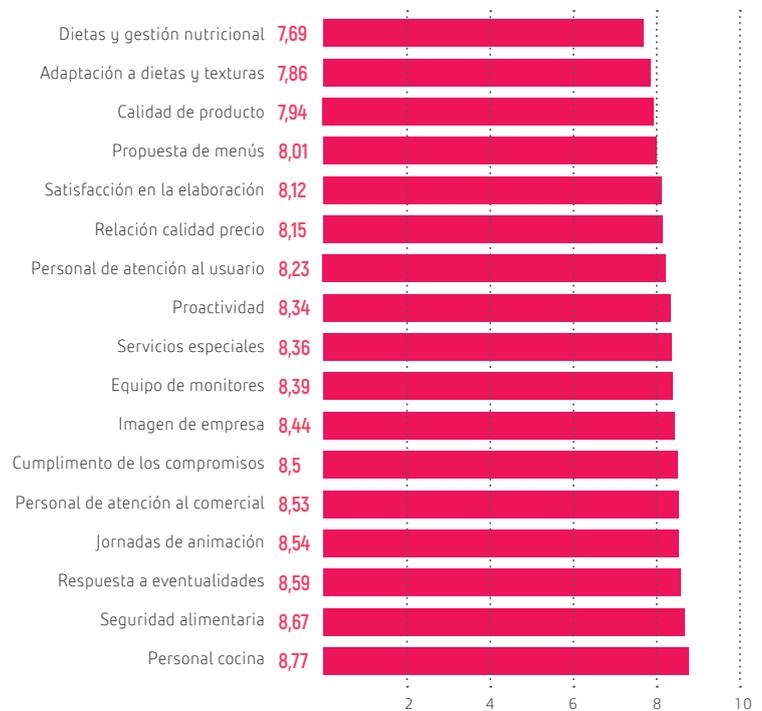
b) VALORACIÓN B2C (BUSINESS TO CONSUMER)



Las modalidades de encuesta a comensal se adaptan a las necesidades y requerimientos en cada cliente, desde múltiples soportes:

- Registro en papel y tabulación por empresa externa.
- Electrónica vía URL (remota) o en Tablet (encuesta asistida).
- A través de dispositivo quiosco.
- Vinculada a la APP con cuadro de mandos.

Valoración de diferentes elementos del servicio por parte de nuestros clientes:



Las valoraciones medias por mercado han sido las siguientes:

SEGMENTO	USUARIOS ENCUESTADOS	VALORACIÓN MEDIA
SANIDAD Y SOCIAL	1397	7,21
EMPRESA	974	7,00
EDUCACIÓN	1937	7,78

Total de usuarios encuestados
4.308

05

PROSPERIDAD DE PERSONAS Y COMUNIDADES

Equipo Serunion	69
Programa de retención del talento	70
Formación como valor diferencial	72
Política de integración	74
Política de igualdad de oportunidades y conciliación	78

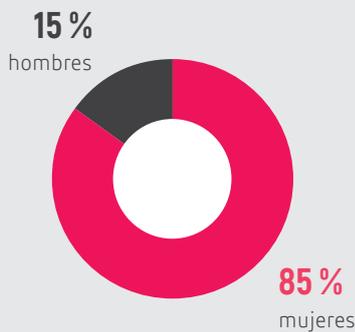
EQUIPO SERUNION

Las personas son el activo más valioso de nuestra compañía.

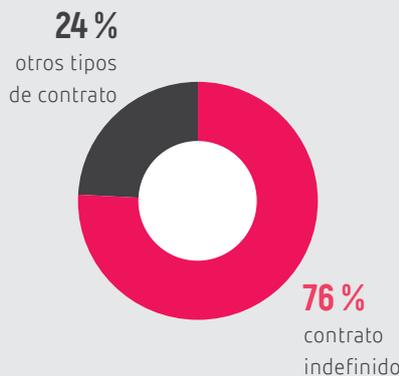
- Garantizamos la seguridad laboral, certificada con la Norma OSHAS 18001.
- Trabajamos para conseguir mejorar el bienestar de nuestros trabajadores.
- Apoyamos la estabilidad laboral generando el mejor ambiente de trabajo.
- Fomentamos la formación continua y el desarrollo profesional (Programa Elixir Talents).
- Practicamos una Política de Igualdad de Género (Plan de Igualdad de Serunion).
- Promovemos la conciliación de la vida laboral y familiar.
- Sensibilizamos y concienciamos a nuestros trabajadores en materia de Responsabilidad Corporativa.

Actualmente el grupo Serunion cuenta con una plantilla de cerca de 20.000 trabajadores que dan servicio a nivel nacional, en las diferentes áreas de actividad. Un equipo de profesionales preparados, comprometidos y dispuestos, capaces de escuchar y anticiparse a las necesidades de nuestros clientes. Esto hace de Serunion una empresa de confianza.

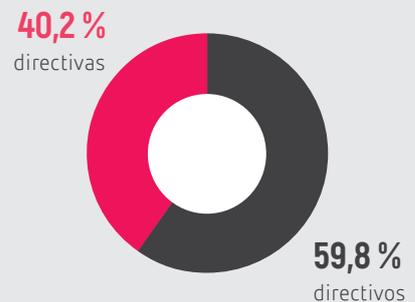
La plantilla es mayoritariamente femenina, representado este género el 85% del total de trabajadores.



En cuanto a la contratación, el 76% de los trabajadores disponen de un contrato de trabajo indefinido, con una antigüedad media de 8,6 años en la compañía.



Por lo que respecta a los puestos directivos, la balanza entre hombres y mujeres actúa de manera diferente, representando los hombres un 59,8% de los puestos y un 40,2% las mujeres.



En cualquier caso la política retributiva viene pautada por el convenio de aplicación correspondiente a las colectividades y en función de la escala laboral, la jornada y la política de incentivos.

PROGRAMA DE RETENCIÓN DEL TALENTO

“Como política de grupo se persigue la promoción interna: en el Plan Estrategia hasta el 2025 se establece el objetivo de conseguir que el 70% de los directivos del grupo provengan de escalas profesionales inferiores dentro de la misma entidad.”

LA ESTABILIDAD DE LOS COLABORADORES

Punto fundamental en un negocio donde no existen tecnologías y donde el servicio está basado en las personas. En Serunion estamos impregnados de una cultura que deja trabajar con autonomía a aquellos perfiles que se sienten cómodos en este entorno. Capacidad de decisión, compromiso y alto grado de pertenencia son valores que hemos desarrollado y que nos han dado la estabilidad necesaria para llevar un rumbo claro.

Esta estabilidad ha integrado perfiles profesionales diferentes que comparten un mismo estilo: desde el Presidente al Comité de Dirección y al resto de equipo directivo, todos responsables de las incorporaciones.

También es importante destacar un principio básico que fortalece estos valores, la promoción interna: la ma-

yoría de directivos y mandos intermedios se han promocionado. Existe una fuerte cultura en todos los departamentos de apostar siempre por personas “de la casa”, sin ser exclusivo porque toda empresa en crecimiento debe incorporar profesionales externos, que aporten la frescura que toda organización necesita.

Como política de grupo se persigue la promoción interna: en el 2025 un 70% de los directivos del grupo provendrán de escalas profesionales inferiores dentro de la misma entidad.

El talento es una cualidad ligada a las personas, independientemente de su cargo o función. Por eso en Serunion establecemos una metodología de supervisión muy cercana de los equipos para conocer bien a las personas que los componen, valorarlas y analizar sus puntos de mejora.





Anualmente se lleva a cabo la **evaluación profesional**, para los mandos técnicos, intermedios y de dirección, siguiendo los criterios de Elior Group, mediante entrevistas de desempeño, siguiendo una estructura pautada, en las que se valora, entre otros, los aspectos favorables del año, los aspectos adversos, competencias técnicas del lugar de trabajo, si se saben llevar a cabo o no, competencias comportamentales, curiosidad intelectual, compromiso o influencia. La persona empleada, realiza primero la autoevaluación, que después es comentada con su superior directo, añadiendo si se tiene proyecto profesional, una trayectoria profesional, necesidades de formación y si se tiene movilidad geográfica. Finalizada esta fase, el superior directo realiza la valoración final. La información extraída, tanto de la autoevaluación, como de la entrevista de desempeño, es introducida en la plataforma informática del grupo, **Elior Talent**, a fin de que el departamento de RRHH, junto con cada director, evalúen las posibilidades de promoción interna, de movilidad, así como el riesgo de rotación del personal, diseñando un mapa de talento.

Para el sistema de **definición de las competencias profesionales**, existe una base de datos, del Departamento de RRHH, junto con el Departamento de Calidad, donde se describen los puestos de trabajo.

Se ha iniciado un proceso anual de **encuesta de clima laboral**, incluyendo a todos los mandos intermedios y superiores, una muestra representativa del cuerpo técnico, así como parte del personal propio de cocina. La encuesta evaluaba múltiples aspectos, como los estilos de mando de los superiores, las condiciones laborales o los beneficios sociales. Los resultados han permitido establecer áreas de mejora, aunque a nivel general han resultado muy satisfactorios.

"El talento es una cualidad ligada a las personas, independientemente de su cargo o función"

UN 95% DE LOS TRABAJADORES QUE PARTICIPARON EN LA ENCUESTA LABORAL DECLARARON ESTAR SATISFECHOS

FORMACIÓN COMO VALOR DIFERENCIAL

PROGRAMA DE FORMACIÓN AD HOC

En Serunion sabemos que a través de la formación nuestros trabajadores y los equipos de nuestros clientes pueden adquirir los conocimientos y la motivación necesaria para ofrecer un servicio que satisfaga a nuestros clientes y consumidores.

