

RSA - AUTONOMOS

Empresa evaluada

**CRISTINA CASTEJÓN URQUIJO - C DE
CONTAR**

CIF:29109735S

Avda. Academia General Militar nº:75.- 3ºC

50015 - Zaragoza

Zaragoza

01 DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Soy autónoma, mi nombre es CRISTINA CASTEJÓN URQUIJO

Mi nombre en redes sociales y web es C de CONTAR

02 - Dirección - CP - POBLACION

Avda, de la Academia General Militar, 75 3º 50015 ZGZ

Coworking:

Zaragoza Activa

Más de las Matas, 20 50014 ZGZ

03 - Sector. Actividad

REDACCIÓN Y CREACIÓN DE CONTENIDO. FORMACIÓN

04 - Año comienzo actividad.

2019

05 - Persona de contacto

CRISTINA CASTEJÓN URQUIJO

06 - e-mail contacto:

ccastejonurquijo@gmail.com

07.- Página web

www.cdecontar.com

1 GENERAL

Las empresas que se hallan a la vanguardia en la creación de modelos de negocio novedosos han descubierto que el compromiso de abordar problemas sociales puede ser un aspecto clave a la hora de favorecer una cultura de empresa que conduce a unos beneficios y rendimientos elevados.

Las empresas responsables tienen en cuenta el enfoque sobre la esfera de influencia de la organización (responsabilidad sobre otros) y la evaluación de sus impactos (cambios positivos

o negativos en la sociedad), así como una serie de principios de actuación responsable a seguir y tareas en las que trabajar:

- Responsabilidad: en el sentido de poder responder por las decisiones o actividades de la empresa, impactos en la sociedad o el medio ambiente ante las autoridades legales o sus grupos de interés.
- Transparencia: apertura en las decisiones y actividades que afectan a la sociedad, a la economía o el medio ambiente, y la voluntad de comunicarlas de una manera clara, precisa, oportuna, honesta y completa.
- Ética: comportamientos que son acordes con los principios aceptados del derecho y la buena conducta en el contexto de una situación concreta y de acuerdo con los estándares y normas nacionales o internacionales
- Respeto y conocimiento de los grupos de interés o stakeholders, individuales o grupales, que tienen interés en alguna decisión o actividad de la organización.
- Cumplimiento de la ley
- Cumplimiento de los derechos humanos y su importancia a la hora de respetarlos y promoverlos.

Uno de los aspectos más significativos en la gestión responsable es la proactividad y anticipación a la hora de conocer las necesidades y expectativas de sus grupos de interés. Disponer de una organización "alineada con" y "apoyada por" sus grupos de interés es la posibilidad de contar con auténticos embajadores de la marca que contribuyen a generar confianza, incrementar la reputación de la empresa y, con ella, el negocio.

Este bloque del cuestionario incluirá preguntas sobre cómo las empresas se enfrentan a contextos, conceptos y tendencias novedosas con el objetivo de valorar cómo dan respuesta e incorporan estos aspectos en su gestión diaria de forma responsable y sostenible en el tiempo. En este sentido, las preguntas se desglosarán en los siguientes ámbitos y se desarrollarán preguntas para responder a cuestiones como:

1. Tendencias globales: importancia para su negocio y la forma de incluir en su gestión diaria, los distintos retos económicos, sociales y ambientales.
2. Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales: incluir nuevas formas de gestión alineado con la estrategia de negocio.
3. Diálogo con los grupos de interés: conocimiento de sus grupos de interés y vías de comunicación definidas con ellos
4. Gobierno de la empresa: existencia de protocolos/pautas de actuación/códigos de conducta a disposición de las personas que trabajan en la empresa.
5. Plan de Responsabilidad Social: existencia de planes de actuación, seguimiento y evaluación integrados con su negocio.

1.a Tendencias Globales

Importancia para su negocio y la forma de incluir en su gestión diaria, los distintos retos económicos, sociales y ambientales.

1 - Considera que su negocio tiene en cuenta o se ve afectado, directa o indirectamente, por temas globales y generales como por ejemplo:

- **Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...**

- **Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas,)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,)**
- **Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación....)**

Estos temas son importantes para el negocio 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.

- Económicos cumplimiento de la legalidad...
- Políticos, cambios de gobierno y/o alianzas con Administraciones Públicas,)
- Tecnológicos, cambios en medios digitales, redes sociales
- Sociales conciliación de la vida personal y profesional, formación....)

