

## RSA - AUTONOMOS-AS

---

### Empresa evaluada

**Ada Belén MENÉNDEZ BLANCO - EL  
LABORATORIO DE SUEÑOS -**  
CIF:328\*\*\*\*\*  
50003 - Zaragoza

### DATOS DE LA EMPRESA

#### 01 - Denominación de la organización

El Laboratorio de Sueños

#### 03 - Sector. Actividad

Educación, Talleres Literarios, Animación a la Lectura y Escritura Creativa.

#### 04 - Año comienzo actividad.

2017

#### 05 - Persona de contacto

Ada Menéndez Blanco

#### 07.- Página web

<https://laboratorioescrituracreativa.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)**

#### 1.1. Información adicional.

El laboratorio de Sueños es un negocio enormemente sensibilizado con el medioambiente (yo misma he ejercido como educadora ambiental durante varios años), la diversidad, el feminismo, el impulso del comercio local, uso de nuevas tecnologías, etc. Por lo que diseño constantemente nuevas acciones para cuidar todos estos principios tan importantes. Como

por ejemplo:

1. **ECONÓMICOS:** todos los aspectos legales-fiscales están gestionados por la asesoría AFIRIS (la cual también cuida, a su vez, todos estos aspectos y también forma dispone del sello RSA). Cumplimos la legalidad a rajatabla, siendo muy cuidadosos con todos estos aspectos. Por otra parte, mi deseo es que El Laboratorio de Sueños pueda crecer y promover el empleo entre personas con dificultades para su acceso (jóvenes, mayores 45 años, personas con diversidad, etc.).
2. **POLÍTICOS:** Desde el inicio de mi negocio, mantengo relaciones estrechas con la administración pública, tanto a nivel como formadora (ofreciendo mis servicios) como implicándome en el movimiento cultural regional. He impartido talleres en el Museo Pablo Gargallo, en Ayuntamientos de Zaragoza, en Comarcas, DGA... etc. También organizo actividades culturales gratuitas para promover así la cultura local.
3. **MEDIOAMBIENTALES:** He ejercido durante varios años la profesión de educadora ambiental, por lo que, tanto a nivel personal como profesional, estoy especialmente sensibilizada con el medioambiente, comercio local, consumo responsable... En todos mis talleres formativos incluyo un módulo de Land-Art (Arte y Naturaleza), promuevo y diseño acciones culturales y medioambientales entre mi alumnado, dispongo de un aula en un espacio de arquitectura biosostenible (El Gancho Coworking), utilización de materiales reutilizados y/o reciclados, envío de documentación electrónica para evitar impresiones en papel, etc.
4. **TECNOLÓGICOS:** Mi negocio es muy activo en redes sociales y en comunicaciones internas con el alumnado, habiéndose creado y generado una gran comunidad virtual entre clientes y no-clientes (foro online para alumnos, grupo facebook para clientes y no-clientes, página de facebook con noticias interesantes del sector cultural y formativo, instagram, twitter, canal youtube...etc.).
5. **SOCIALES:** En todos los eventos culturales que organizamos, cuidamos la paridad de género e, incluso, promovemos la visibilidad de mujeres artistas y creativas (principalmente locales). Nuestros talleres formativos y actividades se organizan teniendo en cuenta las situaciones familiares-laborales de todo el alumnado y público (horarios, fechas, etc.). Nuestra política de precios es inclusiva y accesible a un gran público, al mismo tiempo que rentable para el negocio.

## **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?**

#### **2.1.- Información adicional.**

Aplicamos tarifas asequibles para dar accesibilidad a la cultura a personas con escasos recursos económicos o están en situaciones de vulnerabilidad social. Por otra parte, diseñamos las actividades minimizando el impacto medioambiental lo máximo posible, promovemos la educación ambiental a través de actividades y dinámicas, etc.

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

### 3.1. Información adicional.

De forma anual se calcula y revisa un presupuesto general y específico, reservando un porcentaje para la impartición de talleres formativos gratuitos entre otros espacios afines. Por ejemplo:

1. Talleres gratuitos en Espacio Ítaca (para su clientela, abiertos a nueva clientela y/o para sus trabajadores/as).
2. Talleres gratuitos e inclusivos en el barrio El Gancho (a través de plataformas vecinales, espacios municipales, etc.) buscando así el impulso del comercio local y del propio barrio.

### 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.**

#### 4.1. Comentarios

Se diseñan y promueven acciones y comunicaciones específicas con cada grupo de interés:

1. CLIENTES: foro online para alumnado, grupo Facebook para alumnado y ex-alumnado, comunidad online a través de redes sociales, reuniones voluntarias y gratuitas con los clientes-alumnado, actividades gratuitas y voluntarias para nuestro alumnado y ex-alumnado, eventos culturales y literarios gratuitos para alumnado y ex-alumnado, etc.
2. PROVEEDORES: comunicaciones online y reuniones personales con todos nuestros colaboradores.
3. ASOCIACIONES: sinergias e intercambios formativos-culturales con otras asociaciones afines (Asociación Aragonesa de Escritores, Asociación de Mujeres del Mundo en Aragón...).
4. ORGANISMOS PÚBLICOS: comunicaciones online y reuniones personales con Zaragoza Cultural del Ayuntamiento.
5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN: envío de nuestra agenda formativa-cultural a medios de comunicación locales y regionales.