Queremos desarrollar nuevas áreas del conocimiento con rigor para que

nuestros equipos crezcan profesionalmente. Nuestro programa de formación proporciona las habilidades y competencias necesarias para prestar un servicio de calidad.

Nos mueve la innovación por ello contratamos la colaboración en la formación a instituciones reconocidas.

POLÍTICA DE FORMACIÓN CONTINUA

Nuestro patrimonio está en el talento de los profesionales que integran Serunion y que cada día ofrecen el mejor servicio posible.

Nuestra política de Formación se crea para acompañar las orientaciones estratégicas de la Compañía y dar a cada trabajador los medios para integrarse, desarrollar sus competencias, adaptarse a la evolución de sus responsabi-

lidades y mejorar y validar sus aprendizajes profesionales.

La formación es la herramienta que se utiliza para incrementar el patrimonio y asegurar la consolidación, puesta en práctica y transmisión sistemática del saber, saber hacer y saberes comunes en la Compañía. La Formación no solo deposita conocimiento, si no que, lo más importante, moviliza a las personas.

Serunion, a través de su Departamento de Formación, integra el factor humano con los proyectos de Elior Group y facilita la adaptación de sus profesionales a los retos estratégicos del Grupo:

- Apoya, mediante un plan de Formación estructurado, la labor de nuestros Jefes de Área y Responsables de Centro, de manera que puedan disponer de personal capacitado en todo momento.
- Utilizando la metodología pedagógica más adecuada, para dar una respuesta más eficaz y eficiente que asegure la satisfacción de nuestros colaboradores, del cliente y del consumidor.
- Contribuyendo al buen clima laboral, mediante la satisfacción derivada de una formación reconocida de calidad excelente para toda la organización.
- El Departamento de Formación se encuadra dentro del Área de Recursos Humanos y su misión principal es el desarrollo de las personas.



El plan de formación se inicia desde la bienvenida al trabajador al que se facilitan unas normas básicas sobre los siguientes contenidos:

1. NUTRICIÓN
2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
3. SEGURIDAD ALIMENTARIA
4. REDUCCIÓN DE IMPACTOS MEDIO AMBIENTALES

Asimismo, toda esta información se encuentra en el portal del empleado, al cual puede acceder toda la plantilla a partir de su correo electrónico y donde también encuentra la información relativa a su contrato y nóminas.

Anualmente se diseña un plan de formación anual, presencial y online, en base a la detección de necesidades detectadas en las evaluaciones de desempeño, el cual se hace disponible en la intranet, y se envía a todos los mandos intermedios y sindicatos. Cada departamento y dirección regional, dispone, además, de una parte del presupuesto, para formación adicional. Respecto al personal en situación de subrogación, se parte de la formación básica necesaria y se realiza un seguimiento.

La formación versa sobre los siguientes aspectos:

- Alergias e intolerancias alimentarias en cada actividad.
- Nutrición y dietética
- Manipulación de alimentos
- Prevención de riesgos laborales PRL específica puesto de trabajo
- Monitor de comedor escolar
- Coordinación de comedor escolar
- Monitor de educación especial
- Monitor de soporte de 0 a 3 años

Disponemos de un Acuerdo con IESE Business School para formación ejecutiva de Directivos y hemos iniciado la 6ª Edición del Programa de Desarrollo para Jefes de Área con EADA Business School, así como Programas de Coaching.

Este año hemos iniciado la colaboración con BASQUE CULINARY CENTER para realizar la formación de base a nuestros principales chefs, lo que ha generado una gran mejora en nuestro servicio a los comensales.

LA FORMACIÓN REALIZADA DURANTE EL AÑO 2016-17 ES LA SIGUIENTE:



POLÍTICA DE INTEGRACIÓN

La integración laboral de las personas con discapacidad es una de las principales vías para fomentar su inserción social y avanzar en el compromiso de respeto a los derechos humanos.

“Nuestro principal activo son las personas que trabajan en los centros ofreciendo atención a los clientes; por tanto, es una obligación emplear a todos los colectivos y ofrecerles oportunidades. Este hecho es valorado muy positivamente por los clientes y crea alianzas muy positivas”

afirma Alberto Navarro, director de Recursos Humanos del grupo de restauración colectiva Serunion.

La organización tiene el objetivo de contratar personas con discapacidad para cubrir la cuota de reserva del 2% sobre la plantilla, no obstante debido a las subrogaciones laborales obligatorias en nuestro convenio de aplicación y a plantillas con reducción de jornadas, el cumplimiento de la legislación es complejo, razón por la que solicitamos la excepcionalidad a la contratación, supliendo el diferencial del importe de la contratación de los empleados discapacitados con donaciones a fundaciones y contratando bienes o servicios a Centros Especiales de Empleo que emplean a personas con discapacidad.

El proceso de inclusión es complejo y precisa de una estructura bien planificada.

FASES DEL PROCESO DE INCLUSIÓN LABORAL

0. PREPARACIÓN PREVIA

Esta fase consiste en la preparación de las personas con discapacidad para la vida Independiente, de manera que estén listas para incorporarse a la vida laboral. Esto supone un esfuerzo por parte de las propias personas con discapacidad, sus familias, su escuela y su entorno comunitario.

Una vez preparadas, gracias al apoyo de organizaciones de la sociedad civil e instituciones educativas gubernamentales o privadas, las personas con discapacidad podrán realizar una búsqueda de trabajo personalizado. Así se asegura un puesto de trabajo adecuado para cada persona.



1. SENSIBILIZACIÓN

En este proceso, los directores de la empresa se abren al tema de la inclusión, reconocen el derecho al trabajo de las personas con discapacidad y promueven internamente cubrir vacantes con éstas personas, ya que la responsabilidad de la empresa en el proceso de inclusión laboral debe gestarse en sus niveles más altos, no sólo en los criterios de compromiso social, sino en toda su implementación.

Mediante comunicaciones y talleres se realiza el proceso de sensibilización y capacitación para el personal, esencialmente de recursos humanos, en el que éstos se abren y se capacitan para entrevistar a personas con discapacidad, valorando sus habilidades y capacidades para un buen desempeño en el nuevo puesto.

En esta fase se debe utilizar el asesoramiento de instituciones con conocimiento y experiencia para realizar un diagnóstico sobre la accesibilidad del espacio y tomar en cuenta los ajustes razonables que deben realizarse para contar con un espacio adecuado.

2 RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

Una vez sensibilizadas las personas que intervienen en este programa y comprometidos con su realización, se abren todos los puestos de trabajo de la empresa a la inclusión de personas con discapacidad evaluando las habilidades requeridas para cada uno.

El proceso de reclutamiento y selección de personas con discapacidad debe ser visto de la misma forma que para el resto de los empleados, y se inicia con la necesidad de cubrir una vacante.

3. CONTRATACIÓN

Las personas con discapacidad tienen derecho a contar con las mismas prestaciones de ley y sueldo que cualquier otro empleado. El proceso de contratación de personas con discapacidad es el mismo para todos desde el punto de vista legal, ya que todos estamos regidos por la misma ley laboral.

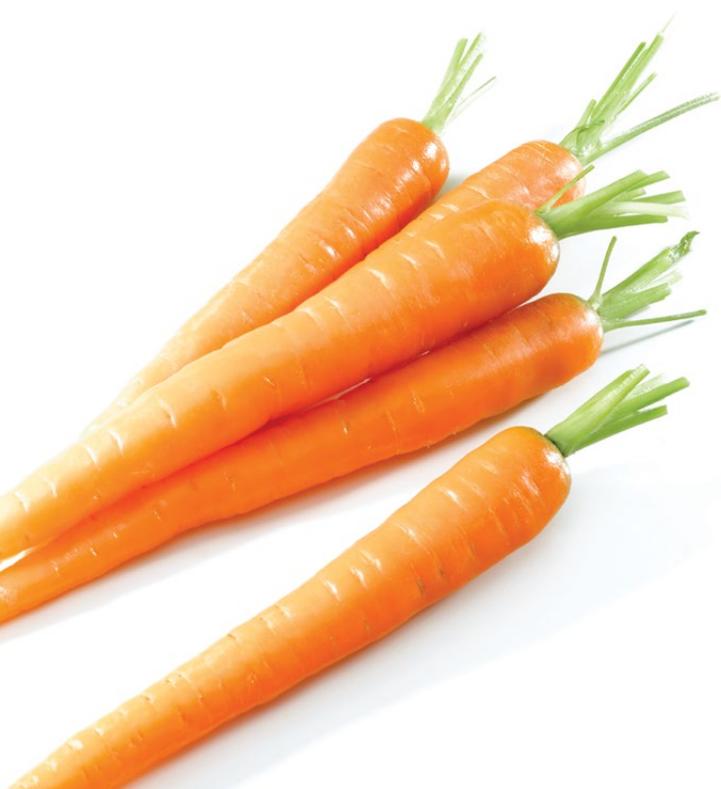


4. AUTONOMÍA

En esta etapa la empresa ya cuenta con las herramientas necesarias para ser incluyente.

5. RETENCIÓN

El programa de retención y mejoramiento de los recursos humanos de la empresa deberá ser incluyente y por tanto aplicarse en igualdad de condiciones a las personas con discapacidad.



Serunion se ha adherido desde octubre del 2016 al Programa Incorpora de La Caixa, a fin de contratar a personas en riesgo de exclusión social, como personas con discapacidad, personas en desempleo de larga duración o exreclusos, entre otros.

Las entidades sociales y organizaciones sin ánimo de lucro que colaboran en el Programa Incorpora reciben las propuestas de los distintos puestos de trabajo que ofrecen las cocinas centrales y centros de trabajo de Serunion en España, para concertar entrevistas personales y, en una fase posterior,

contratar las personas que encajan con los perfiles solicitados. Los técnicos del programa presentan servicios de asesoramiento y de apoyo a la adaptación al puesto de trabajo.