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

Incluir nuevas formas de gestión alineado con la estrategia de negocio.

2 - Al planificar la actividad de su negocio, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Se plantean y planifican de forma voluntaria específicamente en el corto, medio y el éxito a largo plazo del negocio

2.1.- Información adicional.

Se plantean y planifican de forma voluntaria, en el medio y el éxito a largo plazo del negocio

3 - ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales?

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

3.1. Información adicional.

Se destina una cantidad, en función de los planes que se pongan en marcha, recursos consistentes en horas de mi tiempo para programas de emprendimiento y educación en valores para estudiantes de instituto y colegios

1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

Conocimiento de sus grupos de interés y vías de comunicación definidas con ellos

4 - Tiene identificados en su negocio 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..

Se conocen los grupos de interes con los que interactuamos en la actividad del negocio

4.1. Comentarios

Se conocen los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad del negocio: Proveedores (gestión impuestos), clientes (se fomenta el diálogo presencial y digital), posibles colaboradores (compañeros de La Colaboradora)

5 - ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

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

5.1. Comentarios

Se disponen de mecanismos formales como encuestas y reuniones informativas y valorativas para conocer la opinión de los grupos de interés. en el caso de colaboradores además se da la opción de una valoración que hasta ahora ha sido muy positiva.

1.d Gobierno

Existencia de protocolos/pautas de actuación/códigos de conducta

6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o códigos éticos?

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

6.1. Comentarios

por ejemplo tener un código ético, como cumplirlo, misión o propósito, visión (mi propósito en 5 años) y valores (principios éticos en los que se sustenta el plan)

1.e Plan de Responsabilidad Social

Existencia de planes de actuación, seguimiento y evaluación integrados con el negocio

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

No se ha trabajado esta materia.

En caso de responder a una de las tres primeras opciones, pasar a la pregunta 9.

7.1. - Comentarios

Mi actividad empresarial es muy reciente, 2018 y aun no se ha planteado

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

No se plantean objetivos ni indicadores

8.1. - Comentarios

por que

2 CLIENTES

Los clientes, como grupo de interés clave, es sin duda prescriptor y fuente de recomendación activa del negocio. Mediante la compra de productos y servicios, son los que mejor saben si lo que afirma hacer una empresa es cierto o no, si cumple con sus promesas y las expectativas

que ha generado previamente.

Los autónomos responsables crean modelos comerciales en los que prestan a sus clientes servicios eficientes y de calidad. Modelos en los que se integran la escucha de sus necesidades y expectativas, siendo esta integración un requisito esencial para lograr el importante apoyo que necesita un negocio y poder desarrollar con éxito su actividad de forma sostenible a largo plazo.

La forma de operar y la relación comercial del autónomo/a en su mercado es un indicador fundamental de cómo se integran las preocupaciones sociales, éticas y medioambientales en su estructura organizativa y proceso de toma de decisiones internas.

Este bloque incluye preguntas para valorar el compromiso del autónomo con la creación de valor para el cliente, la forma de establecer con él una relación a largo plazo, conocer cómo proporcionar la mejor respuesta profesional a los clientes a través de soluciones adecuadas a sus necesidades de forma transparente y sencilla.

En este sentido, las preguntas se desglosarán en los siguientes ámbitos y se desarrollarán preguntas para responder cuestiones como:

1. Satisfacción de cliente: conocer si se realizan evaluaciones de la satisfacción del cliente, se analizan los resultados y se ponen en marcha planes de mejora.
2. Calidad del servicios y Transparencia informativa: los autónomos/as proporcionan productos y servicios responsables y competitivos, asegurando que existen especificaciones técnicas en su caso, cumpliendo medidas de seguridad, salud, medio ambiente, así como las condiciones de uso/conservación, y respondiendo ágilmente en caso de defectos en diseño, fabricación o distribución adaptando medidas para su reparación, así como gestión del servicio postventa. Se 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.

2.a Satisfacción de Clientes.

Conocer si los autónomos/as realizan evaluaciones de la satisfacción del cliente, se analizan los resultados y se ponen en marcha planes de mejora.

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

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

9.1. - Comentarios.

Se conoce la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica mediante varios metodos:

- conversacion o entrevista posterior, preguntas ¿en qué te ayudado? ¿por que viniste a mi y que le recomendarías a un amigo? qué le dirías de mi a alguien
- encuestas tras la formación, puntuable con estrellitas y comentarios

2.b Calidad del servicio y Transparencia informativa.

