

RSA - PYMES

Empresa evaluada

Rosana Yerpes Martínez - YERPES
FORMACIÓN PELUQUERIA Y ESTETICA
CIF:26510340B
Ronda Teruel 56 Bajo Escuela de Peluqueria
44600 - Alcañiz
Teruel

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Formación y servicios de peluquería y estética

02 - Dirección - CP - Población

Ronda Teruel 56 bajo 44600 Alcañiz Teruel

03 - Sector. Actividad

Imagen personal, belleza y bienestar

04 - Año comienzo actividad.

Finales del 2015 y cambio de gerencia a mediados de febrero del 2020

05 - Número de personas empleadas

1 persona contratada y 1 persona autonoma

06 - Persona contacto

Rosana Yerpes 699007747/Francisco Yerpes 600332150

07 - E-mail contacto

rosanayerpes@gmail.com

08.- Página web

No disponemos de pagina web corporativa

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 realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

En nuestra empresa el tema económico es importante ya que ofrecemos servicios cara al cliente y la formación de futuos profesionales de la imagen personal.

2.- ¿Cree que las PYMES o pequeñas organizaciones pueden enfrentarse de forma individual a temas como los anteriores?

No

2.1. Información adicional

Si son organizaciones publicas si ya que les dan mas facilidades, pero si la pyme es una organización privada, se le cierra muchas puertas debido a la cantidad de papeleo que se a de hacer y las instituciones no lo ponen fácil

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

3.- 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

3.1. Información adicional

Al ser de momento una entidad privada, no nos regimos por ningún plan

4.- ¿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

4.1. Información adicional

No existe un presupuesto

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización 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.

Sabemos que existen pero no los tenemos identificados específicamente

5.1. Información adicional

Tenemos conocimiento de ellos pero no clasificados

6.- ¿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.

6.1. Información adicional

Como nuestro centro proporciona servicio y formación de la imagen personal, sabemos 100% cuales son los intereses de nuestros clientes, alumnos y futuros.

Gobierno de la organización

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

En nuestra empresa al ser pequeña la consideramos familiar por tanto casi todo se hace verbalmente

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

Sí, pero no de manera sistemática o formal

8.1. Información adicional

El objetivo de nuestra empresa es la formación de futuros profesionales de la imagen

Plan de Responsabilidad Social

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

No hemos trabajado previamente en esta materia

9.1. Información adicional

Al no trabajar previamente en una responsabilidad social, ahora mismo estamos comenzando

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

Al no existir en este momento, no hay pero estamos trabajando en ello

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

11.1. Información adicional

Nos comunicamos con ellos de manera cercana cada vez que vienen al salón o en su defecto a través del portal google en nuestras reseñas de centro

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Tan pronto somos conscientes nos ponemos en la rectificación del mismo

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Nos fijamos en la competencia para identificar aspectos que podamos incorporar a nuestro producto o servicio, aunque sin planificación previa

13.1. Información adicional

En el mundo de la imagen se está en constante renovación, a veces no se llega todo. Es por esto que nos fijamos tanto en competencia como en las propias marcas

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización 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

14.1. Información adicional

Tenemos en cuenta la necesidad de formación de este sector en la zona donde estamos

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

Siempre damos un soporte técnico a cualquier servicio o venta de producto una vez adquirido

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿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.

16.1. Información adicional

Nuestros clientes están 100x100 informados de todo lo relacionado tanto de los productos que usamos y los servicios que damos

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

17.1. Información adicional

Al ser una empresa pequeña y cercana, cuando hay alguna insatisfacción por nuestra parte, el empleado nos lo comunica de viva voz

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

No se han desarrollado actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

No se ha dado ya que nosotros no ponemos ningún problema ni discriminamos a ninguna persona dado que somos una empresa totalmente libre

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Se aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

19.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

Damos toda la flexibilidad que hay a nuestros empleados a la hora de la conciliación familiar o cosas específicas

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

No hay una identificación formal de las necesidades de formación.

20.1. Información adicional.

En nuestra empresa ofrecemos cursos a los trabajadores ya sean telemáticamente o presencial especializados en nuestro sector u otros sectores que requiera

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación básica relacionada con el desempeño del puesto de trabajo y la actividad de la organización

21.1. Información adicional.

A la hora de contratar una persona siempre le realizamos una serie d pruebas previas a la funcion que va a desempeñar, para ver su capacidad de resolucion ante un posible problema o ver el desarrollo de la misma

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

22.1. Información adicional.

Tenemos una empresa que nos supervisa todos los riesgos laborales y hacen sus inspecciones anualmente

PROVEEDORES

Compras responsables

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

En la compra de productos, bienes y servicios, no se han definido criterios medioambientales y sociales.

23.1. Información adicional.

No tenemos este tipo de criterio

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

En la clasificación y evaluación de proveedores se tiene en cuenta el precio fundamentalmente y la calidad del servicio.

24.1. Información adicional.

En nuestro sector buscamos lo mejor de cada producto y es por eso que le damos mas prioridad a la calidad

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Se colabora de forma puntual con otras empresa y con la Organizacion del Gobierno de Aragon

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

El Gobierno de Aragon siempre realiza algun tipo de proyecto social relacionado con nuestro sector de la imagen personal con un presupuesto y una estrategia a seguir sobre todo para personas desempleadas

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

27.1. Información adicional

Al ser una empresa totalmente transparente, siempre que hay alguna planificacion se hace participe a todo el mundo de la empresa y se comunica a otros grupos de interes

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan

28.1. Información adicional

Nuestra actividad se comunica a través de propaganda en papel, anuncios via radio y redes sociales

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el

impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

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

29.1. Información adicional.

Nuestra organización es fundamental el agua, como en esta época está siendo escasa, hemos reducido los tiempos en el técnico lava cabezas. A su vez contamos con un punto de reciclaje de residuos dentro de dicho centro donde se recicla todo el material que es de un solo uso

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

No existen actividades en marcha

30.1. Información adicional.

No hemos realizado ninguna actividad de este tipo

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

No se han desarrollado iniciativas o proyectos orientados a la economía circular

31.1. Información adicional

No hemos desarrollado iniciativas o proyectos orientados a la economía circular

Comunicación ambiental

32.- 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

32.1. Información adicional

Se comunica tanto a nuestros clientes como alumnado y profesorado mediante carteles informativos colgados en el centro

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- 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 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 2 - Disponer de presupuesto
- 3 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan

ejemplarmente

- 4 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 5 - Capacitar a las personas de la empresa
- 6 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 7 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 8 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 9 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Nuestro punto fuerte es que ofrecemos servicio calidad/precio adaptados a los tiempos que corren, y ayudamos a formar personas para tener una profesion en un futuro

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Un area de mejora dentro de nuestra organización sería la que pertenece a la concesión de subvenciones del Gobierno de Aragón. Ya que a la hora de preparar papeles y demás lo ponen bastante difícil y debería ser más fácil y accesible

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

No, mi organización no conoce la Agenda 2030 ni los ODS