Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

EVA DEL RUSTE - MERCADO DEL 13
CIF:177******
50008 - Zaragoza

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Eva del Ruste (Mercado del 13 y Segundas Vidas))

03 - Sector. Actividad

Servicios. Organización de eventos, talleres, diseño y venta de productos con un fin social.

04 - Año comienzo actividad.

Diciembre 2015

05 - Persona de contacto

Eva del Ruste

07.- Página web

evadelruste.es
mercadodel13.com
segundasvidas.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, 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.

- Formo parte activa desde 2013 de algunos de los movimientos llamados de nueva

economía e innovación social, como la Economía del Bien Común que fomenta y promueve valores fundamentales (Solidaridad y Justicia Social, Dignidad Humana, Sostenibilidad medioambiental, Transparencia y participación democrática)

- Durante 2017-2018 he promovido en Zaragoza un proyecto que se desarrolla en otras seis ciudades españolas para visibilizar mujeres con "sentido" de diferentes ámbitos, con el fin de fomentar el diálogo y la escucha activa y el papel de la mujer en la sociedad.

-En 2021 formé parte del equipo Wiki Aragón para visibilizar. editando en Wikipedia, biografías de mujeres referentes aragonesas.

-En 2021, 2022, 2023 he participado en los desfiles de Aragón Fashion Week en el grupo de sostenibilidad y con charlas para difundir las acciones en materia se sostenibilidad ambiental y social que promovemos para facilitar el tránsito hacia una Economía Circular..
- 2022 Adhesión de Declaración Institucional Aragón Circular
- 2022 Soy miembro del Foro Social de la Industria de la Moda de España
- 2023 Soy socia institucional del Clúster de Salud de Madrid.
-2023. Formo parte de la junta directiva de FITCA (Federación de Industrias Textiles de Aragón)

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.

Se plantean y planifican aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo. Tenemos un informe de transparencia de nuestra marca Segundas Vidas en la plataforma de Slow Fashion Next. La idea es ir trabajando los puntos de mejora de la cadena de valor.

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.

Desde el inicio de la actividad he colaborado con pequeñas acciones, comunicación y donaciones con algunas asociaciones y fundaciones de enfermedades raras como Fundación Isabel Gemio, Asociación Treacher Collins, Asem Aragón... También he realizado talleres de imagen para personas con ER, y a algunas personas les arreglo, o regalo ropa adaptándola a su evolución y he realizado un desfile inclusivo de Moda Hexagonal para visibilizar la discapacidad. Me gustaría, poder aportar más recursos y facilitar donaciones para la investigación por lo que estoy trabajando en paralelo con el proyecto Wiki ER-13 y el proyecto de la Tienda del 13.

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.

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

4.1. Comentarios

Los tengo identificados y creo espacios y momentos de conexión para que surja la colaboración entre nosotros y otros agentes; desfile, mercado, talleres... En 2016 creamos un sello que se llama Selección del 13 para agradecer y visibilizar a las marcas y profesionales que nos apoyan en acciones de visibilidad, creo acciones como desfiles de moda o muestras y exposiciones para que se conozcan entre ellos. Tienen un lugar especial en la web y en nuestras presentaciones todos los agentes con lkos que colaboramos estrechamente: empresas, instituciones, asociaciones...

5 - ¿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

5.1. Comentarios

Organizo eventos y talleres en los que invito a participar a los grupos de interés y otros... Las mesas hexagonales tienen como objetivo conectar mediante la interacción, el diálogo y la escucha activa a personas de diferentes ámbitos para fomentar la empatía y relaciones más humanas.

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

Nos basamos a la hora de actuar en los valores fundamentales que promueve la Economía del Bien Común para transformar la realidad que nos rodea. El respeto por la diferencia y la educación, realizar una escucha empática a la hora de entablar relaciones o promover encuentros para intercambiar opiniones son algunos de nuestros pilares.

Plan de Responsabilidad Social

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

Este año se ha elaborado un primer plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

7.1. - Comentarios

Nuestro instrumento para lograr una mejora continua en materia de RSE es utilizar como referencia e instrumento la matriz del Balance de la Economía del Bien Común (BBC)

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

8.1. - Comentarios

El Balance del Bien Común es la herramienta de medición que visibiliza las buenas prácticas. El objetivo es cambiar el beneficio propio por el bien común,y la competencia por la cooperación, para impulsar el nacimiento de otro paradigma económico y social. Una hoja de ruta.

Con la Matriz del Bien Común relacionamos los valores básicos (dignidad humana, solidaridad, sostenibilidad ecológica, justicia social y democracia) con los grupos de interés (empleados, proveedores, clientes, financiadores, soberanía, generaciones futuras, naturaleza), Estamos en evolución y trabajando la segunda semilla.

CLIENTES

Satisfacción de Clientes.

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

9.1. - Comentarios.

Lo hemos hecho con algunos de nuestros clientes en ocasiones.

En los talleres que realizamos dejamos un espacio para sugerencias de mejora y recoger feedback..

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

Procuramos tener en cuenta y trabajar estos aspectos en toda la cadena de valor, tanto de los productos textiles que diseñamos nuevos como de los que transformamos, valorando todo el ciclo de su vida útil. También lo hacemos con los servicios que ofrecemos como son la realización de eventos y talleres para otras empresas y en los propios.

