

RSA - PYMES

Empresa evaluada

**ENCANTADO DE COMERTE - NICE TO EAT
YOU**

CIF: B99537706
C/Lourdes nº: 4 B A.-
50014 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Virtual Web Agroframe S.L

02 - Dirección - CP - Población

Calle Lourdes 4, bajo A, Zaragoza 50014

03 - Sector. Actividad

Sector hostelería y alimentación

04 - Año comienzo actividad.

Aunque la conceptualización y puesta en marcha del proyecto se hace en 2018, es en 2019 cuando se constituye como empresa.

05 - Número de personas empleadas

3

06 - Persona contacto

Enrique de Miguel -enrique@nicetoeatyou.es

07 - E-mail contacto

enrique@nicetoeatyou.es

08.- Página web

<https://nicetoeatyou.es>

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)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Nuestra empresa nace como herramienta para dar solución al hecho de que 1/3 de la producción de alimentos mundial acaba en la basura y al mismo tiempo, solo en Europa, 43 millones de personas no tienen acceso a una alimentación digna. Por tanto, estos son temas que nos ocupan de lleno en nuestra empresa.

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

Si

2.1. Información adicional

En concreto, creo que pueden crearse empresas que generen impacto, y cuando hablamos de impacto, nos referimos a impacto positivo.

Modelos de negocio en los que el éxito de la empresa va de la mano de una mejora social o medioambiental son claves en nuestros días.

En nuestro caso, nuestro modelo de negocio está basado en la reducción del desperdicio alimentario y al mismo tiempo de la reducción de la malnutrición en familias vulnerables.

Nuestro modelo será exitoso, si conseguimos ser una herramienta real contra estos dos problemas: desperdicio de alimentos y pobre acceso a una alimentación de calidad entre familias necesitadas.

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

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

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

4.1. Información adicional

Partimos de la base de que nuestra empresa tiene un fin social y medioambiental.

Por una parte la aplicación móvil contra el desperdicio (modelo de negocio b2c en el que restaurantes y tiendas de alimentación dan salida a sus excedentes y por otra parte el proyecto lotes solidarios, en el que damos acceso a personas vulnerables a alimentos de nuestra plataforma sin coste alguno.

Para lanzar el proyecto piloto de Lotes Solidarios, se emplearon fondos propios, así que incluso sin haber generado beneficio alguno, la empresa destinó parte de su capital a repartir 400 lotes de alimentos a personas vulnerables.

En el futuro, se prevé que parte de los ingresos de la empresa se destinen al pago de lotes solidarios.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

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

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

5.1. Información adicional

-en cuanto a usuarios y usuarias de nuestra plataforma: mediante cuestionarios y diálogos, sabemos qué es lo que les gusta de nuestra herramienta y que es lo que demandan
-Nuestros clientes (restaurantes y tiendas de alimentación), con los que tenemos un trato cercano, nos comentan sus necesidades y problemáticas respecto al desperdicio alimentario, por lo que podemos optimizar nuestra herramienta en base a esa información.
-Hablamos continuamente con la ONG con la que trabajamos para poder diseñar proyectos que sirvan de ayuda a resolver el problema de la malnutrición en sectores de la población.
-Estamos en contacto con instituciones que trabajan en líneas parecidas a la nuestra para poder aprender y aliarnos con ellas.

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

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

6.1. Información adicional

Creo que respondo a esta pregunta en la respuesta anterior.

Gobierno de la organización

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

No se conocen

7.1. Información adicional

Hasta el momento, al ser una empresa de 3 trabajadores, el código de conducta queda definido por la manera de interactuar que tenemos entre nosotros y las conversaciones que tenemos para modelar la manera en la que nos dirigimos unos a otros.

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

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

8.1. Información adicional

Nos aseguramos continuamente de que cada miembro de la empresa o colaborador/a temporal, comparta el mismo discurso e ideales.

Plan de Responsabilidad Social

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

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

9.1. Información adicional

El core de nuestro modelo de negocio es tener un impacto social. El plan, o mejor dicho, la manera de actuar y proceder, es validado constantemente y reformulado si es necesario. Actualmente, además de haber salvado ya cientos de kg de comida de haber sido tirados a la basura, hemos distribuido 400 códigos de descuento en nuestra aplicación para personas necesitadas. Todo esto con la ayuda de la Sociedad San Vicente de Paul en Madri

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

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

11.1. Información adicional

En nuestra plataforma web y aplicación, los usuarios y usuarias pueden hacer valoraciones y comentarios sobre el uso de la plataforma. De este modo conocemos si están satisfechos/as con lo que encuentran en los establecimientos colaboradores.

Al mismo tiempo realizamos encuestas periódicas para asegurarnos de que nuestros comercios colaboradores están al tanto de lo que sucede en la empresa y al mismo tiempo intentar ajustarnos mejor a sus necesidades.

En cuanto al proyecto de Lotes Solidarios, tenemos continuo contacto con la ONG colaboradora para conocer el desarrollo del proyecto y la satisfacción de las familias beneficiarias.

