

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

SONIA MONTERO LAMATA - Studio Mostaza

CIF:731*****

44550 - Alcorisa

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)

Se consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

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?

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática

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?

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o 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.

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

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 éticos 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?

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

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 está alineado con mis valores de marca

Gobierno

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

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

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?

Estoy actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

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?

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

8.1. - Comentarios

Los objetivos a medio plazo son hacer una compra más responsable del atrezo 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 atrezo 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?

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los 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?

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

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?

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

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?

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado en revisión periódica y gestionado por una empresa especializada

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?

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

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 e-commerce

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 contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

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 algunos planes de forma puntual

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?

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

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?

Se evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para separar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

17.1. Información adicional.

A la hora de llevar a cabo 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 algún otro cliente

Economía circular y comunicación

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

18.1. Información adicional

Solo se compra lo estrictamente necesario priorizando dar una segunda vida a artículos 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?

Se comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

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)

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

7

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)?

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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.