

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**Marisol MORELL PURDONÉS - PELUQUERÍA Y ESTÉTICA**  
CIF:78088569G  
C/Jaime I nº:6.-  
22400 - Monzón  
Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Marisol Morell Peluquería y Estética

#### 02 - Dirección - CP - Población

Jaime I nº6 22400 Monzón

#### 03 - Sector. Actividad

Servicios/peluqueira

#### 04 - Año comienzo actividad.

2015

#### 05 - Número de personas empleadas

3

#### 06 - Persona contacto

Marisol Morell

#### 07 - E-mail contacto

[Marisolmorell@gmail.com](mailto:Marisolmorell@gmail.com)

#### 08.- Página web

[Marisolmorell.com](http://Marisolmorell.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**

aun siendo pequeñísima empresa algo tan insignificante como un pequeño cambio en el gobierno puede afectarnos muchísimo

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

No

#### **2.1. Información adicional**

aun intentándolo de forma individual o colectiva hace falta hacer muchísima fuerza y mucho ruido para que nos lleguen a escuchar, en el caso de las peluquerías llevamos muchos años luchando con la bajada del IVA ya que se nos considera a veces... primera necesidad

### **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?**

No hay una planificación formal en la organización

#### **3.1. Información adicional**

en el momento de la apertura de nuestro centro en ningún momento se nos habló de estos retos... esta la cosa muy anticuada

**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**

nosotras por nuestra cuenta hacemos pequeñas campañas pero algo insivujigual como empresa, sin más

### **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**

Les escuchamos a los clientes y luego le preguntamos . a los proveedores hacemos reuniones.

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

### **6.1. Información adicional**

en nuestro equipo siempre usamos la técnica 20%-80%

hablamos un 20% escuchamos un 80%

siempre que hablamos hacemos preguntas directas y solo así sabemos que necesita nuestra clientela

## **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?**

Existe un documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

#### **7.1. Información adicional**

a parte de lo que se pueda hablara, entregamos un dossier para que puedan empezar a trabajar cómodamente y la misma semana recibe la formación de riesgos laborales

### **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**

en nuestra empresa lo hablamos todo y lo decidimos todo en equis, ya que somos pocas y eso nos une mas

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### **9.1. Información adicional**

siempre he intentado tener en cuenta la familia, el ocio y el bienestar de mis chicas pero no habiamos hecho nunca un plan RSE poco a poco lo iremos introduciendo

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

#### **10.1. Información adicional**

nuestro objetivo es que la empresa tire para delante pero sin olvidar el tiempo de la familia y el ocio de nuestro equipo

## **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**

a todas nuestras clientas cuando se termina el servicio y siempre antes de cobrarles se les pregunta que tal a ido la experiencia, así mismo, se le facilita un enlace para que puedan opinar en redes sociales

#### **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**

cuando un cliente no sale satisfecho, se estudia el caso, si podemos lo solucionamos al momento, si no se le cita para otro día pero siempre buscamos una solución y la satisfacción de nuestro cliente

### **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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

##### **13.1. Información adicional**

a parte de todas las novedades del mercado y nuevas tendencias, solemos hablar con nuestras clientas, preguntando sus inquietudes y lo que les gustaria tener cerca de casa, una vez tenemos las respuestas, analizamos inversión y beneficio, y si nos es factible tiramos hacia delante con nuevos servicios o productos

### **Calidad de los productos y servicios**

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

##### **14.1. Información adicional**

cuando nuestra firma lanza un producto nuevo, nos interesamos por la manera de procesarlo, cada vez mas, nuestros productos son muy responsables con el medio ambiente, teniendo varios sellos que los certifican. Antes de lanzarlo al mercado español, la firma confía en mi para probarlo y hacer una ficha de diagnostico y resultado, haciendo estudios en varias clientas y tipologías de cabello, así, nuestra clientela puede probar los productos gratuitamente y fidelizan sus tratamientos conmigo. una vez probados y aceptados, hacemos una propuesta comercial, donde lanzamos la novedad con promoción para que todo el mundo pueda probarlo

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

##### **15.1. Información adicional**

cuando una clienta compra un producto para mantenimiento en su casa, nuestro deber es hacer un seguimiento, preguntamos que tal le ha ido el producto, si encuentra a faltar suavidad o nutrición en su cabello, para poder continuar con el mismo producto o ofrecerle otro distinto. También es muy importante hablarle de la cantidad de producto a utilizar en casa y la manera de utilizarlo, ya que son productos con principios activos muy concentrados y es conveniente utilizar muy poquito y de una forma específica para que los productos sean efectivos

### **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**

cuando ofrecemos un productos, es muy importante explicarle a la clienta sus principios activos y los beneficios que tiene, solo así ella entenderá el beneficio que tiene en si cabello o piel, así mismo disponemos de todas las fichas técnicas de todos los productos por si alguna clienta nos lo pide o incluso yo misma se lo facilito en el caso de que haya alguna sospecha por intolerancia o alergia para que pueda ir a su medico con la ficha

