

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

PUNTO 7 - M^a Carmen PÉREZ GIJÓN

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

CARMEN PÉREZ

03 - Sector. Actividad

Servicios de publicidad, relaciones públicas y similares.
Enseñanza de formación y perfeccionamiento profesional, no superior.

04 - Año comienzo actividad.

2014

05 - Persona de contacto

Carmen Pérez Gijón

07.- Página web

<https://carmenperez.es/>

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.

Los trabajadores autónomos en marketing y educación pueden verse afectados por factores económicos, políticos, medioambientales, tecnológicos y sociales. Los cambios en la economía pueden influir en la demanda de sus servicios, mientras que las políticas gubernamentales y las alianzas pueden crear oportunidades o desafíos. La creciente conciencia ambiental y las tendencias tecnológicas exigen adaptabilidad, al igual que las

demandas sociales, como la igualdad de género y la conciliación de la vida personal y profesional. La capacidad de anticipar y ajustarse a estos cambios es esencial para el éxito en estos sectores altamente dinámicos.

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.

Incluir aspectos sociales implica preocuparse por cuestiones como la igualdad de género, la diversidad y la inclusión, las condiciones laborales, la ética en los negocios y el impacto de la empresa en la comunidad en la que opera. Considerar aspectos ambientales implica la gestión responsable de recursos naturales, la reducción de la huella de carbono, la adopción de prácticas sostenibles y el cumplimiento de regulaciones ambientales.

La incorporación de estos aspectos en la planificación de la actividad de una organización puede ser tanto una estrategia ética como un enfoque comercial inteligente, ya que puede mejorar la reputación de la empresa, atraer a consumidores y empleados comprometidos, y reducir riesgos relacionados con sanciones legales o daños a la reputación. La adopción de prácticas socialmente responsables y ambientalmente sostenibles es una tendencia importante en el mundo empresarial actual.

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

3.1. Información adicional.

No existe un presupuesto específico y definido, pero sí se procura, como empresa autónoma, colaborar y participar en actividades de la comunidad, teniendo especialmente en cuenta el impacto social y medioambiental que lleven implícitos.

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

Identificar a estos grupos es esencial para comprender las necesidades, expectativas y preocupaciones de cada uno de ellos, y así poder gestionar las relaciones de manera efectiva y tomar decisiones informadas que beneficien a todas las partes involucradas. La gestión de las relaciones con estos grupos de interés es un aspecto importante de la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad empresarial.

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

5.1. Comentarios

Contamos con métodos formales, como entrevistas personales y reuniones específicas, para recopilar las opiniones de nuestros principales grupos de interés.

Gobierno

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

6.1. Comentarios

Un código de conducta establece las pautas éticas y comportamientos esperados en una organización, lo que fomenta la integridad, la responsabilidad y la confianza entre empleados, clientes y partes interesadas. Garantiza la coherencia en la toma de decisiones y el cumplimiento de regulaciones.

La uniformidad e imagen corporativa son cruciales para transmitir una identidad sólida y profesional. Ayudan a crear una impresión consistente en el mercado, generando reconocimiento y confianza en la marca.

Plan de Responsabilidad Social

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

7.1. - Comentarios

Iniciar la responsabilidad social es esencial para mejorar la reputación, atraer clientes conscientes y crear un impacto positivo en la comunidad, lo que a largo plazo beneficia a la empresa y a la sociedad.

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

Mi próximo objetivo como empresa es establecer un plan de Responsabilidad Social que incluya objetivos generales y específicos. Esto me permitirá definir metas concretas para áreas específicas de impacto social y ambiental, lo que facilitará el seguimiento y la mejora continua. Mi meta es que mi responsabilidad social sea efectiva y me permita contribuir de manera significativa a la sociedad y al medio ambiente.

CLIENTES

Satisfacción de Clientes.

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

9.1. - Comentarios.

Obtener retroalimentación directa de nuestros clientes es fundamental para cualquier empresa. En mi caso, mantengo una relación cercana y constante con ellos, lo que me permite obtener comentarios de manera informal y efectiva sobre mis servicios.

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

Consideramos aspectos sociales y ambientales al proporcionar a nuestros clientes un producto o servicio en el sector del marketing y la educación, priorizando la responsabilidad y sostenibilidad en nuestras ofertas.

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

11.1.- Información adicional

Dispongo de una página web en la que ofrezco información sobre mi perfil profesional, así como un portfolio de los trabajos realizados. Al trabajar a demanda, preparo un proyecto y presupuesto personalizado en función de las características y necesidades de cada cliente en particular.

PERSONAS EMPLEADAS

Seguridad y salud.

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

12.1.- Información adicional

En función de mi actividad empresarial, considero importante la implementación de protocolos de seguridad en el lugar de trabajo, capacitación en primeros auxilios, ergonomía en la oficina, medidas para prevenir el estrés laboral y cumplimiento de las regulaciones de salud y seguridad laboral locales.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

13.1.- Información adicional

Los criterios de compra responsable para una empresa de marketing se centran en la calidad, sostenibilidad ambiental, ética y responsabilidad social de los proveedores. Además, se valora la innovación tecnológica, seguridad de datos, flexibilidad y costo-beneficio. La reputación del proveedor, el servicio al cliente y la evaluación continua son esenciales. Estos criterios buscan equilibrar la eficacia operativa y la rentabilidad con la preocupación por el impacto social y ambiental, alineándose con los valores y objetivos de la empresa en un mercado en constante cambio.

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

Colaboramos en proyectos sociales comunitarios que reflejan nuestros valores en formación en medios sociales y formación para el empleo dirigida a adultos, sin una planificación concreta.

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

Dispongo de perfiles muy activos en diferentes redes sociales, lo que me permite estar al tanto de las actividades y novedades que se producen en mi entorno profesional.

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.

Para contribuir a evaluar el impacto ambiental y reducir el consumo de recursos naturales realizo varias acciones, como implementar estrategias para reducir el consumo de papel, energía y agua en las operaciones diarias, establecer sistemas de recogida selectiva de residuos y promover el reciclaje de materiales como papel, cartón y plástico, trabajar con proveedores que compartan valores de sostenibilidad y ofrezcan productos y servicios ecoamigables y fomentar la transición a formatos digitales y educación en línea para reducir la dependencia de recursos físicos.

Economía circular y comunicación

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

18.1. Información adicional

Una manera sencilla y fácil de implementar acciones relacionadas con la economía circular es el uso de papel reciclado o la impresión de documentos por ambas caras para reducir el consumo de papel.

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

Comunicar acciones de economía circular involucra, educa, crea una cultura sostenible, aumenta la confianza y atrae a empleados y socios comprometidos, fortaleciendo la empresa y su imagen.

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?

Un punto fuerte en mi responsabilidad social corporativa podría ser la promoción de la alfabetización y la educación continua para adultos, lo que contribuye al desarrollo de la sociedad y empodera a las personas a través del conocimiento, al tiempo que demuestra

un compromiso significativo con el bienestar de la comunidad.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Una posible área de mejora en mi responsabilidad social corporativa podría ser la reducción del impacto ambiental de mis operaciones y materiales promocionales. Podría explorar formas de minimizar el uso de recursos, fomentar la sostenibilidad y adoptar prácticas más ecológicas en mi publicidad y comunicación.

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?