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

Se informa en la web y la procedencia en la etiqueta. Además realizamos ventas y promociones pop up por diferentes ciudades españolas con el objetivo de entablar relaciones cercanas. Hemos creado un nuevo punto de venta en Puerto Venecia y desde allí vamos a lanzar mensajes sobre las 3rR y nuestros proyectos con un monitor digital

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

Tenemos seguros de responsabilidad civil para nuestros eventos, talleres y tiendas.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

13.1.- Información adicional

Tenemos en cuenta aspectos sociales, éticos, laborales, medioambientales...
Promovemos relaciones comerciales sólidas y transparentes con los proveedores, colaboradores que elegimos.
Algunos como trabajar con empresas de inserción, o con colectivos vulnerables. Para crear nuevos productos priorizamos los textiles, fornituras y materiales que procedan de empresas que trabajan con residuos, materiales de desecho, fuera de stock y segunda mano. Priorizamos la compra local y trabajamos con personas de nuestro entorno (comunidad) y con la Asociación de Artesanos de Aragón.

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?

Se colabora en proyectos afines los valores con una planificación formal

15.1. Información adicional

Mercado del 13 es en su esencia social, nace para dar visibilidad a las Enfermedades Raras y sensibilizar .fomentando un consumo cosciente y responsable vinculado a las ER y la economía circular. Desde el inicio colaboramos con asociaciones, fundaciones, empresas, universidad y la administración para llevar a acabo nuestras acciones de visibilización y sensibilización. En 2021 pusimos en marcha para impulsar aún más este fin un proyecto de moda sostenible y estilismo consciente "Segundas Vidas"
abriendo un espacio físico en la ciudad.

En 2020 realizamos talleres de sensibilización en varios colegios de Aragón y más de 300 escolares conocieron las ER . El 90% de ellos escucharon hablar de estas enfermedades por primera vez.

En 2020 el ITA y Gobierno de Aragón seleccionaron a Mercado del 13 y el proyecto Wiki ER13 para formar parte del programa Innoidea. Gracias a este impulso tecnológico durante 2021 hemos desarrollado una herramienta que esperamos pueda mejorar considerablemente la enciclopedia digital de las ER (Wiki ER13) y lograr así un mayor impacto que beneficie a los afectados, profesionales de la salud y la sociedad.

Nos gustaría generar recursos para apoyar la investigación de las ER, Renovar el acuerdo de colaboración con el Centro de Investigación Sanitaria de Aragón (IISA) y con otras entidades a nivel nacional con las que esperamos lograr acuerdos.
En 2022 y 2023 nos han seleccionado para formar parte del Foro ético de la moda junto a una representación de empresas, ongs y de instituciones a nivel nacional y nos han incluido en el Clúster de Salud de Madrid como socios institucionales por los proyectos de Mercado del 13 y Wiki ER-13.
En 2023 hemos creado un acuerdo de colaboración con la Universidad Tecnológica de Chile para trabajar con los estudiantes de Ingeniería una plataforma tecnológica para Wiki ER-13.

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 las actividades y proyectos a través de la web y RRSS de forma sistemática

16.1. Información adicional

Tenemos presencia en las principales redes sociales y somos proactivos en la comunicación, colaboramos con otros profesionales y personas de toda España en red. Notificamos nuestras acciones y eventos relacionados con la visibilidad de las ER a los medios de comunicación mediante notas de prensa.

Tenemos algunas métricas de impactos en prensa generados durante estos años y de los museos en Aragón; más de catorce mil personas han asistido a alguno de los cinco eventos realizados en ellos.

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.

El packaging mínimo, compra de productos con certificados de bosques controlados, algodón orgánico, envases compostables... la reutilización de productos, la segunda mano y dotar de nuevos usos y vida a los objetos que nos rodean en especial ropa y complementos y la creación de una marca de moda sostenible "Segundas Vidas" especializada en la segunda mano.
El reciclaje de basura, control del agua en la ducha. y beber agua del grifo para minimizar el uso de plásticos, la movilidad diaria por la ciudad, a pie y también haciendo uso de transporte público.

Economía circular y comunicación

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

Los principios de economía circular están integrados en el negocio, y se cuenta con una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

18.1. Información adicional

Conocemos los principios de la Economía Circular y ponemos en marcha acciones que nos acerquen a transitar hacia ella de forma gradual y además las comunicamos para que lleguen a la sociedad. Algunas de ellas como los desfiles de moda que organizamos, propios o en los que participamos, nos ayudan a cambiar el concepto y estigma social que aún perdura en la sociedad con la ropa de segunda mano.

Nos juntamos con otras organizaciones para potenciar el mensaje. Hemos desfilado con este objetivo con la asociación de Joyería Sostenible en Ifema (Madrid) en 2023

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 a través de la web y/o RRSS

19.1. Información adicional

Estamos evolucionando y definiendo nuevas líneas de negocio por lo que en la nueva web y tienda online queda reflejado tanto nuestra posición como la de las empresas que nos

acompañan promocionando el consumo responsable. Asistimos a encuentros, impartimos talleres, charlas, creamos pop ups itinerantes y formamos parte de otros movimientos de Moda Sostenible; Slow Fashion Next, Fashion Revolution o la comunidad Acción por el Clima comunicando estas acciones y otras en redes sociales. Asistimos a ferias especializadas como Bio Cultura con venta y charlas para acercar las buenas prácticas que desarrollamos con el objetivo de inspirar a la acción a otros.

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 - Gestionar con ejemplaridad
2 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
3 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
4 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
5 - Ser un negocio rentable y sostenible en el tiempo
6 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
7 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
8 - Ofrecer productos y servicios de calidad
9 - Capacitación y desarrollo profesional
10 - Disponer de presupuesto

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?

Empatía, flexibilidad y conexión con las personas y el entorno.
La forma más emocional de comunicar la visibilidad de las Enfermedades Raras; qué acciones se realizan, cómo y con quién se llevan a cabo porque ahí está la diferencia respecto a otras empresas, asociaciones...

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Me gustaría dedicar tiempo para medir los impactos producidos y los intangibles para generar retorno económico y seguir creando más valor.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, conozco la Agenda 2030 y tengo un compromiso público 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 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.