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

#### 5.1. Comentarios

Se mantiene una comunicación y feedback permanente con todos nuestros grupos de interés, para detectar, entre otros aspectos, sus propias necesidades, sugerencias, aportaciones, etc.

### Gobierno

**6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o**

**código de conducta?**

### **6.1. Comentarios**

Periódicamente se revisa el código de conducta. Está disponible para todo el mundo en nuestra [página web:](https://laboratorioescrituracreativa.com/2017/03/01/politica-de-privacidad-y-proteccion-de-datos/)  
<https://laboratorioescrituracreativa.com/2017/03/01/politica-de-privacidad-y-proteccion-de-datos/>

También se entrega este código de conducta a toda persona colaboradora con la entidad.

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

### **7.1. - Comentarios**

Estoy diseñando e implementando distintas acciones para adherirnos y mantenernos en el sello RSA (todas las especificadas en este formulario-documento).

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

### **8.1. - Comentarios**

Dispongo de un plan de Responsabilidad Social y con indicadores que ayudan a su análisis e implementación, teniendo en cuenta otros factores como son la rentabilidad económica del negocio y resto de planes estratégicos de crecimiento y estabilidad.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de Clientes.**

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

### **9.1. - Comentarios.**

Al finalizar cada semestre, se envían cuestionarios sencillos y ágiles (Typeform) a todo el alumnado para conocer su grado de satisfacción, sugerencias, propuestas, etc. También se estable un feedback consciente en cada taller, charla, encuentro, actividad, reunión, foro, etc.

### **Calidad del servicio y Transparencia informativa.**

**10 - ¿Cómo realiza en su negocio la producción del producto o la prestación del servicio?**

### **10.1. - Información adicional**

Disponemos de varias vías de comunicación y difusión (redes sociales, mailing, web, teléfono, whatsapp...) para informar con transparencia respecto a todos los aspectos de nuestros servicios-productos. Además, realizamos multitud de feedbacks durante y después de nuestros servicios, tomando muy en cuenta todas las opiniones, sugerencias o quejas recibidas.

### **11 - ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?**

#### **11.1.- Información adicional**

Se proporciona SIEMPRE información detallada, clara, transparente, sencilla y total de todos nuestros servicios ofertados, tanto a través de la página web, como redes sociales y citas personales con clientes y potenciales clientes. Nuestras tarifas también están publicadas en la web y redes sociales.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Seguridad y salud.**

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

#### **12.1.- Información adicional**

Recibo formación e información sobre prevención de riesgos laborales, tanto para mí, como para el resto de colaboradores y alumnado.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

#### **13.1.- Información adicional**

Realizamos todas nuestras compras de materiales y colaboraciones a través de comercios locales e integrados lo más próximos a nuestra red (Made in ZGZ, Asociación del Pequeño Comercio del Gancho, etc). Por otra parte, colaboramos profesionalmente con otros/as autónomos o entidades lo más próximos a nuestra localidad y área comercial. Seleccionamos a nuestros proveedores en función de sus principios éticos y de calidad lo más responsables posibles en cuanto a los ODS.

### **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?

## **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?**

#### **15.1. Información adicional**

Proponemos y ofrecemos nuestros servicios formativos al barrio a través de Zaragoza Dinámica y otras entidades sociales-gestoras de la comunidad (asociaciones vecinales, plataformas vecinales, espacios culturales, etc.). También extendemos esta oferta a la ciudad de Zaragoza y otras poblaciones cercanas.

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

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

#### **16.1. Información adicional**

Se diseña e implementa un plan de comunicación en nuestras redes sociales, newsletter y página web. Se evalúan los impactos a través de análisis e informes anuales.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

#### **17.1. Información adicional.**

En nuestro plan de actuaciones y código de conducta, se tienen muy en cuenta todos los aspectos medioambientales de la entidad. Alta sensibilidad en este aspecto.

### **Economía circular y comunicación**

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

#### **18.1. Información adicional**

La economía circular forma parte del ADN de nuestra entidad, puesto que deseamos-buscamos-promovemos la utilización de materiales reciclados, colaboración con

profesionales locales, etc.

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

#### **19.1. Información adicional**

CLIENTES: a través del foro online, redes sociales, reuniones periódicas y comunicaciones internas.

COMUNIDAD: a través de página web y redes sociales.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN: plataformas digitales como Zaragoza, Zaragoza, etc.

### **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)**

-

#### **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?**

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

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

Cumplimiento exhaustivo de nuestro código de conducta, especialmente en los puntos referentes al medioambiente, transparencia, accesibilidad, paridad de género, cuidado de las personas, consumo local y responsable... Deseo que mi negocio destaque por su humanidad y compromiso con la sociedad y entorno.

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

Todo lo relativo a la documentación-papeleo y su organización interna.

#### **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

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

**En caso afirmativo, ¿tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?**

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

