

## RSA - AUTONOMOS-AS

### Empresa evaluada

**Peluquería SILVIA LILIANA FREITAS ZUMAETA**  
CIF:734\*\*\*\*\*  
50006 - Zaragoza

### DATOS DE LA EMPRESA

#### 01 - Denominación de la organización

Style Fresh Peluquería y Estética. Provee asesoramiento de Imagen, entregando soluciones a sus clientes. Brindando Servicios de Alta peluquería y estética con una atención personalizada.

#### 03 - Sector. Actividad

Servicios de peluquería señoras y caballeros y tratamientos de belleza personal y de micropigmentación

#### 04 - Año comienzo actividad.

La empresa inició su actividad el 1 de Junio 2016

#### 05 - Persona de contacto

Silvia Liliana Freitas Zumaeta

#### 07.- Página web

No disponemos de pagina Web solo redes Sociales

### 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, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

#### 1.1. Información adicional.

Estos temas son importantes para el negocio ya que la toma de decisiones del gobierno en tema de impuestos afecta en la rentabilidad del negocio y por tanto del sector. Para ser competitivo es necesario tener una estrategia de marketing muy buena, usando productos que cuiden la salud y el medio ambiente; recogiendo los productos usados adecuadamente. Poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio a largo plazo; nuestras acciones positivas causan impacto en los usuarios y finalmente en el resultado económico a obtener.

### **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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo

##### **2.1.- Información adicional.**

Para que el negocio sea rentable , tenemos un plan de reducción de costos como la energía con equipos electrónicos y luces led con alto lumen y bajo consumo de energía, con productos que luego son reciclados.

#### **3 - ¿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

##### **3.1. Información adicional.**

Existe un precio reducido de los servicios a los Jubilados y los menores protegidos por el estado, los productos como las agujas, y cuchillas de afeitar son recogidos y reciclados para proteger la salud de los que pudieran entrar en contacto con dicho material. por lo tanto estas acciones sociales tienen un impacto económico y ambientales.

### **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.**

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

##### **4.1. Comentarios**

Es muy importante conocer al cliente, saber que tipo de tratamiento se le esta dando para cuando regrese se retome y se le pueda sugerir algún tratamiento específico. los proveedores son muy importantes por que ellos nos proveen los productos a utilizar por tanto tiene que haber una comunicación estrecha tanto con proveedores y clientes.

#### **5 - ¿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

### 5.1. Comentarios

Hay una estrecha comunicación con los proveedores, mediante reuniones personales y grupales de los nuevos productos y formas de aplicación, Se tiene una tarjeta de datos tipo encuesta del cliente para darle un tratamiento personalizado.

## Gobierno

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

Existe un documento con normas o pautas de actuación

### 6.1. Comentarios

Existe un código de conducta que se revisa periódicamente de acuerdo cómo evoluciona la empresa y en congruencia con las normas laborales y de seguridad del sector

## Plan de Responsabilidad Social

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

Estoy inmerso en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social

### 7.1. - Comentarios

La empresa es reciente por tanto el plan se encuentra en desarrollo.

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ....

### 8.1. - Comentarios

Style Fresh se plantea objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta su plan de negocio, mercado, competencia, cumpliendo con las normativas legales de la comunidad y el estado.

## CLIENTES

### Satisfacción de Clientes.

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

### 9.1. - Comentarios.

Se conoce la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos y se realiza encuestas a los clientes para saber su satisfacción de clientes a través de una metodología y la mejor medida de la satisfacción es el retorno del

cliente de forma periódica.

#### **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**

El cliente es informado de los diferentes productos utilizados, a fin de que no el uso de algún producto le afecte a su salud ya que hay personas que son alérgicas y podrían tener rechazo a algún producto. Se le informa de los precios de los servicios de forma transparente para que no haya malas interpretaciones.

##### **11 - ¿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

###### **11.1.- Información adicional**

Se cuida la salud e higiene del cliente.