Los autónomos/as proporcionan productos y servicios responsables y competitivos, asegurando que existen especificaciones técnicas en su caso, cumpliendo medidas de seguridad, salud, medio ambiente, así como las condiciones de uso/conservación, y

respondiendo ágilmente en caso de defectos en diseño, fabricación o distribución adoptando medidas para su reparación, así como gestión del servicio postventa. Los autónomos/as proporcionan información clara y honesta de su oferta comercial, políticas de precio, contratos, condiciones de pago y entrega. Gestión de las reclamaciones de los clientes.

10 - ¿Cómo realiza en su negocio la puesta en el mercado del producto o servicio?

Se comercializa el producto/servicio y se ofrece de manera proactiva al cliente información transparente.

10.1. - Información adicional

Se ofrece material formativo y presentación en las jornadas de formación Interactuación y colaboración posterior con mis alumnos y clientes en redes y emails.

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 comercializa el servicio y ofrezco de manera proactiva y transparente al cliente información.

Se adaptan los servicios de redacción (planes de servicios) y formación (módulos) a cada cliente para que sean eficaces y respondan a sus necesidades. Se muestran en portfolio de servicios, en redes sociales...

3 PERSONAS EMPLEADAS

En este bloque se ha tenido en cuenta que el cuestionario está dirigido a Autónomos que no tienen personas empleadas a su cargo. Sin embargo, resaltamos que en el caso de incrementar las personas de la empresa, es fundamental incluir en todas las fases del ciclo de gestión de Recursos Humanos (selección, contratación, sistema de objetivos e incentivos, desarrollo, evaluación, formación, mecanismos de conciliación, mecanismos de fidelización de empleados, despidos, libertad de asociación, salud, seguridad, etc.) criterios y medidas que garanticen el bienestar de los empleados en cumplimiento con los compromisos impuestos por normativa legal y de forma voluntaria, más allá de las obligaciones legales mínimas.

En este sentido, se realizará una pregunta dentro del ámbito de Seguridad y salud:

1. Seguridad y Salud: existencia de protocolos/normas que garanticen la seguridad y salud en la actividad en todas las áreas de gestión, así como disposiciones de prevención de riesgos laborales.

3.a Seguridad y salud.

Existencia de protocolos/normas que garanticen la seguridad y salud en la actividad en todas las áreas de gestión, así como disposiciones de prevención de riesgos laborales.

12 - ¿Tiene implantados en su negocio mecanismos de salud y seguridad laboral?

Se ha realizado un informe de evaluación de riesgos

12.1.- Información adicional

En el momento de contratar se planteará y efectuará la forma más adecuada de gestionar la seguridad y salud laboral,

4 PROVEEDORES

Las relaciones entre empresas responsables y proveedores deben estar basadas en la confianza y transparencia y deben ser bidireccionales. En Responsabilidad Social la relación bidireccional se refiere al control que las empresas ejerce sobre los proveedores y a la responsabilidad que una organización puede tener en las actividades y decisiones de un proveedor y como ésta puede influir o ayudarlo en el desarrollo de programas que tiendan a mejorar su desempeño en materia de Responsabilidad Social a través del concepto de ganar/ganar.

El diálogo con proveedores es clave para incrementar la eficiencia y reducir costes. Una gestión responsable en materia de proveedores implica actuar con transparencia en todos los ámbitos de la relación: en la selección, homologación y clasificación, en su caso, adjudicación de contratos, compromiso de pago, etc.. Asimismo, la compra de bienes o la contratación de servicios se deberán realizar con total independencia de decisión y al margen de cualquier vinculación personal, familiar o económica que pueda poner en duda los criterios seguidos en la toma de decisiones.

Este bloque del cuestionario incluirá preguntas para identificar acciones de autónomo/a en términos de criterios de compra, considerando aspectos sociales, medioambientales, requisitos legales, así como la comunicación con los proveedores, contacto y seguimiento efectivo de la colaboración.

En este sentido, las preguntas se desglosarán en los siguientes ámbitos para conocer cuestiones como:

1. Compras responsables: existencia de criterios de compra en función de aspectos sociales, éticos, laborales, medioambientales en un marco de colaboración para promover relaciones comerciales sólidas y transparentes.
2. Clasificación y evaluación de proveedores: mecanismos que ayudan a conocer, clasificar y evaluar a los proveedores en base a los criterios establecidos por el autónomo/a, por ejemplo requisitos de Responsabilidad Social, mejores prácticas, cumplimiento de normativas laborales, fiscales, medioambientales y de prevención de riesgos laborales.