Adicionalmente, Serunion dispone de acuerdos locales con entidades que trabajan su territorio de manera exclusiva. Cada una de ellas está especializada en ámbitos específicos de ayuda social y gestionamos la colaboración desde la Dirección territorial de cada delegación.

En concreto son las siguientes:

PROGRAMA INCORPORA DE LA CAIXA

Serunion y la Obra Social “la Caixa” firmaron en septiembre de 2016 un convenio de adhesión al Programa Incorpora, un proyecto de intermediación laboral diseñado para asegurar el éxito en la integración laboral de colectivos en riesgo de exclusión social, desde la selección hasta la completa integración en el puesto de trabajo. Así, las entidades sociales y organizaciones sin ánimo de lucro que colaboran en el Programa Incorpora reciben las propuestas de los distintos puestos de trabajo que ofrecen las cocinas centrales y centros de trabajo de Serunion en España, para concertar entrevistas personales y, en una fase posterior, contratar las personas que encajan con los perfiles solicitados

FUNDACIÓN PREVENT

Fundación Privada Prevent es una entidad sin ánimo de lucro, privada e independiente, que tiene como objetivo promover y contribuir a la inserción social y laboral de las personas con discapacidad, y fomentar la cultura preventiva en la empresa, mediante una mayor concienciación social que garantice entornos laborales más seguros y empresas más responsables. Con esta finalidad, Fundación Prevent cuenta con tres áreas especializadas que trabajan de forma coordinada:

- Inclusión social y laboral de personas con discapacidad
- Prevención de riesgos laborales
- Fomento del deporte adaptado



Nº de empleados en situación de discapacidad que han sido empleados en el transcurso del último ejercicio (16-17)

FUNDACIÓN JOIA – APUNTS

Apunts es la empresa de economía social de Fundació Joia dedicada a las artes gráficas y a la mensajería, a través de su cadena de valor social y bajo los parámetros de las responsabilidad social empresarial.

Apunts nos aporta, entre otros servicios:

- Cartelería de los centros
- Documentación del sistema de autocontrol de los centros (APPCC)
- Soporte de papelería para el uso interno
- Campañas de promoción

AFANIAS

Entidad que integra personas con discapacidad intelectual en el ámbito de la hostelería. Desde Serunion colaboramos con Afanias aportando nuestro know how a varios de sus proyectos de restauración colectiva y dando oportunidades laborales a personas seleccionadas en la organización.

FUNDACIÓN DOWN

Tenemos un acuerdo vigente con Down España con el objetivo de trabajar para la inclusión de las personas con síndrome de Down en todos los ámbitos de su vida y velar por el cumplimiento de la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad en España.

FUNDACIÓN AURA

Con Aura hemos trabajado un caso de éxito referente a la inclusión laboral de personas con discapacidad intelectual en la división de empresas. Su misión es la de ayudar a mejorar la calidad de vida de personas con discapacidad intelectual mediante la inclusión social y laboral, siguiendo la metodología del “Empleo con Apoyo”.

FUNDACIÓN PINARDI

Lidera el proyecto de “Primera Experiencia Profesional” para jóvenes que necesitan una primera oportunidad en un entorno laboral real. Los jóvenes y adultos desempleados y sin cualificación realizan prácticas en nuestros centros de trabajo para poder acceder a ofertas de trabajo.

ESPACIO DE IGUALDAD DULCE CHACÓN

Atención para mujeres en asesoramiento y orientación jurídica, apoyo y atención psicológica. Apoyo y atención psicológica. También cuentan con orientación laboral, profesional y educativa; orientación afectivo sexual. Trabajan para el colectivo de mujeres en riesgo de exclusión social.

FUNDACIÓN CARMEN PARDO-VALCÁRCEL

Entidad con la que colaboramos para la integración de personas con discapacidad intelectual.

**FORMACIÓ I TREBALL**

Entidad del ámbito de Cataluña, promovida por Cáritas Diocesana de Barcelona, con actividades para favorecer la formación e inserción laboral de personas en situación de exclusión social. Con ellos desarrollamos actividades de intercambio de opiniones entre empresa y fundación para encontrar puntos de colaboración y ser más efectivos en la adecuación laboral.



POLÍTICA DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y CONCILIACIÓN



La Dirección de Serunion reconoce como objetivo estratégico el desarrollo de relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades, la no discriminación y el respeto a la diversidad.

En particular, considera que la igualdad entre hombres y mujeres forma parte de los valores esenciales de la organización, así como la igualdad entre las personas que conforman todos los colectivos de empleados de la compañía, eliminando cualquier situación de discriminación por cualquier causa, discapacidad, género, edad, raza, ideologías políticas o religiosas o cualquier otra característica personal, social o laboral.

FINALIDAD

La finalidad de esta Política de igualdad de oportunidades y conciliación es lograr un entorno favorable que facilite la conciliación de la vida personal y laboral de los profesionales de la Sociedad y de las demás sociedades pertenecientes al grupo cuya entidad dominante es, en el sentido establecido por la ley, la Sociedad (el “Grupo”), y, en particular, la igualdad efectiva entre diversos colectivos de personas empleadas, todo ello respetando la legislación vigente.

PRINCIPIOS BÁSICOS DE ACTUACIÓN

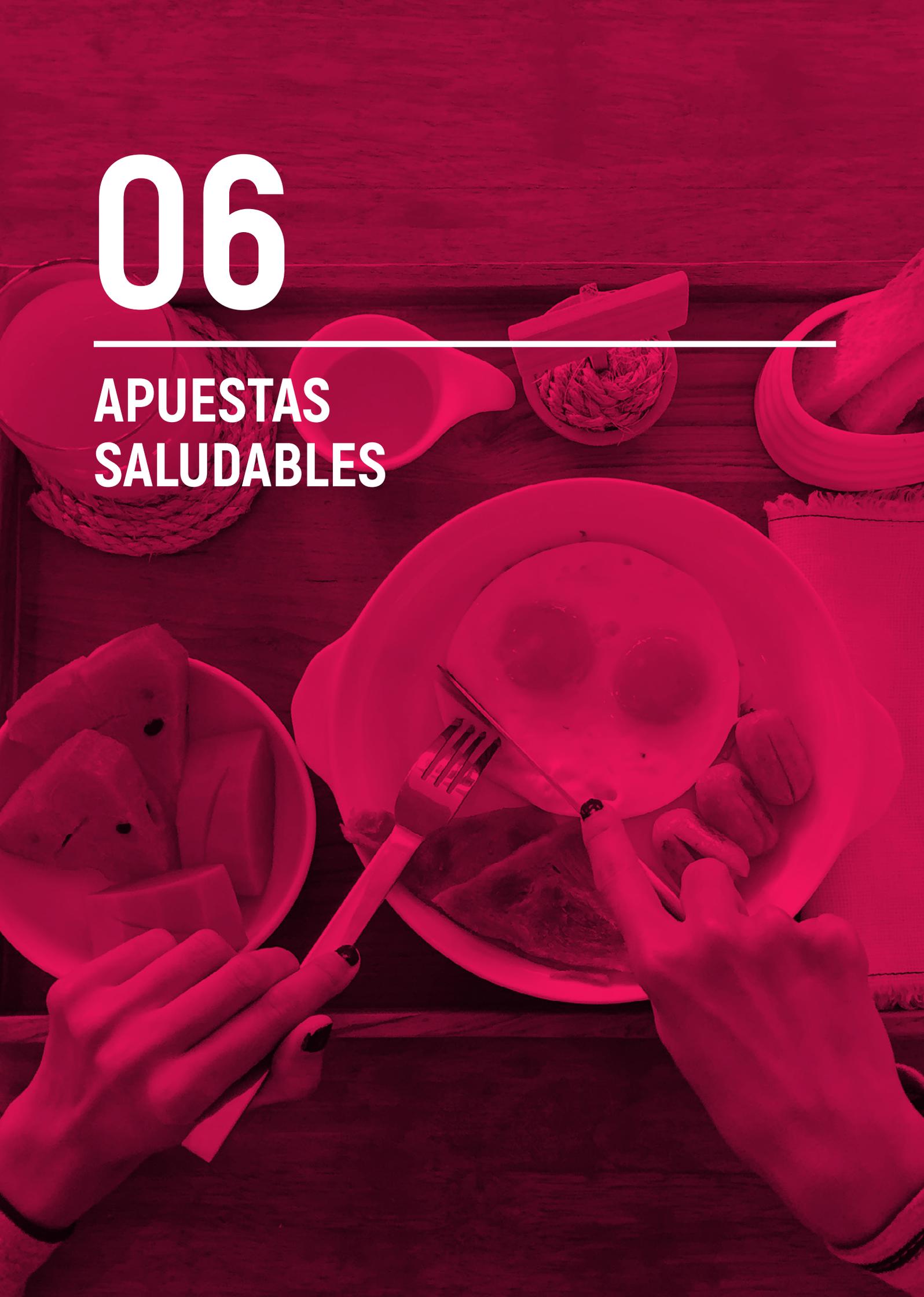
Para lograr la consecución de dichos objetivos, el Grupo asume y promueve los siguientes principios básicos de actuación:

1. Garantizar la calidad del empleo, fomentando el mantenimiento de puestos de trabajo estables y de calidad, con contenidos ocupacionales que garanticen una mejora continua de las aptitudes y competencias de los profesionales.
2. Respetar la diversidad, promoviendo la no discriminación por razón de raza, color, edad, sexo, estado civil, ideología, opiniones políticas, nacionalidad, religión, orientación sexual o cualquier otra condición personal, física o social entre sus profesionales.
3. Desarrollar el principio de igualdad de oportunidades. Este principio, cuyo cumplimiento constituye uno de los pilares esenciales del desarrollo profesional, conlleva el compromiso de practicar y demostrar un trato equitativo que impulse la progresión personal y profesional del equipo humano del Grupo en los siguientes ámbitos:
 - Promoción, desarrollo profesional y compensación: valorar aquellos conocimientos y habilidades necesarios para realizar el trabajo, a través de la evaluación de objetivos y desempeño.
 - Contratación: no establecer diferencias salariales por razón de condiciones personales, físicas o sociales como el sexo, la raza, el estado civil o la ideología, las opiniones políticas, la nacionalidad, la religión o cualquier otra condición personal, física o social.
 - Reclutamiento y selección: elegir a los mejores profesionales por medio de una selección basada en el mérito y las capacidades de los candidatos.
 - Formación: asegurar la formación y el entrenamiento de cada profesional en los conocimientos y habilidades que se requieren para el adecuado desarrollo de su trabajo.
 - Apoyo a los trabajadores con capacidades diferentes, promoviendo su ocupación efectiva.
 - Impulso de una comunicación transparente, alentando la innovación y concediendo la autonomía necesaria al profesional en el ejercicio de sus funciones.
4. Promover la igualdad efectiva entre mujeres y hombres dentro del Grupo en lo que se refiere al acceso al empleo, a la formación, a la promoción profesional y a las condiciones de trabajo, fomentando la diversidad de género como manifestación de la realidad social y cultural e) Implantar medidas de conciliación que favorezcan el respeto de la vida personal y familiar de sus profesionales y faciliten el mejor equilibrio entre esta y las responsabilidades laborales de mujeres y hombres.



06

APUESTAS SALUDABLES



Serunion dispone de un equipo de 147 expertos de nutrición y dietética que desarrolla la propuesta gastronómica en las diferentes áreas de actividad, partiendo siempre del concepto de Dieta Mediterránea.

La Dieta Mediterránea recibió el reconocimiento por parte de la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad el 16 de noviem-

bre de 2010(8), permitiendo su protección, difusión y transmisión, para poder beneficiarse de los beneficios de esta forma de entender la vida y la alimentación.

La pirámide de la Dieta Mediterránea se ha modificado para adaptarse al estilo de vida actual. Igual que la anterior, sitúa en la base los alimentos que deben sustentar la dieta y, en la parte superior, aquellos alimentos que se deben consumir con moderación. Además, se incorpora la manera de seleccionar, cocinar y consumir los alimentos.

La Dieta Mediterránea es mucho más que una forma de alimentarse, es un

estilo de vida en el que se combinan ingredientes, técnicas culinarias y recetas con una vida físicamente activa, favorecida por la bondad del clima. Es un estilo de vida que se comparte y se celebra alrededor de la mesa, donde los ingredientes locales, frescos y de temporada tienen protagonismo.

Las características principales de la Dieta Mediterránea son un alto consumo de productos vegetales (frutas, verduras, legumbres), pan y otros cereales, productos ricos en ácidos grasos insaturados (aceite de oliva, pescado y frutos secos), una menor cantidad de carne (especialmente carne procesada), cereales refinados y azúcares añadidos.



LOS PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA DIETA MEDITERRÁNEA SON LOS SIGUIENTES:

1. Consumir alimentos vegetales en abundancia, preferentemente frescos y de temporada: frutas, verduras, hortalizas, legumbres y frutos secos. Se recomienda consumir 5 raciones de frutas y verduras al día.
2. Los cereales, preferentemente integrales, deben formar parte de la alimentación diaria: pan, pasta y arroz.
3. Utilizar el aceite de oliva como grasa de elección en la elaboración y preparación de todo tipo de platos.
4. Consumir pescado regularmente y huevos con moderación.
5. Consumir diariamente una cantidad moderada de productos lácteos.
6. Consumir ocasionalmente carnes rojas y, a ser posible, formando parte de platos a base de verduras y cereales.
7. Reducir el consumo de alimentos procesados.
8. Reservar los dulces y pasteles para ocasiones especiales.
9. El agua es esencial en nuestra dieta. El vino es un alimento tradicional en la dieta mediterránea pero debe tomarse con moderación y siempre con las comidas.
10. Realizar actividad física todos los días, ya que es tan importante como comer adecuadamente.

ALIMENTACIÓN INCLUSIVA

En Serunion desarrollamos para cada uno de nuestros clientes una propuesta gastronómica nutritiva que contempla un buen aporte de hidratos de carbono, minerales, proteínas, vitaminas, lípidos y líquidos, con las cantidades adecuadas a la edad y características de cada persona.

Este desarrollo parte también del conocimiento multicultural, es decir desde el respeto a los aspectos religiosos y culturales vinculados a la alimentación.

Y por último pero no menos importante está la adecuación a las diferentes dietas terapéuticas, alergias e intolerancias que padecen nuestros comensales en cada ámbito de nuestra actividad.

Adjuntamos un ejemplo de la derivación de un menú escolar a las diferentes dietas, alergias e intolerancias que nos encontramos actualmente en los colegios.

ACTUALMENTE ELABORAMOS COMIDAS PARA 92 PERFILES NUTRICIONALES

0	basal
1	régimen bajo en sal
2	astringente
3	sin leche, sin ternera, sin huevo
4	sin leche, sin ternera, sin huevo, sin pescado
5	sin pescado estricta
6	sin legumbres, sin triturados, sin huevo y sin lactosa
7	ovolactovegetariana
8	celiaca
9	multialérgica
10	sin cerdo estricta
11	sin leche, sin ternera, sin cerdo, sin pescado
12	sin ave, sin huevo
13	multialérgica 2
14	sin leche, sin ternera
15	sin huevo
16	sin legumbre estricta
17	sin leche, sin ternera, sin pollo, sin gluten, sin pescado
18	sin huevo, sin pescado, sin legumbres
19	sin leche, sin pescado, sin legumbres
20	sin ternera, sin legumbre, sin calabacín
21	sin carne
22	sin pimiento
23	sin leche, sin ternera, sin gluten, sin huevo, sin legumbre, sin arroz

24	sin legumbre, sin arroz
25	multialérgica sin pollo
26	sin aceite ni grasas añadidas
27	sin legumbres, sin frutos secos, sin champiñones, sin pimentón
28	sin marisco, sin pescado azul, sin huevo, sin tomate, sin colorante
29	sin gluten, sin leche, sin ternera, sin huevo, sin pescado, sin frutos secos, sin ketchup
30	sin huevo, sin pescado azul, sin soja, sin zanahoria
31	sin fructosa, sin sorbitol
32	sin gluten, sin lactosa, sin fructosa, sin sorbitol
33	sin leche, sin legumbres
34	sin laurel, sin pimentón
35	sin leche, sin ternera, sin huevo, sin gluten, sin pescado, sin legumbres, sin soja, sin frutos secos
36	sin legumbre, sin carne, sin ave
37	sin pollo, sin tomate, sin pescado
38	sin ajo, sin leche, sin huevo, sin frutos secos, sin pescado, sin marisco, sin legumbres, sin leguminosas, sin verduras, sólo manzana
39	sin leche de vaca, sin huevo, sin gluten, sin maíz, sin arroz, sin patata, sin tomate, sin lentejas, sin guisantes, sin soja, sin frutos secos
40	sin tomate, sin plátano
41	sin tomate, sin legumbres ni leguminosas, sin soja, sin frutos, sin pescado y sin marisco
42	sin frutos secos
43	sin marisco
44	sin lactosa



El incremento de alergias e intolerancias es uno de los mayores problemas globales relacionados con la alimentación de nuestra sociedad actual: cada vez son más las personas que requieren elaboraciones “a la carta”, sin tener que sentirse por ello mermados en sus opciones de elección, variedad, gusto y posibilidades. La situación es compleja, ya que comporta elaboraciones de alto riesgo, pues deben realizarse siguiendo un protocolo exquisito de tratamiento para evitar cualquier tipo de contaminación cruzada (incluso por el aire). Además, comporta por parte de los profesionales de hostelería una formación específica previa y un análisis minucioso de los ingredientes que intervienen en cada receta y que pueden ser los causantes de desatar, sin previo aviso, una crisis grave en la persona alérgica o intolerante susceptible de poderlos ingerir.

El tratamiento de las alergias e intolerancias es costoso, no sólo por el incremento del precio de las materias primas, que suelen ser más elevados, sino por la repercusión en recursos humanos, al tener que dedicar un mayor número de horas a realizar elaboraciones específicas adicionales. Todo ello sin contar con la inversión en los medios técnicos necesarios para evitar el contacto entre espacios y utensilios, de tal manera que las cocinas de colectividades necesariamente dejarse en manos de profesionales para garantizar la inocuidad que minimice el riesgo.

EVAN, Nutriplan y Cookin son desarrollos de aplicaciones propias para que nuestros equipos de operaciones puedan gestionar la nutrición de los comensales de una forma cómoda, rápida y eficaz, con todas las garantías.

Y para que el usuario disponga de toda la información, ponemos a sus disposición nuestras APP Time Chef y APP Educa donde encontrarán todos los aspectos de elección de dieta, oferta gastronómica, opciones del día etc, para poder escoger la opción más saludable.



07

INGREDIENTES SOSTENIBLES

Compra responsable	85
Proveedores locales	86
Calidad de los productos	89

COMPRA RESPONSABLE



La gestión de compras en Serunion es uno de los pilares de la compañía que afecta directamente a los valores tangibles e intangibles de la compañía.

