RSA - PYMES

Empresa evaluada

Ana Isabel ZAPATER GAVITO - EL TALLER DE ANA
CIF:25454365N
Huesca nº:29.- 2
22520 - Fraga
Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

El Taller de Ana

02 - Dirección - CP - Población

Calle Jacinto Benavente, 8 - bajo 5
22520 Fraga (Huesca)

03 - Sector. Actividad

Comercio minorista de Pastelería. Organización de eventos. Venta de artículos para fiestas.

04 - Año comienzo actividad.

2015

05 - Número de personas empleadas

Desde octubre de 2021 está contratada una persona con una jornada de 15 horas/semanales

06 - Persona contacto

Ana Isabel Zapater Gavito

07 - E-mail contacto

hola@eltallerdeanafraga.com

08.- Página web

www.eltallerdeanafraga.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)

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

En estos momentos de recesión y subida constante de precios de la mayoría de la materias primas que usamos para la elaboración de nuestros productos, no nos queda más remedio que adecuar constantemente nuestras actuaciones.

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

Si

2.1. Información adicional

Creemos que tanto las grandes como las pequeñas empresas tenemos una responsabilidad para con la sociedad y es necesario actuar en consecuencia con los cambios de cualquier tipo que se generen en ella. Además, es más fácil para una pequeña empresa adaptarse a los cambios más rápidamente

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

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

Sin respuesta

3.1. Información adicional

Sin respuesta

4.- ¿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.

4.1. Información adicional

En caso de que una asociación sin ánimo de lucro solicite nuestra colaboración, estamos dispuestos a apoyar sus acciones, siempre que entre dentro de nuestras posibilidades y no estén en desacuerdo con nuestra filosofía.

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.

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

5.1. Información adicional

Hay diálogo y colaboración con los distintos grupos de interés aunque en este momento no tenemos una estrategia específica dentro del plan de empresa.

6.- ¿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.

6.1. Información adicional

No hemos implantado herramientas específicas para conocer las necesidades de los grupos de interés. Participamos en distintas iniciativas y formamos parte de asociaciones de comerciantes y empresarios de nuestra provincia y comarca para así poder conocer las necesidades de los grupos de interés y en la medida de nuestras posibilidades intentar solventarlas. Una de las herramientas que nos han resultado más útiles para dialogar con los grupos de interés es en realidad las Redes Sociales en las que muchas personas muestran sus inquietudes y necesidades o nos las hacen llegar de manera directa.

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

El Taller de Ana está dirigido por una sólo persona, que fue quién lo fundó y por lo tanto conoce perfectamente los valores y objetivos de la empresa.

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, pero no de manera sistemática o formal

8.1. Información adicional

En el momento en que se contrató a una persona se le informó verbalmente de los objetivos de la empresa y de sus valores. Y es importante que tanto uno como los otros sean compartidos por todas las personas que forman la empresa.

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

Se han valorado distintas actuaciones en Responsabilidad Social y se pondrán en práctica

en los próximos meses.

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

10.1. Información adicional

No existe plan como tal pero se han desarrollado algunas pautas de trabajo y actuación.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿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

11.1. Información adicional

Nuestros clientes nos comunican su satisfacción cada vez que recogen sus encargo o a través de mensajes directos en nuestras RRSS. Además, les animamos a dejar sus opiniones en distintos medios como puede ser Google, Facebook o en la plataforma de venta online con la que trabajamos en la que tenemos una valoración actualizada de 9.7/10
El Taller de Ana es una empresa cuya primera finalidad es la felicidad del cliente. Si eso no se consigue, hemos fallado. Es cierto que no podemos acertar al 100% con todos nuestros trabajos y que algunos de ellos tienen unas expectativas que no se pueden cumplir por diversas razones, pero afortunadamente nuestros clientes nos comunican habitualmente lo feliz que nuestras elaboraciones hicieron a alguien. Nos parece importante contar con clientes que repiten y nuevos clientes que llegan por el boca a boca.

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

En realidad las mejoras se producen por dos cuestiones claras: experiencia y automatización de ciertos pasos, lo que implica poder dar un mayor y mejor servicio sin menoscabo de la calidad. A veces, los mismos clientes no comentan qué les gustaría y si es algo posible, se hace.

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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

No existen planes específicos. Nuestra empresa está localizada en un población pequeña y a veces funciona el método ensayo/error.
Desde primeros del 2022 y con la incorporación de mano de obra, se ha podido recupera la elaboración de algunos productos que se habían retirado porque la carga de trabajo hacía imposible su elaboración. Del mismo moda, eso ha favorecido la entrada de nuevos productos que estaban en "reserva" pero no su desarrollo final no había sido posible por falta de tiempo.

En esta tendencia global por conseguir productos alimentarios más sanos, nuestros productos no contienen conservantes. Es cierto que el tipo de pastelería que realizamos lleva componentes con un alto grado de azúcar, pero no se usa como ingrediente principal, sino más bien como decoración adicional. . Procuramos que nuestros productos sean lo más sanos posible dentro de las limitaciones que tenemos ya que el azúcar es necesario para conseguir ciertas texturas. Se ha estudiado la posibilidad de tener una línea de productos más sana, pero es cierto que necesitaríamos una venta mayor de estos productos para que fuera rentable y de momento es un proyecto a medio plazo.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

Sin respuesta

14.1. Información adicional

Sin respuesta

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

No ofrecemos servicio postventa

15.1. Información adicional

No disponemos de un servicio postventa como tal ya que no es habitual tener incidencias. Las tartas llevan en su embalaje información sobre como debe ser su transporte, mantenimiento e incluso la forma de cortarlas, pero además, resolvemos cualquier duda sobre el producto que el cliente pueda tener sobre el mismo una vez abandonado nuestro establecimiento, incluso fuera de nuestro horario de trabajo, ya que entendemos que para el cliente es importante.