Se cuida la salud e higiene del estilista.

El local está en buenas condiciones para realizar los trabajos,

La información del producto o servicio es clara y transparente,

El cliente es informado del servicio en forma clara y se espera su conformidad para iniciar con el servicio a entregar.

#### **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**

Se ha realizado un curso de prevención de riesgos laborales.

Los materiales de trabajo son los más adecuados a cada trabajador para que no afecte su salud,

Los materiales que son peligrosos como cuchillas navajas de afeitar agujas para la micropigmentación son recogidos por una empresa autorizada.

El personal que labora tiene una revisión médica anual.

#### **PROVEEDORES**

##### **Compras responsables**

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

## **servicios?**

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

### **13.1.- Información adicional**

La adquisición de productos se realicen de forma responsable con el medio ambiente, Solo se compran productos necesarios ya que en el sector van saliendo productos nuevos. Sí se trata de contribuir con la industria local se realiza compra de productos en nuestra localidad.

## **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?**

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

## **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?**

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

### **15.1. Información adicional**

Se colabora con la formación de personas que son del sector con un convenio con el Centro de Formación San Valero

Se colabora con la comunidad mediante atenciones a niños tutelados por la seguridad social.

Se colabora con los Jubilados.

### **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

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

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

### **16.1. Información adicional**

Las acciones para colaborar con nuestra sociedad son voluntad de la empresa, estamos publicando nuestras buenas prácticas en las redes sociales.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

Se evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para separar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

#### **17.1. Información adicional.**

la empresa dispone de formas de actuar en caso de que se encuentre algún cliente con alguna enfermedad que podría ser contagiosa y no contaminar a otros clientes.

### **Economía circular y comunicación**

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

Se ha comenzado a integrar en el negocio los conceptos de la economía circular y se ha definido un plan de acciones para su desarrollo.

#### **18.1. Información adicional**

Hemos estado utilizando toallas desechables y hemos decidido utilizar toallas de algodón, por qué es un material de varios usos, es lavado para su siguiente, es un material de larga duración. el producto es natural y por lo tanto es biodegradable favoreciendo al medio ambiente cuando es desecharo.

**19 - 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.

#### **19.1. Información adicional**

Se comunica a los proveedores si hay algún producto que es perjudicial y/o afecta a la salud del cliente

El cliente es informado que tipo de producto estamos utilizando.

El autónomo está informado de la evolución de los planes y como avanza la gestión de los mismos.

## **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 - Ser un negocio rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Disponer de presupuesto
- 3 - Capacitación y desarrollo profesional

- 4 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 5 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
- 6 - Gestionar con ejemplaridad
- 7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 8 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 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?**

8

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

**22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

los puntos fuertes de la empresa son :

- 1.- La comunicación y fomento de buenas prácticas mediante la existencia de planes de comunicación y relaciones con los medios y redes sociales.
  - 2.- Clasificación y evaluación de proveedores con Mecanismos que ayudan a conocer y clasificar y evaluar a los proveedores, por ejemplo requisitos de Responsabilidad Social, mejores prácticas, cumplimiento de normativas laborales, fiscales, medioambientales y de prevención de riesgos laborales
- Calidad del servicio y Transparencia informativa.
- 3.- la empresa proporciona información clara y honesta de su oferta comercial, políticas de precio, contratos, condiciones de pago y entrega. Gestión de las reclamaciones de los clientes.
  - 4.- La Satisfacción de Clientes es esencial y fundamental para el crecimiento de la empresa por tanto la calidad profesional es la mejor.

**23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?**

Áreas a mejora:

- 1.- Se puede mejorar en la adquisición de productos no invasivos para la salud del cliente
- 2.- Mejorar la evaluación y seguimiento de las medidas de responsabilidad social
- 3.- Analizar el impacto de las medidas para poder corregir y/o mejorar las medidas adoptadas

### 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?**

Si

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

- ODS 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.