La homologación inicial pasa por un proceso de valoración previo donde se solicita a la empresa su funcionamiento en los siguientes aspectos:

- Relacionados con su sistema de autocontrol (en los que se incluyen aspectos como residuos, mantenimiento, logística, limpieza, etc)
- Relacionados con las certificaciones voluntarias (ISO 9001, ISO 22000, BRC, IFS, OSHAS), certificaciones medioambientales (huella de carbono, huella hídrica) y en RSC (IQNet SR10, SGE 21)



Serunion ha iniciado durante este ejercicio la reclasificación de los proveedores para garantizar la compra responsable a sus grupos de interés.

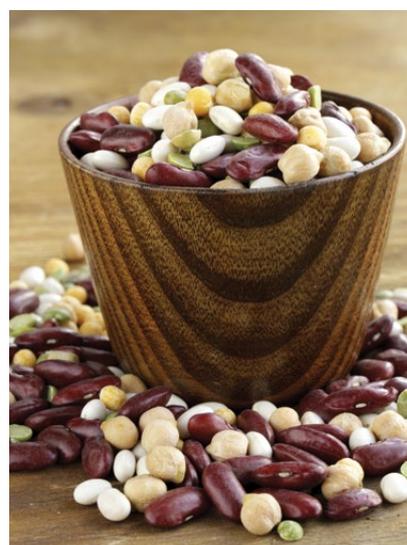
Todos los nuevos proveedores son siempre auditados por la empresa, bien directamente, bien por un tercero, en nombre de Serunion.

Se garantiza la confidencialidad y privacidad de los proveedores, en cumplimiento de la LOPD.

El Departamento de Compras está organizado en función de la tipología de producto y la zona geográfica. Cada uno de los componentes del equipo se compromete al cumplimiento de la Política Anticorrupción que forma parte del Código Ético de Serunion.

Todos estos aspectos los debemos conocer, además de exigir el cumplimiento de los 7 principios de Responsabilidad Social:

- A) Rendición de cuentas:** la organización debe rendir cuentas por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente.
- B) Transparencia:** en sus decisiones y actividades que impactan en la sociedad y el medio ambiente.
- C) Comportamiento ético:** el comportamiento de la organización debe basarse en los valores de la honestidad, equidad e integridad.
- D) Respeto a los intereses de las partes interesadas**
- E) Respeto al principio de legalidad.**
- F) Respeto a la normativa internacional de comportamiento.**
- G) Respeto por los derechos humanos** y reconocer tanto su importancia como su universalidad.



PROVEEDORES LOCALES

RELACIONES COMERCIALES JUSTAS

Homologamos a nuestros proveedores valorando criterios higiénico-sanitarios, de servicio, económicos y de responsabilidad social y ambiental, estableciendo relaciones a largo plazo.

Uno de los aspectos diferenciales de Serunion es la cercanía con nuestros grupos de interés, que se materializa en las 23 oficinas operacionales en España. Esta proximidad se traduce en la disposición para actuar de manera local aportando valor y diferenciación,

que se traduce en conocer y plantear actividad a proveedores locales de cada zona geográfica.

Otro de los puntos importantes que posibilitan la compra local es no efectuar dilaciones en el pago que puedan perjudicar la viabilidad empresarial del pequeño productor.

El periodo medio de pago de Serunion es de 77 días (dato reportado conforme Ley 15/2010 del 5 de julio).

El volumen de compra local representa hoy el 52% de nuestras compras totales.

La compra de proximidad varía según cada comunidad autónoma, en función de la disponibilidad de producción local y la estacionalidad de los alimentos. La compra local se entiende dentro de la misma comunidad autónoma donde se consume o con una distancia máxima de 200km

COMPRA DE PROXIMIDAD

Todo el producto fresco es de ámbito local: frutas, verduras, carne, pan.

Priorizamos el producto de temporada con maduración en origen por ser mucho más nutritivo y con más sabor. Promovemos la producción integrada, respetuosa con el medioambiente, la flora autóctona y los recursos naturales. Disponemos de las primeras experiencias de producción integrada en Cataluña.



COMUNIDAD	% LOCAL
ANDALUCIA	52%
ARAGÓN	54%
ASTURIAS	48%
BALEARES	49%
CANARIAS	71%
CANTABRIA	39%
CASTILLA LA MANCHA	14%
CASTILLA LEON	50%
CATALUÑA	74%
CEUTA	67%
EXTREMADURA	61%
GALICIA	70%
LA RIOJA	32%
MADRID	39%
MURCIA	49%
NAVARRA	35%
PAIS VASCO	33%
VALENCIA	32%

PRODUCTOS DE TEMPORADA

La compra local va vinculada a los productos de temporada, que posibilitan su adquisición sin necesidad de alargar la vida útil. Además, son alimentos que sufren una modificación organoléptica importante en el caso de someterlos a condiciones de pasteurización, por lo que nuestra política es ofrecerlos frescos en sus periodos de disponibilidad:

Producto fresco de proximidad sujeto a estacionalidad:

- Todas las frutas
- Lechuga
- Patatas
- Cebollas
- Ajos
- Puerros
- Pimiento verde
- Brócoli
- Calabaza
- Coles

PRODUCTO ECOLÓGICO

Serunion consume productos provenientes de la agricultura orgánica para sus elaboraciones de platos ecológicos de las cocinas certificadas en Andalucía y también para las elaboraciones en los centros in situ que lo requieren.

Actualmente se disponen de 359 referencias, todos ellos provenientes de la agricultura ecológica.



Nº de referencias alimentarias	17.723
Nº de proveedores de alimentación	1.049
Nº de proveedores que sólo sirven en su comunidad autónoma	375

INGREDIENTES SOSTENIBLES

Como parte de nuestra estrategia de RSC, Positive Foodprint Plan, hemos iniciado la selección de grandes ingredientes de nuestra compra de productos que tienen un impacto directo en el planeta:

a) Bienestar animal

Las necesidades mundiales de alimentos de todo tipo, entre ellos la carne, están en constante aumento y consideramos que es necesario asegurar la constante preservación del bienestar animal; es también motivo de preo-

cupación para nuestros comensales y clientes, así como para nuestros trabajadores y partes interesadas.

A pesar de no ser propietarios de explotaciones agrícolas o centros de

transformación, somos conscientes de que nos corresponde tejer vínculos de confianza constructivos con nuestros proveedores para garantizar la consideración del bienestar animal y la aplicación de buenas prácticas resul-

tantes de la investigación científica en este ámbito.

El tema del bienestar animal se encuentra en constante evolución, y, en consecuencia, examinaremos de manera regular su posicionamiento a fin de garantizar que está en sintonía con las recomendaciones del mundo científico y que integra los avances del Grupo en cada región en la que está presente. Cualquier acción vinculada con esta cuestión será supervisada por el equipo dirigente y será objeto de un informe anual a partir de 2018.

b) Aceite de palma

La cultura del aceite de palma está vinculada a la deforestación masiva en los dos países donde principalmente se produce: Indonesia y Malasia. Además, desde un punto de vista nutricional, el aceite de palma es más rico en ácidos grasos saturados que otros aceites alimentarios. Dentro de la política de compras responsables del Grupo se está trabajando con los proveedores de cada mercado para la sustitución del aceite de palma por otros aceites vegetales.

Por otro lado, en los casos en que el aceite de palma por sus características esenciales deba mantenerse, Serunion, con Elior Group, en tanto que empresa responsable, únicamente aboga por el aceite de palma que se ha generado de manera sostenible. Determinados productos como algunos de pastelería industrial integran ya el aceite de palma certificado RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil). Deseamos avanzar con los proveedores en esta dirección.

Gallinas ponedoras

Serunion, como parte de Elior Group, se compromete a suprimir los huevos de gallinas enjauladas (incluyendo los ovoproductos) de aquí al 2025, el plazo necesario para la transición del sector.



c) Pesca sostenible

La presión sobre los recursos marinos es absolutamente excesiva: el 90% de las especies de pescado son explotadas hasta el grado máximo o sobreexplotadas.

Serunion, como parte de la estrategia de Elior Group, está llamado a preservar la biodiversidad generando de manera dinámica y voluntaria sus aprovisionamientos teniendo en cuenta la evolución de los ecosistemas marinos y las recomendaciones de todas las partes implicadas.

Serunion dispone de una alianza con Fedepesca, la Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados, que entre otras cuestiones es la entidad referente y catalizador del mundo de la distribución detallista del pescado y dispone de la capacidad organizativa y los medios esenciales

para afrontar los retos y exigencias del presente y futuro.

Serunion ha iniciado un Grupo de Trabajo de la mano de Fedepesca, con el objetivo de identificar las especies pesqueras y acuícolas sostenibles, que pasa en primer lugar por reducir la presión unánime y generalizada sobre las mismas variedades de pescado.



CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

Para asegurar la calidad de las materias primas utilizadas en el centro, se establece un procedimiento de verificación de la capacitación técnica de los proveedores en su homologación, siendo imprescindible que como mínimo estén en posesión de:

- Capacitación Sanitaria (Autorizaciones Sanitarias, Registros Sanitarios Industriales)
- Capacidad Técnica y Vehículos adecuados para el suministro
- Sistemas de APPCC
- Información de fichas técnicas de cada producto servido.
- Gestión de alérgenos en cumplimiento del RE 1169/2011

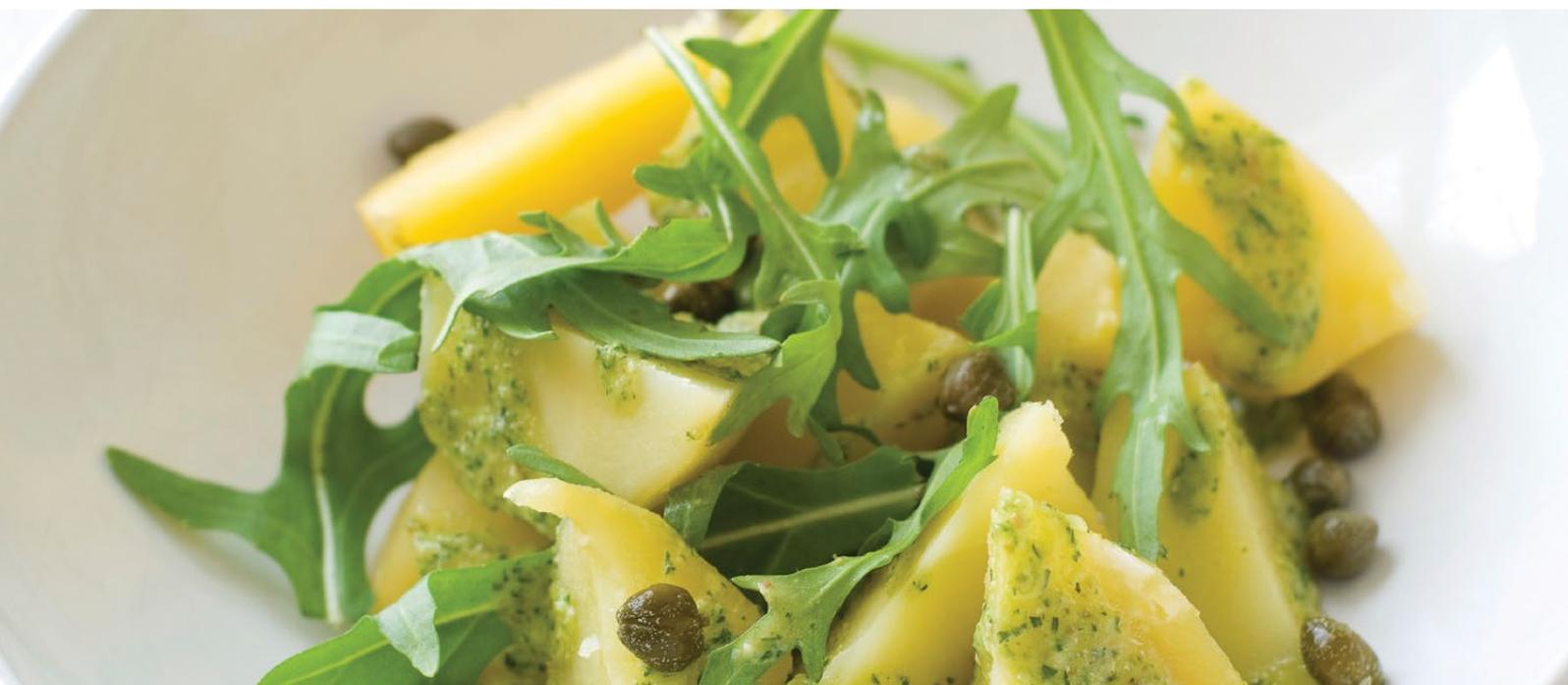
Verificación de conformidad de materias primas. Para cada familia de alimentos, los proveedores se controlan mediante análisis de materias primas.

Seguimiento de los proveedores:

Formando parte de cada sistema APPCC aplicado en los centros, se realiza siempre un control en la recepción de cada materia prima en el que se revisan diferentes aspectos como: etiquetado, caducidad, envase, temperatura del producto refrigerado y/o congelado etc... Garantizando la seguridad y alta calidad del producto desde el momento en que entra al centro.

Las desviaciones detectadas en la recepción, tendrán aparejadas un procedimiento de comunicación de incidencias al departamento de calidad de producto, establecimiento de un plan de acción con el proveedor que podrá conllevar:

- Auditorias en instalaciones fabricante.
- Seguimiento del plan de acción contestado por el fabricante.



Para poder comprobar la eficacia y la adecuada implantación del Sistema de Autocontrol APPCC implantado en los centros, la compañía tiene establecido un Sistema de Verificación y Seguimiento en el cual se realizan diferentes comprobaciones tanto a nivel analítico por medio de Laboratorio Externo Acreditado por ENAC como de Auditoría Interna del sistema de autocontrol.

CONTROL DE CALIDAD SOBRE LA MATERIA PRIMA

El técnico de Calidad establece una interlocución directa con el departamento de compras y se encarga de realizar el seguimiento a los proveedores homologados y sus materias primas mediante:

- Auditorías en las instalaciones de los proveedores homologados basados en unos requisitos internos basados en la Norma “IFS v6”.
- Comprobación de fichas técnicas de proveedor, garantizando la especificación de compra de toda la información (etiquetado, alérgenos, temperaturas etc...).
- Solicitud de análisis de sus materias primas a los proveedores homologadas según prioridades, riesgo o porcentaje de incidencias/no conformidades.

La compañía utiliza ingredientes siempre de primera calidad, de marcas líderes en su sector y en base a criterios de higiene y seguridad alimentaria.



NOTA INFORMATIVA SOBRE EL USO DEL PANGA EN LOS MENÚS.

Noticias
06/02/2017

Serunion se posiciona en contra del panga

Febrero 2017

En relación a las noticias aparecidas en distintos medios de comunicación sobre el consumo de panga, Serunion, compañía líder en el sector de la restauración colectiva, quiere señalar lo siguiente:

La decisión de eliminar esta clase de pescado del catálogo de productos que actualmente ofrece a sus clientes.

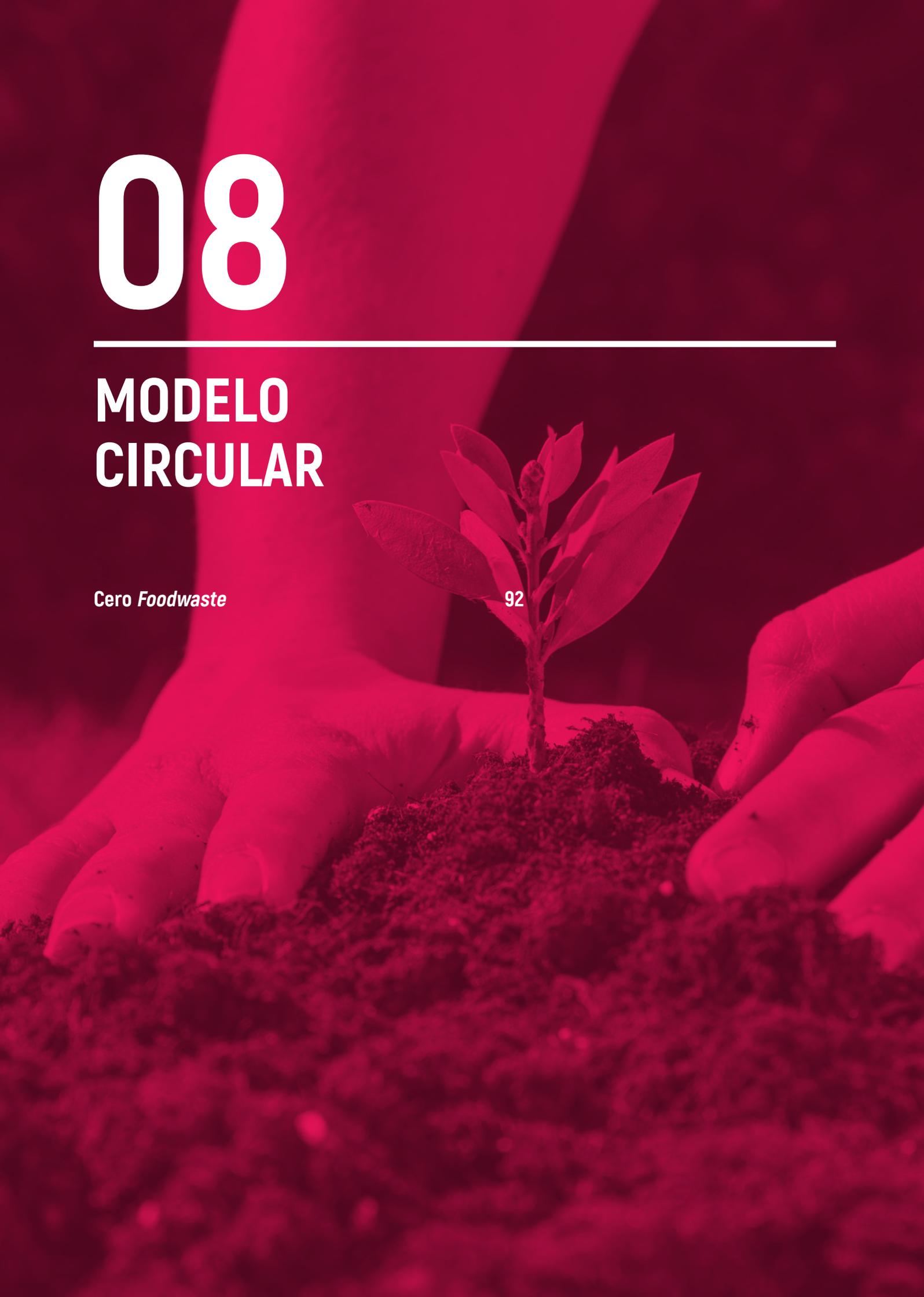
Que Serunion siempre ha mantenido un firme compromiso con la calidad y la seguridad en todos sus productos y servicios.

08

MODELO CIRCULAR

Cero Foodwaste

92

A pair of hands is shown holding a small green seedling with several leaves, growing out of a mound of dark soil. The entire image is overlaid with a semi-transparent red filter. The hands are positioned on either side of the seedling, with fingers gently supporting it. The background is dark and out of focus, emphasizing the hands and the plant.