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

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

12.1. Información adicional

Utilizamos encuestas y contacto directo con nuestros usuarios/as para saber si lo que la herramienta que les proporcionamos cumple con sus expectativas.

Cada vez que introducimos un cambio o ajuste, vemos nuestras métricas y analizamos si ha tenido buen resultado.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

Calidad de los productos y servicios

15.1. Información adicional

EN nuestro caso, no comercializamos ningún producto, sino que proporcionamos un marketplace para establecimientos de alimentación.

Nos cercionamos de que todas las partes están informadas sobre el funcionamiento de cada uno de los puntos de la plataforma y estamos disponibles para nuestros clientes en caso de que tengan dudas o quieran cancelar sus cuentas. Nos pueden contactar directamente a través del email o del teléfono.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.1. Información adicional

No tenemos por ahora personas empleadas.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.1. Información adicional.

No se nos ocurriría discriminar por razón de sexo, raza u otra condición.

La igualdad salarial es algo que en nuestra startup no se conoce, porque para eso debería conocerse el concepto de "desigualdad salarial".

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

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

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

Las personas que trabajan en la empresa tienen flexibilidad horaria además de poder realizar el trabajo de manera remota.

Contamos con las herramientas necesarias para poder asegurar un correcto funcionamiento de la empresa aun cuando las personas no estamos en contacto físico.

Formación y desarrollo profesional

Seguridad y Salud

PROVEEDORES

Compras responsables

Clasificación y evaluación de proveedores

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

25.1. Información adicional.

Como mencionaba anteriormente, el core de nuestra empresa está relacionado con la reducción del desperdicio de alimentos y con el apoyo a familias necesitadas a través de ONGs y servicios sociales.

En este sentido, durante el primer proyecto piloto que realizamos relacionado con el reparto de códigos de descuento a familias vulnerables, se establecieron una serie de indicadores para hacer el seguimiento del proyecto.

-Número de familias necesitadas que tenían necesidad de nuestro servicio

-Número de códigos de descuento que debíamos ofrecer para poder llevar a cabo un proyecto social con impacto suficiente

-Seguimiento de cada una de las familias: qué lotes eligen, cuándo los eligen etc

-Al final del proyecto, se realizará un informe en el que se evaluará el impacto alcanzado y la satisfacción de las familias, así como nuevas vías de actuación para llegar a más familias.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.1. Información adicional.

Nuestro modelo de negocio está, por definición. alineado con proyectos sociales.

Transparencia con el entorno social de la organización

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

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

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

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

Se evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

29.1. Información adicional.

Para la producción de alimentos es necesario el consumo de energía. Éste va de la mano de emisiones de CO2. Cada alimento que acaba en la basura representa cierta cantidad de CO2 emitido innecesariamente, por lo que salvar alimentos de la basura es reducir la cantidad de CO2 innecesario en la atmósfera.

Con la equivalencia entre Kg de comida producido y Kg de CO2 emitido, podemos saber cual ha sido nuestro impacto positivo medioambiental.

Nuestra estrategia de crecimiento va de la mano de una reducción todavía mayor de emisiones innecesarias de CO2.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

Economía circular

Comunicación ambiental

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

Se comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

32.1. Información adicional

Como empresa de impacto medioambiental, tenemos un control sobre nuestras métricas, ya que es esencial que podamos comunicarlas a los inversores de la empresa.

Periódicamente se realizan informes sobre el impacto generado.

Igualmente está planeado incluir en la web de la empresa y a los usuarios en general, la cantidad de CO2 innecesario que se ha evitado usando nuestra APP.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

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

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

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

10

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Desde Nice To Eat You estamos apostando por la redistribución del excedente de manera que pueda llegar a familias que lo necesitan (Lotes Solidarios). Cómo puede ser que se tire comida al tiempo que hay personas que no tienen acceso a una alimentación saludable. Creemos que la redistribución con nuestra APP es posible. Eliminamos costes de gestión a las ONGS y servicios sociales y damos la oportunidad de que familias necesitadas puedan acceder a la comida que más les gusta a través de nuestra aplicación.

Este es el punto fuerte de nuestro proyecto que además nos diferencia de otros proyectos con modelos de negocio parecidos al nuestro.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

En nuestro caso, la mejora va de la mano del crecimiento. El modelo de negocio y la actividad ha sido evaluada y por ahora no es necesario que pivoteemos hacia nuevas vías. Eso sí, si queremos ser un proyecto de impacto real, necesitamos crear una red de ONGs para que el proyecto de Lotes Solidarios sea una solución real con un impacto positivo notable y tangible. Al mismo tiempo hemos de aumentar nuestra red de comercios colaboradores y para ello es necesaria la creación de una estrategia efectiva para la captación de comercios.

El éxito de nuestro negocio va de la mano del aumento de comercios colaboradores, aumento de usuarios y usuarias y consolidación de la red de ONGs y servicios sociales colaboradores. El impacto social y ambiental que tengamos, va conectado directamente

con el éxito de nuestra empresa.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

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

Si

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?

- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.