4.a Compras responsables

Existencia de criterios de compra en función de aspectos sociales, éticos, laborales, medioambientales en un marco de colaboración para promover relaciones comerciales sólidas y transparentes.

13 - En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?

Se selecciona el proveedor en función de la calidad del producto / servicio, el precio y la procedencia del proveedor para fomentar el desarrollo local

13.1.- Información adicional

Se selecciona el proveedor en función de la calidad del producto y el servicio, el precio y la procedencia del proveedor para fomentar el desarrollo local, así intento reducir los pedidos de material informático y de papelería a grandes corporaciones y adquirir lo necesario en comercios cercanos y responsables.

4.b Clasificación y evaluación de proveedores

Mecanismos que ayudan a conocer y clasificar y evaluar a los proveedores en base a los criterios establecidos por los autónomos/as, por ejemplo requisitos de Responsabilidad Social, mejores prácticas, cumplimiento de normativas laborales, fiscales, medioambientales y de prevención de riesgos laborales.

14 - ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?

Se valoran la calidad de servicio, el precio y las prácticas sociales y medioambientales en su actividad

5 SOCIAL

Cuando en Responsabilidad Social se habla de aspectos sociales, éstos se refieren a los impactos producidos por la empresa en las personas, principalmente en aquellas que trabajan en ella, y en las comunidades donde opera. La empresa, además de ser una célula económica, es una célula social. Está formada por y para personas. Está insertada en la sociedad a la que sirve y no puede permanecer ajena a ella.

En los últimos años hemos visto que diversas empresas, han conseguido hacerse un hueco en el mercado apalancando y apoyando su estrategia de posicionamiento sobre una serie de valores o causas que han ganado terreno, a su vez, en el seno de la sociedad y, especialmente, entre las generaciones más jóvenes. Han ido evolucionando su estrategia hasta centrarla en la adopción de algunos valores sociales compartidos por una gran parte de la sociedad, fundamentalmente valores focalizados en el ámbito de la salud, la educación, el medio ambiente y la ética, terrenos todos ellos habitualmente reservados a la esfera pública o de la administración y que se han hecho, poco a poco, su espacio propio en el ámbito privado de la empresa.

Prestar un beneficio social no significa necesariamente emprender acciones desligadas de su negocio y no se limita sólo a determinados tipos de empresas.

Este bloque del cuestionario incluirá preguntas para considerar la repercusión de la actividad del autónomo/a en las comunidades en las que está presente. Adopción de medidas para mejorar la contribución a la sociedad. En este sentido, las preguntas se desglosarán en los siguientes ámbitos y se desarrollarán preguntas para conocer cuestiones como:

1. Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos: existencia de acciones solidarias o de acción social, cómo se desarrollan y qué resultados se obtienen de acuerdo con la importancia social o económica de las mismas. Evaluar su repercusión y en su caso, adoptar las medidas para mejorar su contribución a la sociedad.

2. Comunicación y fomento de buenas prácticas: existencia de planes de comunicación y relaciones con los medios y redes sociales. Compartir mejores prácticas.

5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

Existencia de acciones solidarias o de acción social, cómo se desarrollan y qué resultados se obtienen de acuerdo con la importancia social o económica de las mismas. Evaluar su repercusión y en su caso, adoptar las medidas para mejorar su contribución a la sociedad.

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 a la cultura de mi organización con una planificación formal

15.1. Información adicional

Se colabora con programas de emprendimiento como La Colaboradora, de la que formo parte, donando parte de mi tiempo en ayudar a mis compañeros colaboradores con mis competencias y habilidades.

Colaboro con la formación de jóvenes en edad de elegir salidas profesionales, 4ºEso, en un programa de Directivas de Aragón mediante talleres de empoderamiento y concienciación de la igualdad en la educación, la libertad de elección, la responsabilidad.

5.b Comunicación y fomento de buenas prácticas

Existencia de planes de comunicación y relaciones con los medios y redes sociales. Compartir mejores 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

16.1. Información adicional

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan en horas de colaboración en La Colaboradora, estoy presente en una web municipal ofreciendo mis servicios a cambio de tiempo.

También se hace públicos los talleres de Soy futuro de Directivas de Aragón en redes sociales con las máximas del taller para una concienciación social

6 MEDIOAMBIENTAL

Existe una demanda cierta, decidida e imparable que premia el compromiso de las empresas con la Sociedad y con su Medio Ambiente. La Responsabilidad Social trata de satisfacer esa demanda llevando a la práctica actuaciones verdaderamente comprometidas.