CERO FOODWASTE

Para combatir el desperdicio alimentario, Serunion sigue los patrones de Elior Group con una declaración de objetivos en cinco etapas.

COMBATIR EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

Dar de comer cada día a 4,4 millones de personas genera inevitablemente un desperdicio de alimentos, pues esto es lo que ocurre con la comida que no se vende o no se consume. El desperdicio de alimentos es responsable del ocho por ciento de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero. Evitarlo y combatirlo es responsabilidad de todos nosotros. Con esta meta, hemos elaborado una declaración de objetivos Cero Desperdicios en cinco etapas cuya finalidad es evitar, reducir y reciclar los alimentos sobrantes en toda nuestra cadena de valor y en todos los países en que opera el Grupo.

Cultivar, transportar y cocinar los ingredientes consume una cantidad ingente de recursos naturales; por eso las acciones encaminadas a combatir el desperdicio alimentario constituyen uno de los pilares de nuestro *Positive Foodprint Plan*, inspirado en el objetivo de desarrollo sostenible n.º 12 de las Naciones Unidas. Si lográramos desperdiciar menos alimentos, ahorraríamos mucho dinero y ayudaríamos a frenar el cambio climático y la deforestación. Poner en práctica estas cinco etapas con la colaboración de todas las partes nos ayudará a consumir de forma más responsable.

Etapas 1: comprometernos con un objetivo ambicioso

Como primer paso para luchar contra el desperdicio alimentario, nos hemos fijado un objetivo: reaprovechar el 100 % de nuestros alimentos sobrantes de aquí a 2025.

En cada etapa de nuestra cadena de valor, reduciremos el desperdicio, reutilizaremos los alimentos no consumidos y reciclaremos los sobrantes; también compartiremos estas buenas prácticas con nuestros socios. Procuraremos también que estos residuos se dediquen a fertilizar las tierras de las explotaciones agrícolas que cultivan los productos que servimos. No es un mero objetivo, es un compromiso firme.

Etapas 2: prevenir y reducir con nuestros empleados, clientes y proveedores

Produciendo solo lo estrictamente necesario, evitaremos consumir energía y materias primas innecesarias.

Optimizaremos los envases, afinaremos nuestras previsiones y pedidos, y mejoraremos la gestión de nuestro stock de alimentos. Estas acciones, junto con la formación de los trabajadores, serán decisivas para minimizar el desperdicio alimentario.

Etapas 3: responsabilizar a nuestros clientes

Estamos convencidos de que cuanto mejor es un alimento, menor es el riesgo de que acabe en la basura. Por eso trabajamos continuamente por

adaptar nuestras recetas a los gustos de los clientes. También se puede contribuir a evitar el desperdicio con las raciones servidas. Además, una comunicación a medida del cliente puede hacer mucho para cambiar malos hábitos, sobre todo si llega de la mano de trabajadores conocedores de los mensajes que hay que transmitir.

Debemos educar a los clientes con información y consejos destinados a reducir el desperdicio de alimentos, tanto en casa como en el restaurante, y prestaremos atención a las cantidades que se sirven.

Etapas 4: compartir y distribuir en las comunidades locales

La mejor opción, mucho mejor que el reciclaje, es repartir los alimentos que no se venden.

Siempre que sea posible, donaremos los platos no vendidos y aptos para el consumo, recurriendo para ello a organizaciones locales que se encarguen de repartirlos entre las personas necesitadas.

Etapas 5: reciclar con nuestros socios

El reciclaje es el último recurso aunque esencial, pues permite transformar los alimentos sobrantes en biocombustibles o fertilizantes.

Colaboraremos estrechamente con nuestros socios para reciclar los restos de alimentos y convertirlos en una fuente de energía (metano) o en compost para las explotaciones agrícolas que nos suministran materias primas.

UNA ECONOMÍA CIRCULAR

Nuestro objetivo es reaprovechar el 100 % de nuestros restos de alimentos para 2025.

AYÚDENOS A ALCANZAR EL OBJETIVO CERO

Con esta declaración de objetivos Cero Desperdicios esperamos cumplir con nuestro compromiso de reaprovechar el 100 % de nuestros alimentos de aquí al 2025. Al actuar contra el desperdicio alimentario en todas las facetas de nuestra actividad, estamos adoptando una estrategia “de la cuna a la cuna”. Seguiremos trabajando por reducir cada vez más los volúmenes de alimentos no consumidos o, en su defecto, por reutilizarlos y reciclarlos. Estamos decididos a cerrar el círculo del desperdicio alimentario.



Serunion ha puesto en marcha el proyecto de Restaurante Sostenible, un nuevo concepto de restauración que promueve los buenos hábitos de alimentación dentro de un modelo inclusivo, basado en la promoción de la salud, la ecología y la concienciación social y medioambiental.

Dentro de este concepto se encuentra la derivación de excedentes de producción a entidades sociales para su consumo por parte de colectivos vulnerables, actualmente de la mano de las siguientes ONG:



OBJETIVOS DEL RESTAURANTE SOSTENIBLE



RESTAURANTE SOSTENIBLE



Nutrición responsable



Mínimo impacto medioambiental



Modelo circular



Trabajadores satisfechos



ENERGÍA VERDE

Como parte del proyecto de sostenibilidad de Serunion, la compañía ha unificado todas sus contratos energéticos en un solo contrato de Energía Verde, para promover el impulso de las fuentes de energía renovables.

RECOGIDA Y VALORIZACIÓN DEL ACEITE USADO EN BIODIESEL

El aceite utilizado en nuestras cocinas se recoge por parte de una entidad colaboradora que lo filtra y lo valoriza en biodiesel, actualmente el porcentaje de valorización es aproximadamente del 80% del aceite recogido.



EMPLEO DE CELULOSA ECO-FRIENDLY

Serunion adquiere toda la gama de servilletas, bobinas industriales, bobinas higiénicas y demás tipos de celulosas con el certificado Europeo Ecolabel. Esta etiqueta garantiza el uso de material reciclado con mínimo impacto medioambiental y para la salud de las personas.

COMPOSTAJE DE MATERIA ORGÁNICA

Como parte de nuestro modelo circular, hemos iniciado el compostaje de los residuos orgánicos y su valorización como abono en zonas ajardinadas.

“LA COMIDA NO SE TIRA”, UN CASO DE ÉXITO EN EL ÁMBITO ESCOLAR

“La comida no se tira” es nuestra apuesta por la sostenibilidad a partir de la concienciación de los alumnos escolares en el consumo responsable y la minimización del desperdicio alimentario. Una actividad pionera en colaboración con la comunidad educativa.

Por tercer curso consecutivo desarrollamos en los colegios la actividad de “La comida no se tira”, una iniciativa de ámbito nacional ideada por tres organizaciones no gubernamentales de ámbito religioso: SED, Proyde y Proclade, a los que nos vinculamos desde nuestra división escolar, Serunion Educa. La actividad cuenta con el reconocimiento del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

El 79,6% de los centros que, durante el curso pasado y por segundo año consecutivo, participaron en este proyecto lograron volver a reducir los restos de alimentos en un 16,27% de media.

Como en el curso anterior, la metodología utilizada es la sugerida en la “Guía práctica para reducir el desperdicio alimentario en centros educativos” de la estrategia “Más alimento, menos desperdicio” del MAPAMA. Según esta metodología, son los propios escolares quienes realizan la medición, acompañados de los monitores, de los desperdicios orgánicos generados cada día.

Durante 6 semanas se realizan actividades y juegos relacionados con la sostenibilidad y al cabo de este tiempo, se vuelven a comparar los desperdicios a partir de la elaboración de los mismos menús.

Entre las actividades que forman parte de la campaña, destaca la distribución de fichas educativas de concienciación y sensibilización, los talleres de aprendizaje sobre el reciclado de productos y los de recetas para fomentar la cocina de aprovechamiento (en los

que también pueden participar los padres), así como la oca sostenible, los debates entre el alumnado sobre el desperdicio alimentario y la creación de un decálogo contra el desperdicio alimentario.



09

NUESTRO APOYO A LA COMUNIDAD

Acción social	97
Salud y gastronomía	98
Promoción de la salud	100
Actitud solidaria	101
Iniciativas de acción social	102
Vinculaciones personales	103



ACCIÓN SOCIAL

Serunion asume un compromiso profundo con la sociedad invirtiendo en acciones sociales sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas a los que nos hemos vinculado. Prueba de ello son las diferentes acciones de apoyo que ofrecemos a nuestro entorno más próximo, desde iniciativas desarrolladas por nuestros grupos de interés a proyectos de ámbito general, siempre en relación con estos objetivos.

Todas las acciones tienen un denominador común que es, en la medida de lo posible, la vinculación con un organismo social o no gubernamental, con lo que pretendemos aportar una doble acción: el apoyo a entidades que trabajan por la integración de colectivos desfavorecidos y la provisión de bienes y servicios de calidad con mensaje de fondo.

Nuestra Estrategia de Responsabilidad Social Corporativa es común a nuestro grupo madre, Elior, y transversal con toda nuestra actividad, aplicando en el Producto, en el Planeta y en las Personas.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Nuestra acción social se enmarca dentro de nuestro compromiso de PROSPERIDAD DE PERSONAS Y COMUNIDADES.



APUESTAS SALUDABLES



INGREDIENTES SOSTENIBLES



MODELO CIRCULAR



PROSPERIDAD DE PERSONAS Y COMUNIDADES



SALUD Y GASTRONOMÍA

TRANSMISIÓN DE NUESTRA CULTURA GASTRONÓMICA

PATROCINADORES DEL LIBRO "EL PALADAR NO OLVIDA"

Escrito por el periodista Jose Antonio Garcia, profesional de la restauración, con la ayuda del chef Sergio Fernández, Mario Sandoval y de la repostera Alma Obregón. Promocionado desde el Ayuntamiento de Coslada y financiado desde empresas colaboradoras como Serunion, los beneficios de la venta del libro van destinados a la Asociación ADANER, dedicada a ayudar a las personas que sufren trastornos de la conducta alimentaria.