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 de las características del producto o servicio.

16.1. Información adicional

Todos los productos están etiquetados conforme a las leyes sanitarias.
En cuanto a servicios como decoración de eventos, en el pedido se indican las condiciones del servicio, el precio y cualquier otro detalle que creemos que debe ser del conocimiento

del cliente.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

No se evalúa

17.1. Información adicional

No se han establecido mecanismos de medición de la satisfacción más allá de las conversaciones que tenemos diariamente.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

No se han desarrollando actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

Al haber sólo una empleada, no se han creado planes específicos.

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 aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

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

En realidad no existen planes específicos. En nuestro caso se ha decidido un horario que sea compatible con las necesidades de la empresa y de la empleada.

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

Durante este ultimo año, Pilar ha decidido no hacer ninguna formación, pero estamos barajando la posibilidad de que realice alguna que le permita mejorar en algunos puntos.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

Sin respuesta

21.1. Información adicional.

Sin respuesta

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Sin respuesta

22.1. Información adicional.

Sin respuesta

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Sin respuesta

23.1. Información adicional.

Sin respuesta

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

Sin respuesta

24.1. Información adicional.

Sin respuesta

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?

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización sin planificación específica

25.1. Información adicional.

Se colabora con entidades sociales y organizaciones sin ánimo de lucro que lo soliciten, siempre que estén dentro de nuestras posibilidades y alineadas con nuestros valores y filosofía. . En algunos casos nosotros hemos propuesto actuaciones de las cuales algunas se han llevado a término y otras no. Desde marzo del 2020 no se colabora en actuaciones presenciales ya que quedaron anuladas y ahora que la situación está normalizada se

están estudiando nuevas actividades.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

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

Se realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

26.1. Información adicional.

Si que es cierto que la colaboración con entidades sociales de la zona ayudan a poner la empresa en el mapa, pero creemos que es más bien algo necesario colaborar siempre que nos sea posible como una forma de devolver a la sociedad el apoyo que deposita en nuestra empresa.
Hasta el año 2019 se realizaron talleres con colegios, escuelas infantiles, campus de verano y familiares de elaboración de galletas y tartas. En muchos casos, el importe abonado por la actividad es simbólico cuando no gratuito. En octubre del 2021 la empresa cambió de ubicación y en los nuevos locales no hay sitio para la realización de estos talleres, no obstante, dada la gran demanda, estamos buscando localizaciones alternativas para poder retomarlos en breve.

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

27.1. Información adicional

Se comparten con los grupos de interés a través de las RRSS.

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?

No se comunican

28.1. Información adicional

No se cuenta con un plan de comunicación en este sentido.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

No existe una planificación para estos temas.

29.1. Información adicional.

No existe una evaluación específica pero se sabe en qué aspectos podemos evitar residuos innecesarios y se ha mejorado en varios aspectos de la gestión medioambiental. Por normativa sanitaria hay aspectos en los que no podemos hacer cambios, por más que nos gustase, pero excepto en un caso, los embalajes son de cartón o papel. Y el menaje es de papel o pulpa de caña o palma, siempre compostable.

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?

No existen actividades en marcha

30.1. Información adicional.

No específicamente, excepto en el embalaje y el reciclado correcto de residuos. También en los productos de limpieza que son ecológicos en su mayor parte y en el ahorro y uso eficiente del agua y de la luz.

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

Sin respuesta

31.1. Información adicional

Sin respuesta

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?

No de una manera formal

32.1. Información adicional

Nuestra comunicación es en su mayor parte a través de las RRSS. En ellas se informa de los cambios que se realizan en materia de embalajes, por ejemplo y esto también se comunica al comprar ciertos productos.

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 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo

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

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?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Creo que uno de los puntos fuertes de la empresa es el hecho de trabajar únicamente sobre pedido. Los productos son elaborados cuando los requiere el cliente, con una fecha de entrega concertada y sólo se producen las cantidades que se ya están vendidas de antemano. Eso reduce casi a 0 la cantidad de comida que se tira, ya que no hay producción sobrante. Hay producto a la venta para clientes de paso, pero los de caducidad más corta se mantienen congelados y en cualquier caso las producciones son pequeñas y se van renovando conforme se van acabando para reducir el número de producto que puede acabar en la basura.
El hecho de hacer los productos bajo encargo facilita la seguridad alimentaria del consumidor, teniendo en cuenta sus alergias y/o intolerancias alimentarias. Además de la reducción del azúcar con respecto a productos similares de tipo industrial y a la utilización de materias primas de primera calidad que inciden en la salud del consumidor.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

A pesar de ser ya dos peronas trabajando en el obrador no hay ningún plan específico. Se necesitaría un poco más de organización para llevar a cabo acciones enfocadas a la rentabilidad de la empresa y a su innovación en distintos campos.

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 pero no ha establecido ningún compromiso 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 3. Salud y bienestar.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.