El cambio climático y la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero se ha convertido en una de las grandes preocupaciones a nivel mundial, acuciante por su inmediatez, por la generación de cambios sobre todos los ecosistemas, y por supuesto sobre las actividades económicas y productivas.

El reconocimiento social en materia de Medio Ambiente se alcanza manteniendo actitudes y realizando actuaciones que demuestren realmente ese compromiso, La puesta en marcha de medidas de gestión ambiental: planes de eficiencia energética (reducción de consumo eléctrico y combustibles), consumo de materiales, agua, gestión de los residuos, evidencian el compromiso de las empresas y aportan transparencia y credibilidad.

Este bloque del cuestionario incluirá preguntas para valorar el compromiso público del autónomo/a, así como para identificar y evaluar aquellos aspectos de su actividad, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al Medio Ambiente.

En este sentido, las preguntas se desglosarán en los siguientes ámbitos y se desarrollarán preguntas para responder cuestiones como:

1. Identificación de actividades de gestión ambiental: conocer si el autónomo/a identifica, registra y evalúa aquellos aspectos de sus actividades, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente.
2. Plan de gestión y Comunicación Ambiental : existencia de un programa de gestión con objetivos y metas medibles y coherentes con su compromiso ambiental en su centro de trabajo con el objetivo de mejorar los impactos en el entorno producidos por sus actividades. Así como, conocer en la práctica las comunicaciones que el autónomo/a realiza sobre los aspectos ambientales asociados a su actividad.

6.a Identificación de actividades de gestión ambiental

Conocer si el autónomo/a identifica, registra y evalúa aquellos aspectos de sus actividades, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente.

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

Se tienen en cuenta los impactos medioambientales ocasionados por la actividad del negocio estableciendo medidas de actuación específicas

17.1. Información adicional.

Se tienen en cuenta los impactos medioambientales ocasionados por la actividad estableciendo medidas de actuación específicas en mi puesto de trabajo en Zaragoza Activa los residuos están segregados y yo actúo en consecuencia.

Racionalizamos el uso de la climatización en el coworking de la mejor manera posible al ser un servicio público.

Uso del transporte público, tranvía y bicicleta, si desarrollo mi trabajo en Zaragoza

Uso de botellas que NO son de plástico monouso desechable

6.b Plan de gestión ambiental y comunicación

Existencia de un programa de gestión con objetivos y metas medibles y coherentes con su compromiso ambiental en su centro de trabajo con el objetivo de mejorar los impactos en el entorno producidos por sus actividades. Así como, conocer en la práctica las comunicaciones que realiza sobre los aspectos ambientales asociados a su actividad.

18 - ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?

Existen medidas de reducción de costes de energía y otros materiales planificado y con metodología específica

18.1. Información adicional

Existen medidas de reducción de costes de energía: siendo estrictos en la climatización en el coworking, utilizando medios de transportes alternativos al coche: caminar, bici o transporte público

Otros materiales planificado y con metodología específica: no se imprime salvo exigencia del cliente o situación. Se utiliza papel reciclado

Se usa botellas para el agua/café y/o bebida que no son desechables, uso de vidrio y cerámica y no de plásticos.

19 - En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental, ¿en qué medida se comunica a los grupos de interés?

Sí, si bien exclusivamente a grupos de interés implicados en el cambio

19.1. Información adicional

Sí, pero exclusivamente a grupos de interés implicados en el cambio, por ejemplo en lo relativo a la impresión en papel si no es indispensable.

7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

En este bloque se incluyen una serie de preguntas para conocer la opinión de la empresa sobre la gestión socialmente responsable que desarrolla en la actualidad y se solicita priorizar los temas que consideran más importantes en gestión socialmente responsable.

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

7.b 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?

7

7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Dado que mi actividad tiene un comienzo muy reciente, no llega a un año, no dispongo de presupuesto económico pero si cedo mi tiempo, que se supone que ahora dispongo para ayudar a programas sociales de emprendimiento.

Además, al ser una empresaria unipersonal, puedo dotar mis políticas de mejora con los criterios de flexibilidad y adaptación.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Según vaya avanzado en mi negocio mantener mis horas de cooperación social y educativa y cuando tenga trabajadores a mi cargo o más proveedores aplicar los principios de responsabilidad social, conciliación familiar, cuidado del medio ambiente.

7.d 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 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.