### **PERSONAS EMPLEADAS**

#### **Satisfacción de las personas empleadas**

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

##### **17.1. Información adicional**

cada 2 meses hacemos una Reunión y comentamos todos lo que pasa en la peluquería, si estamos bien o si ha pasado algo en ese momento. s en que podemos mejorar y en que somos las mejores para fomentarlo. además de las reuniones que podamos tener en el

salón, me gusta hacer pequeñas salidas para comer o pasar rato juntas y así crear vínculo afectivo con mi equipo, pasamos muchísimas horas juntas y no todo es tan bajar

## **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 desarrollado actividades en esta materia

### **18.1. Información adicional.**

en el caso de nuestro equipo, hemos tenido compañeras trans, homosexuales, de otros países o con pequeñas discapacidades, considero que nadie es distinto a nadie y no tolero la discriminación, sea del tipo que sea, nunca hemos tenido ningún problema por que nos consideramos familia, si algún día hubiera alguien que no es tolerante automáticamente quedaría excludo del equipo

## **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 conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.**

soi muy consciente de la importancia de pasar tiempo en familia o de ocio, por eso nuestros horarios son flexibles y preferimos madrugar para terminar pronto la jornada y pasar las tarde en familia, en verano cerramos a las 3 y en invierno empezamos a las 7, para terminar pronto y si podemos a las 5 estar en casa. por eso no atendemos sin cita previa, por que si no estaríamos todo el día como esclavas, y eso aborrece al equipo y no rinde, lo mejor es que puedan tener una vida fuera del trabajo

## **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.**

ofrecemos formaciones a todas nuestras empleadas, tenemos las obligatorias, que seria las que necesitaría para poder utilizar, productos o aparatologias la cual se renueva todos los años y tenemos las que no son obligatorias que serian mas de reciclaje, nuevas tendencias y ventas

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

#### **21.1. Información adicional.**

como formadora de profesionales del sector de la peluquería, creo que es muy importante que un equipo este muy bien formado y muy motivado, por eso mismo las charlas motivacionales y los incentivos, forman parte de nuestro protocolo, si un empleado esta motivado, trabaja muy a gusto y se refleja en su trabajo y trato con la clientela

### **Seguridad y Salud**

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

#### **22.1. Información adicional.**

contamos con formación de riesgos laborales donde cada 6 meses recibimos reciclaje, salud postural y a parte me gusta facilitar espacios o enlaces para que puedan tener formaciones online o charlas online

### **PROVEEDORES**

#### **Compras responsables**

#### **23.- ¿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.

#### **23.1. Información adicional.**

Todos nuestros productos son responsables con el medio ambiente disponiendo de varios sellos que lo certifican.

#### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

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.

#### **24.1. Información adicional.**

nuestros proveedores están muy concienciados en este tema y además nos lo transmiten con mucho cariño, por eso les compramos a ellos

## **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.**

colaboramos mensualmente con la asociación contra el cancer, también realizamos varias campañas anuales para poder ayudar a otras organizaciones como el Alzheimer, cancer de mama, niños necesitados o personas con ELA

### **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.**

recogemos cabello para la asociación de mechones solidarios, la cual hace pelucas para personas con cancer. Recogemos material escolar para los niños mas necesitados de la zona y a cambio del material regalamos un peine o una crema de manos. Colaboramos en cortes de cabello solidarios para recaudar dinero para varias asociaciones además de vender varios productos desde todos los beneficios van íntegros a la asociación de la campaña elegida

### **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?**

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no 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?**

No se comunican

## **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 llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

### **29.1. Información adicional.**

reciclamos embases, cartone y todo lo que este dentro de nuestro alcance, todavía no lo tenemos en marcha pero estamos estudiando la manera de rellenar el embate de nuestra clientela para reducir el impacto de plástico, además de ofrecer productos sólidos sin embalaje. Además nuestro centro cuenta con varios materiales reciclados para su decoración, como la recepción, el escaparate, los tocadores y las lámparas, donde se le ha dado una segunda vida a materiales que iban a ser destruidos

## **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.

### **30.1. Información adicional.**

la mayoría de los principios activos de nuestros productos, son de aprovechamiento, ya que nuestra marca trabaja con los residuos naturales de las fábricas de zumos y compotas, además cuenta con un circuito cerrado de agua donde destila y recicla el agua que utiliza para la fabricación de los productos y también es autosuficiente eléctricamente con las placas solares que tienen en los tejados de toda su fábrica, llegando al punto de vender su electricidad. Toda esta información nos gusta compartirla con nuestras clientas para concienciarlas de la importancia de este gesto

## **Economía circular**

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

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

### **31.1. Información adicional**

damos mucha importancia a los productos reciclables y embalses reciclados, así mismo intentamos reutilizar embalses, toallas y otras prendas

## **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 a través de la web y/o RRSS

### **32.1. Información adicional**

nos gusta transmitir todos estos aspectos a nuestros trabajadores y clientes ya que puede ser muy buena publicidad también

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

9

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

**35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

El buen trabajo en equipo

**36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

Mejorar cara el publico la satisfacción para dar un servicio excelente y tener la satisfacción en equipo de trabajo bien hecho

### **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?**

No

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

- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.