EDICIÓN DEL LIBRO "DE LA MEMORIA A LA MESA"

Elaborado para la residencia de mayores Llar nostra senyora del Pilar, de las Hermanas de la Santa Cruz, consiste en un libro, editado por Serunion, que recoge las recetas que recuerdan los mayores de sus lugares natales.



HOY COMO EN EL COLE / NOA Y MAX

Edición de 85.000 ejemplares.

Esta iniciativa se inició en el curso 2015-16 con el lanzamiento del libro 'Hoy como en el cole', y le ha seguido "Noa y Max" en el curso 2016-17.

Con esta narrativa queremos facilitar una herramienta didáctica y divertida que potencie los lazos de colaboración entre las familias y el entorno escolar con la finalidad de trabajar conjuntamente en pro de un estilo de vida saludable entre los niños y niñas. Asimismo, el libro pone de relieve los valores que Serunion fomenta a través de su proyecto educativo como son: el respeto, la educación y la convivencia.



TRANSMISIÓN DE CULTURA GASTRONÓMICA

Con motivo del Día del Libro, Serunion edita anualmente un libro que deleita a nuestros clientes, consumidores y colaboradores con contenidos gastronómicos y saludables, de la mano de célebres figuras de la restauración. Anualmente se reparten más de 30.000 ejemplares.

DONACIÓN DE LIBROS FUNDACIÓN CODESPA

Serunion colabora en la donación de libros nuevos para su comercialización por parte de CODESPA. Con los beneficios obtenidos de esta y otras acciones, Fundación Codespa financia más de 60 proyectos de cooperación en países en vías de desarrollo www.fundaciocodespa.org.



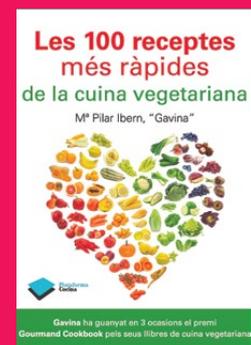
Día del Libro:



Cocina con Joan Roca
Técnicas básicas para cocinar en casa



Te cuento en la cocina
Autor: Ferran Adrià



Les 100 recettes més ràpides de la cuina vegetariana
Autora: Ma. Pilar Ibern (Gavina)

PROMOCIÓN DE LA SALUD

Acciones con entidades sin ánimo de lucro que desarrollan servicios en el ámbito de la promoción de la salud.



JORNADAS DE CONCIERTO DE MÚSICOS VOLUNTARIOS

De la mano de la ONG Músicos por la Salud que utiliza la música para mejorar la calidad de vida de pacientes y mayores en los entornos sociosanitarios.

AECC – EMPRESA PROMOTORA DE SALUD

Serunion colabora con la AECC trasladando mensajes de salud a los trabajadores y organizando charlas de prevención y tratamiento ante la enfermedad en profesionales sanitarios de la Asociación Española contra el Cáncer.

FORMACIÓN SOCIAL

Acciones con entidades sin ánimo de lucro especialistas en ámbitos de ayuda al menor.

CONTRA EL ACOSO ESCOLAR

Colaboración con **Fundación Anar** en la formación de nuestros monitores y monitoras escolares en la prevención y detección del acoso escolar en los colegios.



PREVENCIÓN DE TRASTORNOS ALIMENTARIOS

Colaboración con **Fundación Imagen y Autoestima** en la formación en el ámbito de la prevención de los trastornos alimentarios en los escolares.



1a ACCIÓN DE VOLUNTARIADO

1º jornada de voluntariado el 30/4/16

Día de la Diabetes en Familia en el FCB con un evento de educación deportiva y alimentaria a los niños y niñas diabéticos.



ACTITUD SOLIDARIA

BECAS - COMEDOR

Más de 1.500 escolares comen a diario gratuitamente con nuestras Becas-Comedor

CAMPAÑA "RESTAURANTES CONTRA EL HAMBRE" de mano de la ONG Acción contra el Hambre.

Acción impulsada por los grandes chefs de la restauración pública. De Septiembre a Noviembre de 2016 se llevó a cabo una aportación de 3.540,94€ de los cuales 3.000€ donación directa de Serunion y 540,94€ de comensales de nuestros centros de cafeterías que voluntariamente se adhirieron a la campaña.

INICIATIVA "DA LA LATA CON SERUNION" DENTRO DE LA CAMPAÑA ESTIVAL "EL HAMBRE NO HACE VACACIONES" DE LA FUNDACIÓN BANCO DE ALIMENTOS

Actividad iniciada en el 2016 y con continuidad anual, consistente en jornadas de salud solidarias.

JORNADAS DE PROMOCION Y CONSUMO RESPONSABLE

ORGANIZACIÓN DE DESAYUNOS SALUDABLES Y SOLIDARIOS en nuestros centros de cafeterías. Los beneficios obtenidos se destinan a la Asociación Española contra el cáncer para la investigación.

Donación de 2.000€ en el 2017.



Convenio de colaboración con Fairtrade para promover y sensibilizar en el comercio justo, con la realización de Jornadas de Comercio Justo en nuestras cafeterías del entorno sociosanitario.

Creación del **Rincón Solidario** para dar impulso a la comercialización de productos de economía social y comercio justo.

INICIATIVAS DE ACCIÓN SOCIAL

CÁRITAS

Realización de postales navideñas . 12/15 y 16

FUNDACIÓN PREVENT

Financiación del programa de emprendedores para discapacitados. 4/16 y 17

MANOS UNIDAS

Aportación de alimentos para el Bocadillo Solidario en Castilla-León. 4/16

COMEDOR SOCIAL ROTARY CLUB

- 50 menús gratuitos semanales al comedor social de Valencia. Desde 1/15
- 120 menús gratuitos semanales al comedor social de Madrid. Desde 7/16

ASOCIACIÓN MADRE CORAJE

Ayuda humanitaria, proyectos de desarrollo y educación. Aportación de 20 Kg de juguetes. 2/16

ASOCIACIÓN REY ARDID

Aportación de alimentos a personas con problemas de salud mental. 2/16 y 5/17

ATADES

Financiación de proyectos de formación para discapacitados mentales. 4/16

ACNUR

Jornada de recaudación de fondos para la Agencia de las Naciones Unidas de ayuda al refugiado. 3/16

CEE SOR JUANA

Aportación económica para la compra de un vehículo adaptado a una persona con discapacidad. 4/16

PROYECTO MANOS QUE UNEN

Donación de alimentos a la institución Padre Rubinos. 2/16

HERMANAS HOSPITALARIAS DEL SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS

Colaboración con el programa de deporte para personas que sufren daño cerebral. Desde 10/15

INSTITUTO VALENCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

Compra anual de 1.500 plantas de Navidad cultivadas por discapacitados, para su reparto a nuestros trabajadores de la comunidad valenciana.

SAVE THE CHILDREN

Avituallamiento y patrocinio de la carrera para recaudar fondos en Guadalajara. 3/16

FUNDACIÓN NUESTROS PEQUEÑOS HERMANOS

Colaboración en jornada solidaria para recaudar fondos de ayuda a los 600 niños acogidos en el centro de Honduras. 6/16

CÁRITAS – EMPRESAS CON CORAZÓN

Donación de bocadillos para madres sin recursos. 12/16 y 6/17

HOSPITAL SAN JORGE

Patrocinio libro Hospital San Jorge de Huesca por 50 aniversario del centro. 3/17

HOSPITAL VIRGEN DEL ROCIO

Patrocinio Carrera Popular “En marcha por la salud” H. Virgen del Rocío, H. Virgen de la Macarena y AECC. 5/17

AFEV – CONTRA EL FRACASO ESCOLAR

Compra de 100 rosas en Sant Jordi para repartir en centros residenciales.

ATADES HUESCA

Donación para mejorar la calidad de vida de los discapacitados psíquicos.

VINCULACIONES PERSONALES



La actitud colaboradora de Serunion tiene su inicio en su Presidente y Director General, Antonio Llorens Tubau, que traslada a la organización sus convicciones personales de compromiso social.

Antonio Llorens compagina su función de Presidente y Director General de Serunion con las siguientes responsabilidades:

- Presidente de FEADRS (Federación Española de Restauración Social).
- Presidente de RESTAURAMA (Salón de la Feria Alimentaria) y miembro del Comité de Dirección de Alimentaria.
- Presidente de la Fundación Prevent, cuyo objetivo es la inclusión social y laboral de personas con discapacidad, y la promoción de la seguridad y la salud laboral.
- Patrono de la Fundación Banco de los Alimentos.
- Patrono de la Fundación de Oncología Infantil Enriqueta Villavecchia.





Serunion reafirma su compromiso y consolida su actuación ética y responsable con la certificación Aenor IQNet SR 10 en responsabilidad social corporativa, bajo los principios ISO 26000, actualmente en proceso de obtención.

Esta acreditación se integra al resto de certificaciones ISO de Serunion, conformando su Política Integral de Calidad.

Para mayor información de la compañía o de la actividad de Elior Group por favor diríjase a:
www.eliorgroup.com

**INFORME DE
ACTIVIDAD Y
MEMORIA DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL
2016·2017**



CORPORATIVO

+34 93 228 95 55

serunion@serunion.elior.com

COMUNICACIÓN Y PRENSA

+34 93 228 95 55

comunicacion@serunion.es