

## RSA - AUTONOMOS-AS

---

### Empresa evaluada

**SONIA MONTERO LAMATA - Studio Mostaza**

### DATOS DE LA EMPRESA

#### 01 - Denominación de la organización

Studio Mostaza

#### 03 - Sector. Actividad

Fotografía gastronómica, estilismo de alimentos y creación de contenido para marcas de comida y bebida que apuestan por una imagen potente y de calidad para atraer más clientes

#### 04 - Año comienzo actividad.

2020

#### 05 - Persona de contacto

Sonia Montero Lamata

#### 07.- Página web

www.studiomostaza.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.

Todo lo que este ocurriendo a nivel social, económico y político afecta a la empresa en mayor o menor medida, por ello estoy al tanto de la actualidad para adaptar objetivos y acciones de la marca

## **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.**

Existe una planificación formal a nivel interno donde se es consciente del momento de actualidad, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática

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

### **3.1. Información adicional.**

No hay una estimación de presupuesto marcada de antemano, pero a lo largo del año se destina una cantidad variable a diferentes entidades que solicitan colaboración o que ofrezco desde la propia empresa como iniciativa

## **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**

Soy conocedora de los grupos de interés con los que me relaciono, tengo claro quien es mi potencial cliente, sus valores de empresa deben ser eticos y estar alineados con los propios de la empresa, al igual que el de los proveedores a los que compro

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

### **5.1. Comentarios**

Tengo un proceso de prospección muy bien definido para una comunicación con seguimiento con potenciales clientes, al igual que cuando necesito un proveedor y quiero asegurarme que esta alineado con mis valores de marca

## **Gobierno**

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

### **6.1. Comentarios**

Realizamos una labor muy similar al de otros compañeros de sector

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

### **7.1. - Comentarios**

Al tratarse de una empresa joven se están dando los primeros pasos con pequeñas acciones

**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**

Los objetivos a medio plazo son hacer una compra más responsable del atrezzo utilizado en las sesiones de fotografía que realiza la marca, siendo productos de origen ecológico, local y de pequeños productores, apostando por una compra más local y de cercanía donde el producto tenga el menor impacto posible en el medio ambiente en cuanto a transporte y packaging huyendo de materiales contaminantes. En el espacio de trabajo los flashes utilizados son led reduciendo así el consumo energético con el objetivo de pronto poder ser autosuficiente con el uso de placas solares. Respecto a desperdicio alimentario del atrezzo se intenta reducir al máximo siendo consumido en casa a posterior o por animales.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de Clientes.**

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

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

Dentro de la fase de prospección en el momento de la post-venta y entrega de material al cliente se le pide un testimonio a través de una encuesta

### **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**

Todo el proceso se realiza de manera online y pidiendo de manera explícita que si no es obligatorio no se imprima nada del material

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

### **11.1.- Información adicional**

Nuestros clientes conocen hasta el último detalle de lo que están contratando, se deja todo por escrito para que no haya dudas ni malos entendidos. Saben por lo que pagan y lo que NO incluye

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Seguridad y salud.**

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

### **12.1.- Información adicional**

Si se diera la situación de tener una persona empleada a mi cargo tengo claro que delegaría todo lo referente a prevención en el trabajo y seguridad de la salud en un servicio de prevención externa donde sus técnicos están al día de la normativa y documentación vigente

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

### **13.1.- Información adicional**

Cómo ya se ha comentado todas las compras necesarias de productos comestibles para las sesiones de fotos se priorizan que sean de origen ecológico y local, teniendo un envase biodegradable o mínimo reciclable. Respecto a la equipación del estudio se prioriza comprar de manera que su envío y transporte tenga el menor impacto posible en el medio ambiente huyendo de grandes cadenas o macro ecomeerces

### **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**

Se colabora activamente con asociaciones y grupos de acción local que abogan por valores similares a los de la empresa con un consumo responsable y estilo de vida respetuoso con el medio ambiente

### **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**

A través de redes sociales se comparten los valores de marca a modo informativo sin fin lucrativo

## **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.**

A la hora de llevar acabo un proyecto de un cliente se tiene muy en cuenta que tipo de compra de materiales se realiza para su posterior consumo o tener más de un uso dentro del proyecto o para el de algun otro cliente

### **Economía circular y comunicación**

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

### **18.1. Información adicional**

Solo se compra lo estrictamente necesario priorizando dar una segunda vida a articulos ya existentes que se tengan en el estudio

**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**

Se comunica a través de redes sociales ya que es un pilar importante dentro de los valores de marca y todo cliente que vaya a contratarme considero importante que sea conocedor de ellos dado que afectan al flujo de trabajo conjunto

## **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?**

La manera de consumir de forma recurrente materiales para los servicios que ofrezco para mis clientes de la cual son conocedores lo que creo que aporta valor y diferenciación a mi negocio

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

El consumo energético el cual aspiro a que sea autosuficiente mediante energías limpias como placas solares

### **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?**