

## RSA - AUTONOMOS-AS

---

### Empresa evaluada

**EVA MUNIESA DIAUS - Arte a Bocados**

CIF:251\*\*\*\*\*

50410 - Cuarte de Huerva

### 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](http://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)

Se consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

#### **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?**

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

##### **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?**

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

##### **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.**

Sabemos que existen, pero no los tenemos identificados específicamente

##### **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?**

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

### 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?

Se tienen en cuenta normas y códigos de referencia en el sector

#### 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 somo 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?

Estoy actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### 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?

No existe Plan de RS, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

#### 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?

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que

tenemos con ellos

### **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?**

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

#### **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?**

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información de las características del producto o servicio.

#### **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?**

Se ha realizado la evaluación de riesgos y se gestiona de forma autónoma las obligaciones en prevención de riesgos

#### **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 prevención es poca para nuestro cuidado.

## **PROVEEDORES**

## **Compras responsables**

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de 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?**

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como, por ejemplo, favorecer la compra local.

## **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?**

Se colabora en algunos planes de forma puntual

#### **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?**

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

#### **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?**

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

##### **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?**

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

##### **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?**

No de una manera formal

##### **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)**

- 1 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 2 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 3 - Ser un negocio rentable y sostenible en el tiempo

- 4 - Gestionar con ejemplaridad
- 5 - Capacitación y desarrollo profesional
- 6 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 7 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 8 - Disponer de presupuesto
- 9 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
- 10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local

### **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?**

5

### **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)?**

Sí, conozco la Agenda 2030 pero no he establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

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

No