

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

EVA MUNIESA DIAUS - Arte a Bocados

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

En nuestra empresa nos dedicamos a elaborar centros de fruta con y sin chocolate para hacer regalos, poner en reuniones de trabajo etc.

Adema llevamos fruta para empresas saludables y preparamos catering saludable corporativos con fruta cortada en diferentes formatos, zumos etc.

Por otro lado montamos Fruit Bar en eventos dando un toque diferente, colorido y sano Formamos a futuros detallistas de fruta y verdura para supermercados o comercios

03 - Sector. Actividad

Confiterías, Fruterías. En verdad no saben donde ponernos.

Nosotros nos denominamos como comercio de regalos artesanales, saludables y únicos.

04 - Año comienzo actividad.

Como Arte A Bocados desde mayo del 2016

Haciendo Arte en fruta pero con otro nombre desde abril del 2013

Como frutería convencional desde el 1995

05 - Persona de contacto

Eva Muniesa Diaus

625413294

07.- Página web

www.arteabocados.com

GENERAL

Tendencias Globales

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

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)
- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)

1.1. Información adicional.

La materia prima viene del campo, por ese motivo el tema medioambiental influye directamente, la climatología, la escasez o exceso de producto....todo influye, calidad, belleza, sabor....también influye a nivel económico

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

2 - Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

2.1.- Información adicional.

A nuestro nivel no podemos cambiar ciertos aspectos, pero en la medida de lo posible el producto utilizado es autonómico, somos defensores de pro, nacionales y de temporada, es nuestro pequeño granito de arena a aportar

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

3.1. Información adicional.

Depende del año podemos colaborar entre 1 proyecto o 3 como puede ser este año. No tenemos un gasto fijo, depende de la solicitud de colaboración y nuestro nivel económico en la actualidad.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4 - Tiene identificados los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

4.1. Comentarios

Nuestro negocio esta diversificado en varias vertientes, de momento lo identifico y gestiono yo misma pero básicamente en mi cabeza, por ese motivo para poder crecer y hacer gestiones pertinentes y avanzar me estoy formando, identificando y creando una agenda con contactos dependiendo de los intereses.

Todavía nos falta concretar mucho mas pero poco a poco lo gestionamos....

Tenemos una cartera o agenda de clientes con mas de 4000 contactos, ahora solo nos queda sacar el rendimiento adecuado

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

5.1. Comentarios

Hasta ahora por desconocimiento de como hacerlo o miedo a la respuesta no preguntaba abiertamente .

En la actualidad veo la importancia , ya no para la mejora en si, si no para realizar campañas según el grupo, ocasión o necesidad.

Y eso que nosotros siempre hemo escuchado al cliente para la evolución del producto y cubrir necesidades, lo único que ahora ya lo hacemos con mas conocimiento y no de manera casual o autodidacta.

Gobierno

6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o código de conducta?

6.1. Comentarios

Dado que llevamos años en el sector alimenticio y es muy estricto en si en la s normas no tenemos un texto como tal con normas, pero sabemos cuales son por ese motivo.

Las dos personas que trabajamos en la empresa como autónomos y con mas de 25 años de experiencia en el sector alimentario.

Plan de Responsabilidad Social

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

7.1. - Comentarios

Hasta ahora tenia nociones adoptadas en mi núcleo familiar, aunque también somos responsables con el desperdicio en el trabajo o reutilización de materiales para nuestro trabajo, lo único que no éramos conscientes como tal de todo lo que hacemos y este proyecto me da ideas y me reafirma en lo que ya hacíamos.

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

8.1. - Comentarios

En la actualidad nos estamos formando para poder llevar acciones concretas y mejorar en este sentido.

CLIENTES

Satisfacción de Clientes.

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

9.1. - Comentarios.

el trato cercano con el cliente nos hace que enseguida nos cuente su satisfacción.
Aunque estamos estudiando el utilizar otros métodos para que sea todo mas formal y den fe de ello de manera que podamos ser un referente en el sector de manera mas formal a través de testimonios públicos.

Calidad del servicio y Transparencia informativa.

10 - ¿Cómo realiza en su negocio la producción del producto o la prestación del servicio?

10.1. - Información adicional

LA transparencia aunque de manera informal es total.
Si servimos banana es banana, (es normalmente por precio mas asequible en ocasiones)
Si es plátano, es plátano de Canarias.
Nos gusta y además estamos obligados a llamar a cada fruta por su nombre, además doy clases de Hortofrutícola, y eso es algo que recalco.
Para ello existen las marcas, las DOP, las IGP.....para tener un sello de Calidad, y nosotros hablamos de ello.

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

11.1.- Información adicional

En nuestros book damos todo especificado de lo que contiene, y cuando a una empresa o particular se le pasa presupuesto del servicio y contenido se explica todo para que sea lo mas claro posible, no cometer errores y tener conocimiento de todo.

PERSONAS EMPLEADAS

Seguridad y salud.

12 - ¿Tiene implantados en su negocio mecanismos de salud y seguridad laboral?

12.1.- Información adicional

Dado que en la actualidad somos autónomos nos ocupamos nosotros mismos de este servicio, ya que para el bien común es mejor que no tengamos ningún accidente, toda la prevencion es poca para nuestro cuidado.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

13.1.- Información adicional

Intentamos que el producto sea español, al poder ser autonómico, de km 0, responsable con el medio ambiente y de temporada.

No siempre puede ser, pero en la gran mayoría de las ocasiones es así.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

15 - En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla su actividad, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

15.1. Información adicional

Este año colaboramos en una gala para el Banco de Alimentos proporcionando un ágape saludable y el dinero de dicha factura fue para esa asociación, también llevamos alimentos a obra social el Carmen y próximamente colaboramos en una carrera también para dicha obra social como posible campaña de recogida de alimentos, formaciones , talleres etc.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

16 - ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social que desarrolla?

16.1. Información adicional

LA verdad es que no comunicamos como deberíamos, hacemos mucho mas de lo que decimos.

Pero dada la importancia en comunicarlo, expresarlo y darlo a conocer tendremos que hacerlo mucho mas a menudo.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

17.1. Información adicional.

En nuestras formaciones decimos los beneficios del consumo responsable de alimentos, de

la ecología en la agricultura, los productos donde se utilizan los productos fitosanitarios etc. Nuestro producto viene de la tierra, así que somos respetuosos y conscientes de los beneficios que tiene ser respetuoso en ámbitos medioambientales.

Economía circular y comunicación

18 - ¿Conoce y aplica en su negocio los principios de economía circular?

18.1. Información adicional

Nuestras bases son recicladas, intentamos generar desperdicio 0 con las frutas, utilizando las piezas feas o los sobrantes de hacer las flores talladas en mermeladas caseras, zumos, repostería para casa etc.

En la medida de lo posible el mobiliario, attrezzo de eventos es de segunda mano o economía circular.

Además a los clientes les damos soluciones para dar una segunda utilidad y vida a los recipientes donde ponemos los centros de fruta.

19 - En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

19.1. Información adicional

No realizamos como tal acciones, aunque estamos estudiando el como comunicarlo de manera eficiente y asiduamente.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

20 - Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

-

Valoración Global

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

Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Reciclamos en la medida que se puede, generamos poco residuo orgánico y elaboramos de lo que podía ser desperdicio en otros productos.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

En la actualidad nuestros envases son biodegradables, pero nos comprometemos a buscar envases todavía menos nocivos para el medioambiente.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

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